

# Jak walczyć z nadużyciami domenowymi

**I**nternet stanowi obecnie jedno z głównych narzędzi wykorzystywanych przy prowadzeniu działalności gospodarczej. Korzystanie z niego wiąże się nieraz z licznymi nadużyciami ze strony internautów, będących niejednokrotnie profesjonalnymi przedsiębiorcami. Polegają one nie tylko na łamaniu podstawowych zasad prowadzenia biznesu, ale również zasad konkurencji oraz praw własności intelektualnej.

Jednymi z najczęściej stosowanych form naruszeń, jakie mają miejsce w działalności prowadzonej przy wykorzystaniu Internetu, jest piractwo domenowe (*cybersquatting*) oraz posługiwanie się nazwami domen internetowych powstałymi z przekształcenia nazw popularnych serwisów (*typosquatting*).

## Cybersquatting jako piractwo domenowe

Mianem *cybersquattingu* określa się proceder polegający na zajmowaniu „cudzej” przestrzeni wirtualnej poprzez rejestrowanie domen internetowych zawierających nazwy znanych osób, zarejestrowanych znaków towarowych czy firm, celem późniejszej odsprzedaży. Przy tym często może dojść do sytuacji tzw. szantażu domenowego („jeśli Twoja firma nie kupi, chętnie zrobi to konkurencja”). Sama nazwa pochodzi od angielskiego wyrażenia *squate*, oznaczającego nielegalne zajmowanie budynku.

W praktyce zjawisko *cybersquattingu* polega na ubieganiu właścicieli znaków w rejestracji domeny, a następnie oferowaniu im lub innym podmiotom odsprzedaży za wygórowaną cenę. Działanie takie powodowane jest chęcią zysku, a korzystanie z zarejestrowanej domeny nie jest celem *cybersquattera* – jak nazywamy osobę dopuszczającą się omawianego procederu.

Jednym z głośniejszych przykładów *cybersquattingu* w Polsce było wystawienie na sprzedaż w serwisie *allegro.pl* domeny internetowej *www.microsoft.pl* przez łódzką firmę, która w nazwie posiadała słowo „Microsoft”, a handlującą m.in. ziołami. Nazwa domeny budziła skojarzenia



**NATALIA GAWĘŁ**  
advokat  
kancelaria KSP  
Legal & Tax Advice



**DARIA WOJTCZAK**  
prawnik  
kancelaria KSP  
Legal & Tax Advice

z amerykańskim koncernem. Sprawę rozstrzygnął sąd i koncern informatyczny odzyskał domenę<sup>1</sup>.

## Typosquatting - rejestracja domen

W związku z tym, że domeny internetowe nie podlegają badaniu pod kątem ich zdolności rejestracyjnej, często dochodzi do rejestracji domen podobnych do nazw popularnych serwisów internetowych, co określamy mianem *typosquatting*. Zwykle różnią się od nich pojedynczymi literami lub błędem ortograficznym w ich pisowni, np. *facebook.pl* zamiast *facebok.pl*. Internauta zazwyczaj trafia na *facebook.pl* wskutek pomyłki przy wpisywaniu adresu strony internetowej, której poszukiwał. W efekcie, najczęściej poprzez nieświadome pominięcie literki „o”, zamiast trafić na stronę popularnego serwisu społecznościowego, zostaje przekierowany pod inny adres. Każda osoba trafiająca przez pomyłkę pod błędny adres stanowi dla właściciela domeny potencjalnego klienta, a co za tym idzie potencjalne przyszłe zyski. Gdyby bowiem nie pomyłka internauty, zapewne nigdy nie trafiłby on na jego stronę i nie miał pojęcia o jego istnieniu na rynku. Czy takie działanie jest jednak dozwolone? Zdecydowanie nie.

Punktem wyjścia do ustalenia konsekwencji, jakie mogą wyniknąć w związku z wykorzystywaniem literówek w pisowni nazw popularnych marek przy prowadzeniu własnej działalności powinno być stwierdzenie, że najczęściej marki te są prawnie chronionymi znakami towarowymi.

Przykładowo wspomniany wyżej Facebook jest słowno-graficznym znakiem towarowym zarejestrowanym na rzecz Facebook, Inc. w międzynarodowej bazie znaków towarowych OHIM, znanym przede wszystkim jako nazwa popularnego serwisu społecznościowego. Facebook,

<sup>1</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Łodzi z 22 czerwca 2004 r., sygn. akt X GC 1245/03.

Inc. jest podmiotem wyłącznie uprawnionym do posługiwania się znakiem Facebook we wszelkich konfiguracjach. Jego używanie przez inne podmioty jest niedopuszczalne, chyba że zostały do tego wyraźnie upoważnione (np. na mocy stosownej umowy licencyjnej).

Niedopuszczalne jest posługiwanie się oznaczeniami podobnymi do zarejestrowanego znaku Facebook, jak na przykład acebook, facebok, facebok: (1) w odniesieniu do towarów identycznych lub podobnych, jeżeli zachodzi ryzyko wprowadzenia odbiorców w błąd, które obejmuje w szczególności ryzyko skojarzenia znaku ze znakiem towarowym zarejestrowanym; a także (2) w przypadku znaku towarowego renomowanego – w odniesieniu do jakichkolwiek towarów, jeżeli takie używanie może przynieść używającemu nienależną korzyść lub być szkodliwe dla odróżniającego charakteru bądź renomy znaku wcześniejszego.

## Walka z nadużyciami domenowymi

Chociaż polskie prawodawstwo wprost nie odnosi się do opisanych procederów, to jednak dopuszczenie się powyższych nadużyć domenowych bezsprzecznie stanowi naruszenie praw do znaku towarowego. Znakiem towarowym może być każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżnienia towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa.

Znakiem towarowym może być w szczególności wyraz, rysunek, ornament, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna, w tym forma towaru lub opakowania, a także melodia lub inny sygnał dźwiękowy.

Uprawniony do znaku towarowego, którego prawa zostały naruszone, może w pierwszej kolejności żądać powstrzymania się od dalszych naruszeń. Przysługuje mu również prawo żądania, by naruszcyciel wydał bezpodstawnie uzyskane w skutek naruszeń korzyści, a także – w razie zawnionego naruszenia – by naprawił wyrządzoną wskutek nieuprawnionego działania szkodę.

Naprawienie szkody może nastąpić w dwojaki sposób – na zasadach ogólnych wynikających z Kodeksu cywilnego albo poprzez zapłatę sumy pieniężnej w wysokości odpowiadającej opłacie licencyjnej albo innego stosownego wynagrodzenia, które w chwili ich dochodzenia byłyby należne tytułem udzielenia przez uprawnionego zgody na korzystanie ze znaku towarowego.

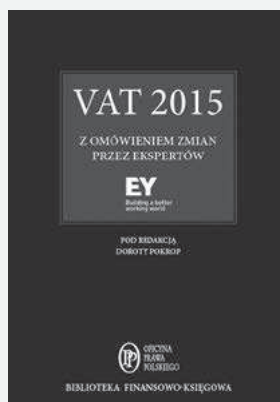
## Czyn nieuczciwej konkurencji

Niemalże identyczne uprawnienia będą przysługiwały właścicielowi znaku towarowego w przypadku zakwalifikowania *typosquattingu* lub *cybersquattingu* jako czynu nieuczciwej konkurencji, tj. działania sprzecznego z prawem lub dobrymi obyczajami, zagrażającego lub naruszającego interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Nie budzi bowiem wątpliwości, że we wskazanej w zdaniu poprzednim definicji idealnie wpisuje się nieuprawnione posługiwanie się cudzą marką lub jej pochodnymi. Działanie takie ma na celu przyciągnięcie na swoją stronę jak największej liczby użytkowników – najczęściej poprzez ich wprowadzenie w błąd.

Zatem nawet jeśli brak możliwości uznania, że doszło do naruszenia praw do znaku towarowego, to przedsiębiorca może dochodzić swoich praw na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W przypadku powoływania się na tę ustawę trzeba jednak pamiętać, że ma ona zastosowanie do przedsiębiorców, a więc problem pojawi się w sytuacji, gdy domena została zarejestrowana przez osobę fizyczną i nie ma związku z prowadzoną działalnością gospodarczą.

W skrajnych przypadkach dopuszczenie się nadużyć domenowych w opisanych powyżej postaciach może powodować powstanie odpowiedzialności karnej. Jednak decyzja co do sposobu dochodzenia praw zależy w dużej mierze od stanu faktycznego i w oparciu o niego należy podjąć decyzję co do sposobu walki z nadużyciami internetowymi.

### „VAT 2015 z omówieniem zmian przez ekspertów EY”



W książce można znaleźć:

- **Ujednolicony** tekst ustawy o VAT
- Zaznaczone **zmiany przepisów**, które obowiązują od 1 stycznia 2015 r.
- **Omówienie zmian przez ekspertów**

Zamówienia można składać:

- telefonicznie, dzwoniąc pod numer: 22 518 29 29,
- wysyłając e-mail na adres: [cok@wip.pl](mailto:cok@wip.pl)