

IP Road Show Łódź 2010

**Ochrona własności intelektualnej w MŚP
i Komerccjalizacja badań naukowych**

15 kwietnia 2010r.

Czyny nieuczciwej konkurencji w Internecie

Mgr Maciej Węgierski

Wydział Prawa i Administracji

Uniwersytetu Łódzkiego

Dotacje na innowacje



**INNOWACYJNA
GOSPODARKA**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity - Dz.U. 2003, Nr 153, poz. 1503)

Inne akty prawne

Kodeks Cywilny, Dział III : Przedsiębiorcy i ich oznaczenia – art. 43¹ – art. 43¹⁰

Ustawa z dnia 13 czerwca 2000 roku prawo własności przemysłowej (tekst jednolity Dz. U. 2003, nr 119 poz. 1117)

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tekst jednolity Dz.U. 2006, nr 90, poz. 631)

Art. 3

Czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta.
(klauzula generalna)

Stypizowane czyny nieuczciwej konkurencji

- Art. 5 - 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,
- Art. 10 - Czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich.
- Art. 14 - Czynem nieuczciwej konkurencji jest rozpowszechnianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd wiadomości o swoim lub innym przedsiębiorcy albo przedsiębiorstwie, w celu przysporzenia korzyści lub wyrządzenia szkód

Stypizowane czyny nieuczciwej konkurencji

Art. 15 - 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, zróżnicowane 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.

Stypizowane czyny nieuczciwej konkurencji

Art. 16 - Czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest w szczególności:

- 1) reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka;
- 2) reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi;
- 3) reklama odwołująca się do uczuć klientów przez wywoływanie lęku, wykorzystywanie przesądów lub łatwowierności dzieci;
- 4) wypowiedź, która, zachęcając do nabywania towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji;
- 5) reklama, która stanowi istotną ingerencję w sferę prywatności, w szczególności przez uciążliwe dla klientów nagabywanie w miejscach publicznych, przesyłanie na koszt klienta niezamówionych towarów lub nadużywanie technicznych środków przekazu informacji.

DOTACJE NA INNOWACJE

1. Rodzaje czynów nieuczciwej konkurencji w Internecie

1. Czyny nieuczciwej konkurencji dotyczące adresów domenowych
2. Czyny nieuczciwej konkurencji dotyczące mechanizmów wyszukiwarek internetowych
3. Czyny nieuczciwej konkurencji dotyczące odnośników (hiperlinków)

Czyny nieuczciwej konkurencji dotyczące adresów domenowych

- 1. cybersquatting - 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**
- 2. typosquatting – używanie domen internetowych z błędnie napisanym oznaczeniem innego przedsiębiorcy.**
- 3. rejestrowanie domen ośmieszających**
- 4. rejestrowanie jako domen nazw gatunkowych lub rodzajowych**

Cybersquatting

- „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” – wyrok 17/04/PA
- „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” – wyrok 64/06/PA

DOTACJE NA INNOWACJE



Typosquatting

- „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. Niewielkie różnice pomiędzy oznaczeniem przedsiębiorstwa i nazwą domeny zwłaszcza jej zapisem np. w formie fonetycznej modyfikacji znaku lub z celowym błędem literowym nie wyłączają istnienia podobieństwa.” – wyrok 05/04/PA

→ Naruszenie art. 5 oraz 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

- www.mon.pl : WOJCIECH SAWICKI, IPN WSPÓŁPRACA WOJCIECHA JARUZELSKIEGO Z ORGANAMI INFORMACJI WOJSKOWEJ W ŚWIETLE MATERIAŁÓW WSCHODNIONIEMIECKIEJ STASI (STUDIUM ŹRÓDŁOZNAWCZE)

Domeny ośmieszające

- Dodanie do znaku towarowego słowa lub wyrażenia, które godzi dobre imię uprawnionego do tego znaku, może zostać zakwalifikowane jako rozpowszechnienie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji o innym przedsiębiorcy w celu przysporzenia korzyści bądź też wyrządzenia szkody, co spełnia przesłanki z art. 14 u.z.n.k. Ponadto, o ile posługiwanie się taką domeną zostanie ocenione jako reklama wprowadzająca klientów w błąd i mogąca przez to wpłynąć na ich decyzje co do nabycia towaru, ochrony będzie można poszukiwać na gruncie art. 16 ust 1 pkt 2

DOTACJE NA INNOWACJE



Nazwy gatunkowe i rodzajowe

- **powszechnie stosowana praktyka używania w adresach internetowych pojęć gatunkowych co do zasady nie pozostaje w sprzeczności z regułami uczciwej konkurencji. Regułą jest wolność zachowań. Jej ograniczenie wymaga zaistnienia szczególnych okoliczności**

Na przykładzie orzecznictwa niemieckiego : Sygnatura akt 33 O 286/00

2. Czyny nieuczciwej konkurencji dotyczące mechanizmów wyszukiwarek internetowych

- **Meta-tag- wykorzystanie cudzych oznaczeń jako element opisu strony WWW w języku HTML – widoczne tylko dla wyszukiwarek**
- **Key-words - umożliwienie reklamodawcom „wykupienie” konkretnego słowa lub frazy, by Ci mogli zareklamować swoje strony internetowe jeszcze na etapie wyszukiwania**

Meta-tag

- Sąd Okręgowy w Poznaniu uznał, iż to działanie wypełnia przesłanki art. 16. ust 1 pkt 2 u.z.n.k., który stanowi, że czynem nieuczciwej konkurencji jest reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi.
- Posiadanie przez podmioty gospodarcze stron internetowych służy ich skuteczniejszemu kontaktowi z klientami, a zważywszy na treść i informacje zawarte na tych stronach, jest to forma reklamy - uzasadnił sąd. Podkreślił, że sporne wyrażenie nie jest zwrotem zwyczajowym, którego użycie mogłoby być usprawiedliwione

Dodatkowo:

Takie zachowanie można zakwalifikować z art. 10 u.z.n.k., zgodnie z którym oznaczenie towarów lub jego brak, który może wprowadzić klientów w błąd co do ich pochodzenia stanowi czyn nieuczciwej konkurencji.

DOTACJE NA INNOWACJE

Keywords

- **Odpłatne umożliwianie reklamodawcom zamieszczania reklam swoich towarów lub usług na stronie, która została wyświetlona w związku z poszukiwaniem przez użytkownika znakiem towarowym lub firmą, naraża renomę znaku towarowego lub firmy podmiotu uprawnionego. Takie działanie będzie spełniało przesłanki art. 3. ust 1 u.z.n.k. jako niestypizowany czyn nieuczciwej konkurencji określany w doktrynie jako pasożytnictwo.**

Czyny nieuczciwej konkurencji dotyczące odnośników (hiperlinków)

- **Deep-linking (Głębokie odsyłacze)** – odsyłanie do jednej z podstron innego serwisu z pominięciem strony głównej
- **Framing** – odsyłanie do jednej z podstron w ramce, uniemożliwiającej identyfikację strony, do której prowadzi odesłanie

- **Celem stosowania *deep-links* jest wykorzystanie rezultatów pracy innego przedsiębiorcy. Takie zachowanie, tzn. nieuprawnione wykorzystanie dorobku lub renomy innego przedsiębiorcy może zostać zakwalifikowane jako sprzeczne z dobrymi obyczajami, co w konsekwencji oznacza, iż takie działanie można by zakwalifikować jako niestypizowany czyn nieuczciwej konkurencji z art. 3 ust 1 u.z.n.k w postaci pasożytnictwa.**

Framing

- **Niewątpliwie framing stanowi formę eksploatacji rezultatów cudzej pracy, czego nie można usprawiedliwiać powołując się zarówno na interesy użytkowników Internetu czy też na usprawiedliwione racje odsyłającego → art. 3 ust. 1**
- **Ponadto, przy spełnieniu dodatkowych przesłanek, będzie można zakwalifikować ten czyn jako delikt nieuczciwej konkurencji z art. 10 u.z.n.k., gdyż może się okazać, iż brak odpowiedniego oznaczenia towarów lub usług może wprowadzać klientów w błąd co do ich pochodzenia.**

IP Road Show Łódź 2010 Ochrona własności intelektualnej w MŚP i Komerccjalizacja badań naukowych 15 kwietnia 2010r.

Wnioski

E-mail: mwegierski@wpia.uni.lodz.pl

Dotacje na innowacje



**INNOWACYJNA
GOSPODARKA**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

