

Długa walka z nieuczciwą konkurencją

Wyrok w sprawie Cinkciarza zapadł po przeszło dziesięciu latach toczenia się sporu, a to jeszcze nie koniec.



MAJA ZIELŃSKA

aplikant adwokacki, Marszałek
& Partnerzy

Przed Sądem Okręgowym w Poznaniu 25 maja tego roku zapadł wyrok, który został przez szerokie grono prawników uznany za przełomowy. Spór toczył się pomiędzy spółką Cinkciarz.pl a firmą Currency One i dotyczył wykorzystywania przez konkurenta oznaczeń „cinkciarz” oraz „cinkciarz.pl”, jak i wyrazów podobnych, zapisanych z błędami jako słów kluczowych do reklamowania serwisów konkurenta w wyszukiwarce Google. Trwający przeszło dziesięć lat proces sądowy zwrócił uwagę prawników, przedsię-

biorców i specjalistów od reklamy, że walka z nieuczciwą konkurencją jest ważna i może przynieść pozytywne skutki. Sprawę cinkciarza można uznać za nietypową z uwagi na fakt ukazania w toku sporu, że walka z nieuczciwym konkurentem może się odbywać na różnych polach. Między dwiema stronami toczył się nie tylko spór o przedmiotowe nieuczciwe wykorzystanie oznaczeń kluczowych, ale również spór przed Naczelnym Sądem Administracyjnym oraz Trybunałem Sprawiedliwości Unii Europejskiej w sprawie unieważnienia znaku towarowego „cinkciarz” zarejestrowanego zarówno przed Urzędem Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej, jak i przed Urzędem Unii Europejskiej ds. Własności Intelaktuualnej (EUIPO). W toku postępowania Currency One starała się udowodnić niezasadność rejestracji znaku towarowego „cinkciarz”, z uwagi na jego opisowy charakter nawiązujący i kojarzący się z wymianą walut. Zarzuty Currency One nie znalazły poparcia w

wyżej wymienionych instytucjach, w konsekwencji czego nie doszło do unieważnienia znaku towarowego „cinkciarz”. Należy pamiętać, że uznanie znaku towarowego za opisowy w odniesieniu do towarów i usług, które znak ma za zadanie ochraniać, jest możliwe tylko wtedy, gdy uwzględniając odbiór przez właściwy kraj od-

nie wymiany walut, gdy w epoce PRL lub bezpośrednio po niej działalność ta była nielegalna oraz objęta monopolem państwa. Z tego względu określenie te jest fantazyjne, nawiązuje jedynie do wymiany walut, a jego bezpośrednie skojarzenie z towarem wymaga użycia przez konsumenta szerego rozumianego skojarzenia.

Stosowanie słów kluczy przy definiowaniu reklam jest praktyką niewątpliwie bardzo często stosowaną

biorców spornego oznaczenia, ma ono wystarczająco bezpośredni i konkretny związek z rozpatrywaną usługą, który pozwoli temu kręgowi natychmiast i bez głębszego zastanowienia dostrzec w nim opis tej usługi lub jednej z jej właściwości. Cinkciarz jest określeniem pochodzącym z epoki PRL-u, które odnosiło się do osoby, która pokątnie prowadziła nielegalną działalność w zakre-

Stosowanie słów kluczy przy definiowaniu reklam jest praktyką niewątpliwie bardzo często stosowaną.

Tym samym bardzo często zdarzają się przypadki, w których konkurencja podczas tzw. pozycjonowania wykorzystuje znaki towarowe, czy też nazwę swojego konkurenta, tak samo jak wyrazy podobne dla przykładu zapisane z tzw. literówką. Praktyka ta w

sposób ewidentny służy zwiększeniu szans konkurenta na sprzedaż własnej usługi oraz obniżenie szans na sprzedaż usługi właściciela używanych oznaczeń.

Nie ma wątpliwości, że „keyword advertising” jest praktyką dozwoloną, niemniej zakazane jest używanie słów kluczy, które zawierają oznaczenia konkurenta, jaki i wszelkich wyrazów do nich podobnych, na przykład zapisanych z błędami i literówkami.

Pomimo szerokiej skali problemu niewielu przedsiębiorców decyduje się na zastosowanie kroków prawnych wobec nieuczciwego konkurenta, z uwagi na fakt, że wiele firm nie wie, w jaki sposób takim praktykom przeciwdziałać, albo uznaje taki proces za nieopłacalny. Faktem jest, że procesy sądowe o takim charakterze są niezwykle skomplikowane, trudne do wodowo oraz czasochłonne. Przełomowy, jak się zdaje, wyrok w sprawie Cinkciarza zapadł po przeszło dziesięciu latach toczenia się między

stronami sporu i jak dobrze wiadomo, spór ten w najbliższym czasie nie będzie miał końca, z uwagi na fakt, że obie strony zadeklarowały chęć wniesienia apelacji. Jak do tej pory w Polsce oraz Europie, podobne spory między przedsiębiorcami kończyły się wyrokami zasądzającymi symboliczne kwoty odszkodowań. Prawdą jest, że stosowanie przez konkurentów takich samych bądź podobnie nieuczciwych praktyk w skali tak wielu lat doprowadzić może do nawet wielomilionowych strat notowanych po stronie właściciela naruszanego znaku towarowego. Stąd nasuwa się refleksja, która może dać do myślenia przedsiębiorcom, że warto podejmować trud i walczyć z nieuczciwymi konkurentami pomimo utrudnień, z uwagi na fakt, że bierna postawa może przynieść przedsiębiorstwu ogromne straty. Przełomowy wyrok w opisaną wyżej sprawie pokazał po raz pierwszy, że zasądzona kwota może być kwotą milionową. /©©