

Kraków dn. 27 lutego 2006 r.

Sąd Polubowny ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji, Warszawa ul. Nowogrodzka 31 pok. 200.

Wyrok Sądu Polubownego

wydany w Krakowie w dniu 27 lutego 2006 r.

Sąd Polubowny do Spraw Domen Internetowych w składzie:

Ewa Nowińska, arbiter Sądu Polubownego, po rozpoznaniu w dniu 27 lutego 2006 r. sprawy z powództwa:

Centrum Kardiologiczne KARDIOMED Lucja Kieras - Deżakowska ul. Małachowskiego 4, 41-200 Sosnowiec

przeciwko:

o ustalenie naruszenia praw w wyniku rejestracji domen kardiomed.pl oraz kardiomed.com.pl

działając na podstawie zapisu na Sąd Polubowny ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji

orzeka

1. Pozwany

, w wyniku rejestracji domeny „kardiomed.pl” i „kardiomed.com.pl” **bezprawnie naruszył prawa do nazwy handlowej Powoda poprzez zarejestrowanie wskazanych domen i posługiwanie się nimi dla indywidualizacji w obrocie firmy**, której nazwa wprowadza klientów (pacjentów) w błąd, naruszając art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, w szczególności zasadę postępowania zgodnie z dobrymi obyczajami oraz zgodnie z prawem tj. art. 43.3. k.c. oraz art. 153 ustawy prawo własności przemysłowej.

2. Zasądza od Pozwanego

na rzecz Powoda Centrum Kardiologiczne KARDIOMED Lucja Kieras - Deżakowska kwotę 2500 zł (słownie: dwa tysiące pięćset złotych) tytułem kosztów postępowania

3. Zasądza od Pozwanego

na rzecz Powoda Centrum Kardiologiczne KARDIOMED Lucja Kieras - Deżakowska kwotę 854,00 zł. (słownie: osiemset pięćdziesiąt cztery złote) tytułem kosztów zastępstwa w postępowaniu arbitrażowym.

Uzasadnienie

1. Stan sprawy ustalony na podstawie pism procesowych.

W dniu 21 października 2005 r. do Sądu Polubownego ds. Domen Internetowych wpłynął pozew od firmy Centrum Kardiolog iczne KARDIOMED Lucja Kieras - Deżakowska przeciw . W pozwie tym Powód żąda stwierdzenia, że Pozwany w wyniku rejestracji domen internetowych: kardiomed.pl, kardiomed.com.pl naruszył jego prawa.

W uzasadnieniu Powód podnosi, iż :

1. Prowadzi w Sosnowcu od 1 marca 2001 r. działalność gospodarczą jako firma pod nazwą Centrum Kardiologiczne „Kardiomed”. Od początku swej działalności zajmował się, zgodnie z rejestracją usługami medycznymi dla ludzi, związanymi z chorobami serca. W swej działalności Powód używa skróconej nazwy handlowej: *KARDIOMED*. W piśmie datowanym na dzień 8 grudnia 2005 r. Powód podał dodatkowo dwa dokumenty wskazujące na to, iż zajmował się usługami medycznymi znacznie wcześniej, w zakresie kardiologii i chorób wewnętrznych tj. już od 20.12.1995 r., a wcześniej od wskazanej powyżej daty w gabinecie kardiologicznym od 1993 r.

2. W związku ze swoją działalnością gospodarczą uruchomił m.in. stronę internetową informującą klientów o zakresie prowadzonych usług medycznych. Ze względu na to, iż uprzednio zarejestrowane zostały domeny „*kardiomed.com.pl*” oraz „*kardiomed.pl*” przez Pozwanego, Powód prowadzi serwis internetowy pod adresem „*kardiomed.net*”.

3. W dniu 8 sierpnia 2001 r. Powód zgłosił do ochrony do Urzędu Patentowego RP znak towarowy „Kardiomed”, jako znak słowno-graficzny w klasie 44 - tj. usługi medyczne dla ludzi w gabinetach lekarskich, porady i opieka lekarska, diagnostyka medyczna, echokardiografia, ultrasonografia, elektrokardiografia, próby wysiłkowe, zapis pracy serca i ciśnienia, analizy medyczne, fizjoterapia, usługi paramedyczne. W dniu 5 czerwca 2005 r. Powód otrzymał decyzję z UP RP o udzieleniu prawa ochronnego na znak słowno - graficzny „Kardiomed”. Powód twierdzi, iż Pozwany składał mu propozycje odkupienia znaku towarowego „Kardiomed”.

4. Zdaniem Powoda Pozwany tj.

zarejestrowało domeny internetowe „kardiomed.pl” i „kardiomed.com.pl”, faktycznie na rzecz zakładu opieki zdrowotnej. W piśmie z dnia 8 grudnia 2005 r. Powód prostuje jednak nazwę właściciela spornych domen i zarazem pozwanego w niniejszym postępowaniu podając, iż jest nim

5. Zdaniem Powoda samo nazwanie firmy

świadczy o zamierzeniach osób zakładających tę firmę w innych niż wynajem lokali i sprzętu medycznego celu. Powód twierdzi, iż pod nazwą „Kardiomed”, oferowane są usługi medyczne dla ludzi o wysokim poziomie specjalizacji, jej założycielem są właściciele

. Powód ustalił bowiem, iż Pozwany prowadzi pod nazwą m.in. działalność w zakresie praktyki lekarskiej.

6. W związku z tym w ocenie Powoda, Pozwany posługuje się domenami dla oznaczenia działalności pokrywającej się z działalnością Powoda, a występowanie pod tą samą nazwą dwóch różnych firm jest mylące dla klientów.

7. W związku z udzieleniem Pozwanemu prawa ochronnego na znak słowno-graficzny „Kardiomed”, Powód wystąpił 14 listopada 2005 r. do Urzędu Patentowego ze sprzeciwem, podważającym prawo ochronne.

8. Jako podstawę prawną swych roszczeń Powód wskazał:

- art. 3 ust 1 i 2, art. 16 ust 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

art. 153 ust 1 i art. 154 pkt 3 ustawy prawo własności przemysłowej z dnia 30 czerwca 2000r.

W odpowiedzi na pozew, Pozwany wniósł o oddalenie powództwa i zasądzenie kosztów zastępstwa procesowego, podniósł, iż:

1. Prowadzi działalność na rynku polskim pod nazwą

od 6 czerwca 2001 r. w zakresie wynajmu lokali wraz z urządzeniami medycznymi, handlu hurtowego i detalicznego artykułami medycznymi i przemysłowymi. W praktyce Pozwany jest właścicielem sprzętu do diagnostyki medycznej oraz użytkownikiem pomieszczeń przeznaczonych do działalności medycznej, który to sprzęt i pomieszczenia **wynajmuje** lekarzom prowadzącym indywidualne i grupowe praktyki lekarskie. Jednym z podmiotów korzystających z usług Pozwanego jest

, które rozpoczęło swoją działalność 1 sierpnia 2001 r., Firma ta wynajmuje od Pozwanego budynki biurowe przy ul. w dla swojej siedziby ale nie wykonuje tam żadnych usług z tym związanych.

2. Pozwany zarejestrował sporne domeny internetowe, kolejno „*kardiomed.pl*” w dniu 19 kwietnia 2002 r. oraz „*kardiomed.com.pl*” w dniu 10 września 2002 r.

3. Witryna strony internetowej z użyciem spornych domen jego zdaniem nigdy nie została właściwie uruchomiona. Pozwany podjął starania ich uruchomienia i zlecił ich zaprojektowanie i wykonanie. Miały zostać uruchomione dwie witryny jedna pod domeną *kardiomed.pl* druga *kardiomed.com.pl*, z których jedna miała publikować materiały na temat profilaktyki chorób, porady i informacje o charakterze prozdrowotnym, na drugiej zaś miały być umieszczone informacje o działalności spółki, jej ofercie oraz *działalności praktyk lekarskich i przychodni dzierżawiących gabinety i sprzęt medyczny*. W związku z niezadowoleniem Pozwanego z wykonanej pracy przez wykonawców strony internetowej, strona nie została ukończona i na istniejącej stronie nie ma żadnych informacji poza nazwą. Pozwany twierdzi, iż kilkakrotnie proponował bezpłatne odstąpienie Powodowi jednej z domen.

4. W dniu 30 października 2002 r. Pozwany zgłosił znaki słowny „*Kardiomed*” i słowno-graficzny „*Kardiomed*” do ochrony w UP RP dla usług wynajmu lokali, w tym gabinetów do celów medycznych (klasa 36) oraz wynajmu sprzętu medycznego, urządzeń i

aparatury medycznej (klasa 44). 11 sierpnia 2004 r. decyzją UP RP udzielono prawa ochronnego na znak słowno-graficzny „Kardiomed” na rzecz Pozwanego.

5. W dniu 16 września 2004 r. zgłosił znak słowny „Kardiomed” do ochrony w UP RP dla usług polegających na zgrupowaniu na rzecz osób trzecich różnych towarów i usług w celu ich oglądania i nabywania, używając środków telekomunikacji, w tym strony WEB dotyczącej towarów i usług o charakterze medycznym i prozdrowotnym oraz reklamie za pośrednictwem sieci komputerowej (klasa 35). Zamierzeniem Pozwanego jest bowiem uruchomienie witryny internetowej pozwalającej na sprzedaż internetową specjalistycznego sprzętu medycznego.

6. Nie prowadzi i nie prowadził działalności o charakterze medycznym, czyli polegającej na diagnostyce, leczeniu, opiece nad pacjentami. Jest tylko i wyłącznie właścicielem sprzętu do diagnostyki medycznej oraz użytkownikiem pomieszczeń przeznaczonych do działalności medycznej, które to wynajmuje lekarzom specjalistom.

7. Pierwszy zapewnił sobie używanie w obrocie domen internetowych z użyciem słowa „kardiomed” odpowiednio z końcówką „.pl” i „.com.pl”, nie tamując jednocześnie tej możliwości dla domen z użyciem tego słowa i innej końcówki, co też Powód wykorzystał i zarejestrował domenę „kardiomed.net”

8. Nie eksploatuje zarejestrowanych na swoją rzecz domen internetowych i z całą pewnością nie reklamuje działalności o charakterze medycznym.

Strony poddały rozstrzyganie sporu Sądowi Polubownemu ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji.

Ocenie prawnej w powyższym stanie faktycznym będzie podlegała kwestia, czy posługiwanie się przez Pozwanego zarejestrowanymi uprzednio domenami „kardiomed.com.pl” oraz „kardiomed.pl”, które są jednocześnie chronionymi na rzecz dwóch stron sporu, choć w różnym zakresie, znakami towarowymi oraz nazwami handlowymi - narusza prawa Powoda.

Sąd ustalił następujący stan faktyczny:

1. Powód od marca 2001 r. prowadzi działalność gospodarczą jako firma *Centrum Kardiologiczne Kardiomed*. Przedmiotem tej działalności jest świadczenie usług medycznych dla ludzi w zakresie schorzeń sercowych. Uprzednio działalność ta była wykonywana przez Powoda, ale bez posługiwania się wskazaną nazwą handlową.

2. Powód w dniu 8 sierpnia 2001 r. zgłosił do ochrony do Urzędu Patentowego RP znak

towarowy „Kardiomed”. Znak został zgłoszony jako znak słowno-graficzny w klasie 44 - tj. usługi medyczne dla ludzi w gabinetach lekarskich, porady i opieka lekarska, diagnostyka medyczna, echokardiografia, ultrasonografia, elektrokardiografia, próby wysiłkowe, zapis pracy serca i ciśnienia, analizy medyczne, fizjoterapia, usługi paramedyczne. W dniu 5 czerwca 2005 r. Powód otrzymał decyzję z UP RP o udzieleniu prawa ochronnego na ten znak. Powód twierdzi, iż Pozwany składał mu propozycje odkupienia znaku towarowego „Kardiomed”.

3. Powód zarejestrował domenę: „kardiomed.net” i posługuje się nią w obrocie.

4. Pozwany prowadzi działalność na rynku polskim pod nazwą

od 6 czerwca 2001 r. w zakresie wynajmu lokali wraz z urządzeniami medycznymi, handlu hurtowego i detalicznego artykułami medycznymi i przemysłowymi. W praktyce Pozwany jest właścicielem sprzętu do diagnostyki medycznej oraz użytkownikiem pomieszczeń przeznaczonych do działalności medycznej, który to sprzęt i pomieszczenia wynajmuje lekarzom prowadzącym indywidualne i grupowe praktyki lekarskie.

5. Pan prowadzący działalność pod nazwą

zgodnie z zaświadczeniem wydanym przez Prezydenta Miasta m.in. działalność w zakresie praktyki lekarskiej.

6. Pozwany w dniu 30 października 2002 r. zgłosił znaki: słowny „Kardiomed” i słowno-graficzny „Kardiomed” do ochrony w UP RP dla usług wynajmu lokali, w tym gabinetów do celów medycznych (klasa 36) oraz wynajmu sprzętu medycznego, urządzeń i aparatury medycznej (klasa 44). 11 sierpnia 2004 r. decyzją UP RP udzielone zostało prawo ochronne na znak słowno-graficzny „Kardiomed” na rzecz Pozwanego.

7. Pozwany w dniu 16 września 2004 r. zgłosił kolejny znak słowny „Kardiomed” dla ochrony w UP RP dla usług polegających na zgrupowaniu na rzecz osób trzecich różnych towarów i usług w celu ich oglądania i nabywania, używając środków telekomunikacji, w tym strony WEB dotyczącej towarów i usług o charakterze medycznym i prozdrowotnym oraz reklamie za pośrednictwem sieci komputerowej (klasa 35).

8. Strona pozwana zarejestrowała sporne domeny internetowe, kolejno „kardiomed.pl” w dniu 19 kwietnia 2002 r. oraz „kardiomed.com.pl” w dniu 10 września 2002 r.

9. Pozwany w praktyce wykorzystuje domenę „Kardiomed.pl”; na stronie internetowej obok firmy Pozwanego umieszczona nazwa

, które jak sam Pozwany wskazuje świadczy usługi medyczne o wysokim stopniu specjalizacji i standardzie.

Wszystkie wyżej wskazane okoliczności zostały potwierdzone w pismach stron, znajdujących się w dostarczonych aktach sprawy.

Sąd zważył co następuje;

Powód wskazał w żądaniu pozwu jako podstawę swych roszczeń przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji tj. art. 3 ust 1, 2 i art. 16 ust 1 pkt 1 i ustawę prawa własności przemysłowej tj. art. 153 ust 1 i art. 154 pkt 3.

1. W zakresie zarzutów opartych na naruszeniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji należy podnieść, iż regułą rynku konkurencyjnego w państwie prawa jest uczciwe rywalizowanie. Na straży tej zasady stoją przepisy zwalczające przejawy nieuczciwie prowadzonej rywalizacji, której celem jest „*wdzieranie się*” w klientelę zdobytą przez innego przedsiębiorcę. Klientela decyduje o powodzeniu gospodarczym danego przedsięwzięcia (por. A. Kraus, F. Zoll, Polska ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Poznań 1929, s. 29, 166).

W nowszej literaturze odchodzi się od tradycyjnego ujęcia klienteli, rozumianej jako siły atrakcyjnej przedsiębiorstwa wskazując, iż jest to krąg rzeczywistych lub potencjalnych nabywców towarów lub odbiorców usług (por. M. Późniak - Niedzielska, Dobra niematerialne przedsiębiorstwa państwowego, Warszawa-Łódź 1990, s. 26). Niezależnie od zdefiniowania roli klientów, stanowią oni grupę docelową działań przedsiębiorcy. Stąd - jak podkreśla się w doktrynie - przedsiębiorca dysponuje instrumentami prawnymi przeciwko zachowaniom, które prowadzą do przejęcia jego klienteli, np. jeżeli konkurent bezprawnie posługuje się jego znakiem towarowym, firmą lub godłem (por. J. Szwaia w: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Komentarz, Warszawa 2000 r., s.99).

Podstawowym przepisem wskazującym na zakres niedozwolonych działań jest art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, zgodnie z którym *czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta*. Dla postawienia odpowiedniego zarzutu niezbędne jest, **aby czyn był bezprawny**. Ma to miejsce wówczas, gdy jest on sprzeczny z prawem lub z dobrymi obyczajami.

Dobre obyczaje są wskazówką postępowania istniejącą obiektywnie; na gruncie „starej” ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przyjmowano, iż wskazówka ta zawarta jest w „*poczuciu etycznym społeczeństwa*” (A. Krauss, F. Zoll, po. cit. s 171), zaś miarą wymagań etycznych był przeciętny poziom moralny, właściwy godziwemu życiu zarobkowemu i gospodarczemu.

Obecnie wyraża się pogląd, iż właściwe jest raczej kryterium ekonomiczno-funkcjonalne, nie pozostające przecież w sprzeczności z tradycyjnym rozumieniem klauzuli dobrych obyczajów (por. J. Szwaia, po. cit. s. 127), gdyż także w świetle tego miernika

prowadzenie działalności gospodarczej z naruszeniem zasad etycznych np. przez wykorzystanie cudzej renomy, tzw. (konkurencja pasożytnicza) - będzie uznane za czyn nieuczciwej konkurencji. Kryterium to wymaga także aby konkurencja była przejrzysta i rzetelna.

Tak więc konkurencja polegać powinna na **niezafałszowanym** współzawodnictwie jakością, cenę i innymi, pożądanymi przez klientów cechami oferowanych towarów i usług.

Skutki działań przedsiębiorcy oceniane są poprzez pryzmat stanu świadomości modelowego, przeciętnego uczestnika rynku, jego zdolności percepcji, spostrzegawczości; za odpowiednim stanowiskiem zawartym w szczególności w orzecznictwie unijnym, jest to obecnie osoba przeciętnie poinformowana, uważna i ostrożna, stopień poinformowania przez przedsiębiorcę o cechach towarów oraz o ich producencie decyduje o tym, czy można przedsiębiorcy skutecznie określony zarzut postawić (por. E. Nowińska, M. du Vall, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Warszawa 2001 r., s. 37)

Aktualnie wskazane powyżej zasady uczciwej konkurencji, ze względu na rozwój nowych technologii oraz coraz większe znaczenie stron www w obrocie gospodarczym, powinny znaleźć zastosowanie i być przyjętą normą wśród przedsiębiorców prowadzących działalność konkurencyjną także na tej płaszczyźnie.

Jak wskazuje stan faktyczny niniejszej sprawy, 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 towarowy, 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.

2. Mając powyższe na uwadze stwierdzić należy, iż naruszenie przez pozwanego praw powoda polega po pierwsze, na naruszeniu dobrych obyczajów polegających na tym, iż nowo pojawiający się przedsiębiorca powinien nadać oryginalny charakter, odróżniający jego firmę od innych, wcześniej istniejących na rynku. Po drugie, poprzez zachowanie sprzeczne z prawem

polegające na naruszeniu art. 43.3 k.c, w szczególności zasady prawdziwości firmy.

Regułą jest bowiem, że zawsze tam gdzie dwaj przedsiębiorcy używają **tej samej nazwy (lub bardzo zbliżonej), to prawo tego, który był na rynku wcześniej zostaje co najmniej zagrożone**. Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Najwyższego, niepodważonym w doktrynie, naruszenie prawa do nazwy może nastąpić również wtedy, gdy osoba trzecia używa tylko jej części.

Istota naruszenia prawa w ocenianej sprawie zasadza się jednak przede wszystkim na **naruszeniu zasady prawdziwości firmy**. Zgodnie bowiem z doktryną „firma spółki handlowej powinna być zgodna z rzeczywistym stanem faktycznym i prawnym. **Wymaganie to określa się jako zasadę prawdziwości firmy**. Respektowanie tej zasady ma na celu ochroną uczestników rynku czyli konkurencyjnych przedsiębiorców oraz klientów. Po pierwsze, firma powinna pozwalać na identyfikację spółki, której stanowi nazwę oraz jej przedsiębiorstwa. Winna ona jednocześnie informować o rodzaju spółki. **Po drugie, firma nie może wprowadzać w błąd** Pożądaną, chociaż nie nakazaną przez przepisy prawa firmowego, jest zamieszczanie w formie mającej na celu bliższe oznaczanie samej spółki oraz jej przedsiębiorstwa, a zwłaszcza jej przedmiotu. Firma może mieć brzmienie nie zawierające informacji odnoszących się do przedmiotu działalności gospodarczej, jej rodzaju (...). **Jeżeli jednak umieszczono w niej jakiegokolwiek elementy na nie wskazujące, to nie mogą one być zdolne do wprowadzenia w błąd osób trzecich, przede wszystkim klientów**”(Kodeks Handlowy. Komentarz. Tom I Sołtysiński, Szajkowski, Sołtysiński s.300).

W niniejszej sprawie Pozwany posługuje się domenami *kardiomed.pl* i *kardiomed.com.pl* dla identyfikacji w obrocie gospodarczym swojej nazwy handlowej tj.

Wskazana nazwa handlowa w sposób oczywisty wprowadza w błąd klientów (pacjentów), poszukujących usług medycznych. Nikt bowiem z przeciętnych uczestników rynku (pacjentów), a nawet i osób zorientowanych w tej specjalizacji niewątpliwie nie skojarzy, iż Pozwany prowadzi działalność polegająca na dostawie, wynajmie sprzętu medycznego oraz lokali dla lekarzy, ale wręcz odwrotnie pomyśli, iż prowadzi działalność w zakresie usług medycznych, co zresztą jest zgodne z prawdą. Jeden bowiem ze współwłaścicieli

tj. prowadzi działalność w zakresie praktyki lekarskiej. Pomimo więc twierdzeń Pozwanego, nazwa handlowa towarzysząca domenie nie wskazuje w żaden sposób na rodzaj prowadzonej przez niego działalności. Połączenie charakterystycznej, czytelnej zbitki słownej „*kardiomed*” z figurującymi w nazwie domeny firmami sugeruje, zresztą zgodnie z prawdą że Pozwany prowadzi działalność medyczną przez co narusza dobre obyczaje polegające na takim używaniu oznaczeń indywidualizujących (w tym nazwy czy znaków towarowych), które nie zakłócają przejrzystości rynku. Poza sporem zostaje

powstaje fakt, iż nazwa „kardiomed” była używana przez Powoda jako pierwszego. Potencjalną możliwość wprowadzenia w błąd potęguje fakt, iż po otwarciu strony internetowej pod wskazaną domeną pojawiła się jednocześnie inna firma tj.

która bezspornie, co zostało wskazane przez Pozwanego w pismach procesowych, zajmuje się świadczeniem usług medycznych.

Pozwany nie wskazał żadnej okoliczności uchylającej bezprawność działania, w rozumieniu Kodeksu cywilnego.

Tym samym zarejestrowanie przez Pozwanego domeny naruszają zasady uczciwej konkurencji, stanowiąc delikt nieuczciwej konkurencji, określony w art. 3 ustawy. Możliwość zastosowania tych przepisów także do oznaczeń domen jest na gruncie polskiego systemu prawnego - oczywista.

Kwestia używania chronionego znaku towarowego w zakresie usług leżących w profilu działalności Pozwanego, w klasach dla których udzielono ochrony pozostaje w tym stanie faktycznych - poza oceną.

W pozostałym zakresie tj. na podstawie dalszych, wskazanych przez Powoda podstaw prawnych niniejsze powództwo nie może zostać uwzględnione.

Materiał dowodowy w sprawie nie pozwala bowiem na przyjęcie, iż Pozwany swoim zachowaniem naruszył art. 16 ust 1 i ust 2. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie podaje wprawdzie żadnej ustawowej definicji reklamy. W literaturze wyrażone są w tej mierze różne poglądy. Syntetyczne określenie zawiera dyrektywa nr 84/450/EWG, gdzie za reklamę uważa się „każdą wypowiedź, której celem jest promocja towarów lub usług”. Na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji za reklamę należy uznać świadome działanie przedsiębiorcy zmierzające do promowania towarów lub usług przez wskazanie na ich cechy w taki sposób, aby wywołać lub wzmocnić określone potrzeby u klientów (pacjentów). W orzecznictwie wskazano, iż pojęcie „reklama” oznacza wszelkie działania przedsiębiorcy mające kształtować popyt poprzez poszerzanie wiedzy przyszłych nabywców o towarach (usługach), w celu zachęcania ich do nabywania towarów właśnie od tego, a nie innego przedsiębiorcy (wyrok NSA z dnia 10 listopada 1998 r., I SA Ku 1030/98, niepublikowany). Powód w niniejszym postępowaniu nie udowodnił aby Pozwany posługiwał się domeną w sposób reklamowy w jednej z form opisanych powyżej. Nie ma dowodu na to, aby Pozwany posługiwał się w celach reklamowych domeną ponieważ po wyświetleniu strony www pojawia się tylko nazwa firmy a brak jest jakiegokolwiek innej informacji, którą można traktować w kategorii reklamy.

Na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego stwierdzić można, iż zachowanie Pozwanego narusza przepisy ustawy prawo własności przemysłowej. Obie strony postępowania dysponują prawami ochronnymi na znaki towarowe słowno - graficzne "kardiomed". Zgodnie z art. 153 ust 1 ustawy „przez uzyskanie prawa ochronnego nabywa się prawo wyłącznego używania znaku towarowego w sposób zarobkowy lub zawodowy na całym obszarze Rzeczypospolitej Polskiej”.

Prawo własności przemysłowej utrzymuje co do zasady, specjalizację prawa ochronnego na znak towarowy. Z punktu widzenia uprawnionego do znaku oznacza to, iż „zawłaszcza” on tylko towary wskazane w rejestrze. Przyjęcie takiej zasady jest konsekwencją tego, iż przyjmuje się, że uprawniony jest związany dokonaniem wyborem zarówno co do formy przedstawionej znaku, jak i towarów, dla których ją zastrzegł. Zasadę specjalizacji złamana jest w stosunku do znaków towarowych renomowanych, nie będzie to jednak kwestią bliższego przedstawienia ponieważ w rozpatrywanej sprawie znaki towarowe do tej kategorii nie należą.

Dla oceny przedmiotowej sprawy istotne jest to, że zakresy uzyskanej rejestracji dla obu stron postępowania są różne. Faktycznie jednak Pozwany posługuje się zarejestrowanym znakiem towarowym w sposób wykraczający poza uzyskane prawo wyłączone. Jak bowiem zostało wykazane zaświadczeniem wystawionym przez Prezydenta Miasta z dn. 11 stycznia 2006 r. jeden ze współników spółki cywilnej tj. (Pozwany) prowadzi w ramach spółki cywilnej pod nazwą

od 7 marca 2001 r. następującą działalność:

- **praktykę lekarską**, wynajem nieruchomości na własny rachunek, wynajem pozostałych maszyn i urządzeń, sprzedaż hurtowa wyrobów farmaceutycznych, medycznych i ortopedycznych, sprzedaż detaliczna wyrobów medycznych i ortopedycznych.

W tym stanie rzeczy Pozwany posługuje się zarejestrowanym na swoją rzecz znakiem towarowym w sposób wykraczający poza zakres uzyskanej ochrony, a to w zakresie praktyki lekarskiej i bezpośrednio wkraczający w zakres ochrony przysługujący Powodowi. Dostarczone dowody wskazują więc na to, iż Pozwany posługuje się zarejestrowanym na jego rzecz znakiem towarowym słowno-graficznym „kardiomed” w sposób sprzeczny z prawem tj. wykraczającym poza prawo ochronne.


POLSKA IZBA INFORMATYKI I TELEKOMUNIKACJI
SACI PRACOWNIKÓW I DOMEN INTERNETOWYCH
00-511 Warszawa ul. Jagiellońska 31, pok. 200 (II piętro)
NIP 526-12-89-338
tel./fax (22) 621-35-64

Ireneusz Matusiak
PRZEWODNICZĄCY
Komisji Arbitrażowej PIIT

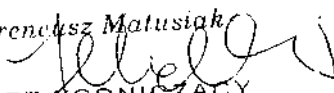
61

Reasumując:

Zarejestrowanie przez Pozwanego domen „kardiomed.pl” oraz „kardiomed.com.pl” i posługiwanie się nimi dla indywidualizacji w obrocie firmy, której nazwa wprowadza klientów (pacjentów) w błąd - narusza art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, w szczególności zasadę postępowania zgodnie z dobrymi obyczajami oraz zgodnie z prawem, w tym przypadku zgodnie z prawem do własnej firmy. Rejestracja ta narusza także art. 153 prawa własności przemysłowej.


Prof. UJ dr hab. Ewa Nowińska

POLSKA IZBA INFORMATYKI I TELEKOMUNIKACJI
SĄD POCZTOWY DS. DOMEN INTERNETOWYCH
00-511 Warszawa, ul. Wesołogrodzka 31, pok. 200 (II piętro)
NIP 526-12-89-338
tel./fax (22) 621-35-64


Ireneusz Matusiak
PRZEWODNICZĄCY
Komisji Arbitrażowej PIIT