

Kraków dn. 10 grudnia 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 10 grudnia 2006 r.

Sąd Polubowny do Spraw Domen Internetowych w składzie:
Ewa Nowińska, arbiter Sądu Polubownego, po rozpoznaniu w dniu 4 grudnia 2006 r. sprawy z powództwa:
Bileteria sp.z o.o. ul. Chmielna 5/7, lok.206,00-081 Warszawa

przeciwko:

Agencji Kontakt Dariusz Bartyś, zam. ul. Bednarska 19/19A, miejsce prowadzenia działalności PKiN Pl. Defilad 1,00-901 Warszawa

**o ustalenie naruszenia praw w wyniku rejestracji przez pozwanego domen
bileteria.pl, bileteria.com.pl**

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

orzeka

1. Pozwany tj. Agencja Kontakt Dariusz Bartyś, prowadzący działalność pod adresem PKiN Pl. Defilad 1,00-901 Warszawa, w wyniku rejestracji domen „bileteria.pl” i

„bileteria.com.pl” naruszył prawa powoda tj Bileteria sp.z o.o. ul. Chmielna 5/7,lok.206,00-081 Warszawa

2.Zasądza od Pozwanego tj. Agencja Kontakt Dariusz Bartyś, prowadzącego działalność pod adresem PKiN Pl. Defilad 1,00-901 Warszawa, na rzecz powoda Bileteria sp. z o.o. ul. Chmielna 5/7,lok.206,00-081 Warszawa, kwotę 6.364,70zł (słownie: sześć tysięcy trzysta sześćdziesiąt cztery złotych, 70/00 gr) tytułem kosztów postępowania, zgodnie z przedstawionym przez powoda zestawieniem kosztów postępowania

Uzasadnienie

Stan sprawy ustalony na podstawie pism procesowych.

W dniu 7 czerwca 2006 r do Sądu Polubownego ds. domen internetowych wpłynął pozew od firmy Bileteria sp. z o.o. siedzibą w Warszawie. W pozwie tym powód żąda stwierdzenia, że pozwany w wyniku rejestracji domen internetowych „bileteria.pl” oraz „bileteria.com.pl” - naruszył jego prawa.

W uzasadnieniu powód podnosi, iż:

Od 1997 r. prowadzi działalność gospodarczą – początkowo w formie jednoosobowej pod nazwą: *Agencja Reklamy Point* Wojciech Wojewódzki, zaś od 10 stycznia 2002 r. w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Przedmiotem jego działalności jest i była sprzedaż biletów na różnego rodzaju imprezy masowe, spektakle, koncerty. Powód używał oznaczenie „*bileteria*” we wpisie do ewidencji działalności gospodarczej oraz posługiwał się nim od początku działalności w związku z zawieraniem transakcji handlowych z kontrahentami, do których należał m.in. Empik sp. z o.o.

W ocenie powoda oznaczenie to poprzez długoletnie stosowanie cechuje renoma.

W dniu 24 kwietnia 2002 r. dokonał on w Urzędzie Patentowym RP zgłoszenia do rejestracji słownego znaku towarowego „*Bileteria*”, zaś 19 lipca 2004r zgłosił znak towarowy „*Bileteria*” w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego (OHIM) celem

uzyskania ochrony jako znaku towarowego Wspólnoty. Powód twierdzi, że dokonał zgłoszenia znaków po upływie tylu lat, ponieważ przez długoletnie i intensywne używanie oznaczenie „bileteria” nabrało zdolności odróżniającej, która jest elementem zasadniczym dla uzyskania rejestracji znaków. Rejestrację w Urzędzie Patentowym RP powód uzyskał 30 czerwca 2005 zaś w OHIM-ie - 23 stycznia 2006 r .

Powód podkreśla, że strony postępowania znają się od wielu lat, gdyż przedmiotem działalności pozwanego jest również sprzedaż biletów do teatrów i innego rodzaju imprez okolicznościowych. Powód twierdzi, iż pozwany zaproponował mu z końcem lat 90-tych podjęcie wspólnego przedsięwzięcia, polegającego na sprzedaży biletów za pośrednictwem Internetu. Powód propozycję tę odrzucił, zaś sam rozpoczął w 2000 r sprzedaż biletów w taki właśnie sposób .

Po tych nie udanych negocjacjach, pozwany w 1999 r zarejestrował domeny internetowe „bileteria.pl” oraz „bileteria.com.pl”, uruchamiając ich sprzedaż w Pałacu Kultury i Nauki.

Powód od stycznia 2006 r. wzywa pozwanego do zaprzestania posługiwania się oznaczeniem „bileteria” powołując się na naruszenie jego praw wyłącznych do znaku towarowego. W reakcji na to pozwany od 5 kwietnia 2006 r zaprzestał używania nazwy „bileteria” w postaci domen internetowych, jak i takiego oznaczania swojego punktu sprzedaży biletów w Pałacu Kultury i Nauki. Poinformował równocześnie powoda, że aktualnie posługuje się domeną „teatralium.pl”, „teatralium.com.pl”. Pomimo zaprzestania prowadzenia działalności z wykorzystaniem domen „bileteria.pl” i „bileteria.com.pl”, nadal jest upoważniony do nich.

Powód podał, iż zawsze reaguje na wszelkie próby niezgodnego z prawem posługiwania się oznaczeniem „bileteria”, w tym m.in. przeciw PLUS GSM w związku z kampanią SIMPLUSA.

Jako podstawę prawną swoich roszczeń powód wskazał:

- art. 153 i art. 154 w zw. z art. 296 ustawy Prawo własności przemysłowej z dnia 30 czerwca 2000 r.

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

Ireneusz Matusiak
PRZEWODNICZĄCY
Komisji Arbitrażowej PIIT

- art. 15 i art. 16 ust 2 , ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

W odpowiedzi na pozew, Pozwany podniósł iż zarejestrował domeny „*bileteria.pl*”, „*biletria.com.pl*” w NASK 18 stycznia 1999 r., a więc w zasadzie na początku swojej działalności. Do 2005 r. strony postępowania funkcjonowały na rynku równolegle i bezkonfliktowo. W ocenie pozwanego oznaczenie „*bileteria*” ma charakter silnie opisowy podobny do takich oznaczeń jak: kafeteria, biżuteria czy galanteria. Pozwany podał, iż wystąpił do UP RP z wnioskiem o unieważnienie prawa z rejestracji.

Wskazuje, że posługiwał się na szeroka „skalę” spornym oznaczeniem „*bileteria*”, propagując go na terenie całego kraju. Dodatkowo podkreśla także, że i inne podmioty, oznaczenie takie wykorzystują do celów komercyjnych np. Plus GSM dla Simplusa.

Okoliczności te w ocenie pozwanego przemawiają za tym, że rejestrując domeny „*bileteria.pl*” i „*bileteria.com.pl*” w 1999 r i posługując się nimi przez 7 lat robił to w dobrej wierze. Pozwany uważa, iż powód poprzez rejestrację oznaczenia „*bileteria*” w charakterze znaku towarowego i żądając zaprzestania posługiwania się nim chce doprowadzić do zjawiska znanego powszechnie jako „odwrotne piractwo internetowe” (reverse domain hijacking).

Pozwany wniósł o oddalenie powództwa.

Sąd ustalił następujący stan faktyczny:

Powód od 1997 r prowadzi działalność gospodarczą. Pierwotnie w formie jednoosobowej działalności pod nazwą Agencja Reklamy Point Wojciech Wojewódzki, zaś od 10 stycznia 2002 r, w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością.

Dowód:

- wypis z ewidencji działalności gospodarczej Powoda: 4 wrzesień 1997, 13 sierpień 1997, 21 lipiec 1998r.
- aktualny odpis KRS Powoda z dnia 20 marca 2006 r

Przedmiotem jego działalności jest i była sprzedaż biletów na różnego rodzaju imprezy masowe, spektakle, koncerty. Powód posługuje się oznaczeniem „*bileteria*” od 1997 r w zakresie prowadzonej działalności, zwłaszcza przy zawieraniu transakcji handlowych z kontrahentami, do których należał m.in. Empik sp. z o.o. oraz wiele innych, na co wskazują poniższe dowody.

Dowód:

- umowa z dnia 29 sierpnia 1997 r Powoda z Empik Sp. z o.o.
- od 1 - 33 z pisma z dnia 27 października 2006r., wskazujące na korzystanie z oznaczenia „*Bileteria*” przez powoda od 1997 roku.

Powód w dniu 24 kwietnia 2002 r. dokonał w Urzędzie Patentowym RP zgłoszenia rejestracji słownego znaku towarowego „*Bileteria*”, zaś 19 lipca 2004r zgłosił znak towarowy „*Bileteria*” w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego OHIM.

Dowód:

- podanie powoda o udzielenie prawa ochronnego na znak towarowy „*Bileteria*” z dnia 24 kwietnia 2002.
- potwierdzenie Urzędu Harmonizacji Rynku Wewnętrznego dotyczące wpłynięcia zgłoszenia wspólnotowego znaku towarowego „*Bileteria*” z dnia 26 lipiec 2004r.

Rejestrację w UP RP powód uzyskał 30 czerwca 2005 r, zaś w OHIM-ie - 23 stycznia 2006 r.

Dowód:

- decyzja Urzędu Patentowego o udzieleniu prawa ochronnego na znak towarowy „*Bileteria*” z dnia 30 czerwca 2005r.
- świadectwo ochronne nr 166829 z dnia 24 lutego 2006r.
- świadectwo rejestracji wydane przez Urząd Harmonizacji Rynku Wewnętrznego z dnia 23 stycznia 2006r.

Powód od stycznia 2006 r. wzywa pozwanego do zaprzestania posługiwania się oznaczeniem „bileteria” powołując się na naruszenie jego praw wyłącznych wynikających z rejestracji znaku towarowego.

Dowód:

- pismo z dnia 27 stycznia 2006 r.
- pismo z dnia 24 lutego 2006 r.

W reakcji na pismo powoda, pozwany od 5 kwietnia 2006 r. zaprzestał używania nazwy „BILETERIA” w postaci domen internetowych, jak i oznaczania swojego punktu sprzedaży biletów w Pałacu Kultury i Nauki.

Dowód:

- pismo z dnia 22 lutego 2006 r
- pismo z 5 kwietnia 2006 r

Sąd na podstawie dostarczonego przez powoda wykazu rejestracji stron internetowych pozwanego sprzed 5 kwietnia 2006 r stwierdza, że były one wykorzystywane w celach komercyjnych i reklamowych.

Dowód:

- płytka CD z archiwizowanymi stronami WWW pozwanego

Sąd z urzędu stwierdza, iż aktualnie pozwany nie korzysta z domen „bileteria.pl” i „bileteria.com.pl”, ale jest abonentem tych domen z uwagi na łączącą go umowę z NASK. Pozwany używa domen: „teatralium.pl” i „teatralium.com.pl”.

Dowód:

- oględziny strony internetowej z dnia 4 grudnia 2006 r.

Pozwany zarejestrował domeny „bileteria.pl”, „biletria.com.pl” w NASK 18 stycznia 1999 r.

Pozwany posługuje się od 1999 r oznaczeniem „bileteria”, propagując go na terenie całego kraju.

Dowód:

- załącznik nr 1 zawarty w odpowiedzi na pozew z dnia 18 sierpień 2006 r

Dodatkowo pozwany wskazuje także na inne podmioty, które posługują się na szeroką skalę tym oznaczeniem np. Plus GSM dla Simplusa.

Dowód:

- załącznik nr 2 - strona internetowa „*Bileteria Simplusa*”

Sąd zważył, co następuje:

Powód wskazał w żądaniu pozwu jako podstawę swoich roszczeń przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji tj art.15, art.16 ust 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz art. 153 w zw. z ar. 154 i art. 296 Prawo własności przemysłowej. Poniżej kolejno przepisy te zostaną omówione.

1. Materiał dowodowy w sprawie pozwala na przyjęcie, iż pozwany swoim zachowaniem naruszył art. 16 ust 1 i ust 2. Są to przepisy, które generalnie regulują zasady prowadzenia reklamy przez wszystkich przedsiębiorców i w odniesieniu do każdego produktu. Oczywiście, istnieje szereg przepisów zawartych w innych aktach prawnych dotyczących szczegółowych kwestii z zakresu prawa reklamy, niemniej ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji ma tu podstawowe znaczenie.

Ustawa ta nie m zawiera ustawowej definicji reklamy. W literaturze wyrażone są w tej mierze różne poglądy. Syntetyczne określenie zawiera dyrektywa nr 84/450/EWG regulująca kwestie związane z reklamą wprowadzającą w błąd, w której za reklamę uważa się „*każdą wypowiedź, której celem jest promocja towarów lub usług*”. Sięgając do dorobku doktryny i orzecznictwa 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. 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).

Adresy internetowe postrzegane są aktualnie jako atrakcyjne narzędzia reklamy i promocji. Strony www są bowiem nośnikiem informacji, a adres internetowy zachęca użytkowników do ich odwiedzania i skorzystania za jej pośrednictwem z prezentowanej tam oferty przedsiębiorcy. Z tego względu treść domeny podlega stosownym ocenom, płynącym ze wskazanej ustawy. Jeśli zatem elementem takiego adresu internetowego jest np. mylące oznaczenie przedsiębiorstwa lub inne oznaczenie wskazujące na źródło pochodzenia towarów i usług skutek taki wywołujące, to wówczas znajduje zastosowanie art. 16 ust 2 u.zn.k.

Powód w niniejszym postępowaniu przede wszystkim wykazał, iż sam posługuje się od lat w celach reklamowych spornym oznaczeniem „*bileteria*”, zaś pozwany dostarczył własne materiały reklamowe – potwierdzające tę okoliczność. Działalność reklamowa pozwanego mogła potencjalnie wprowadzić w błąd co do zakresu oferowanych usług powoda, w szczególności je zawęzić.

W ocenianym stanie faktycznym, jak wykazał powód oraz pozwany, pozwany posługiwał się w celach reklamowych m.in. spornymi domenami „*bileteria.pl*”, „*bileteria.com.pl*”. Zachowania tego wprawdzie zaniechał lecz nadal jest ich właścicielem i istnieje zarówno teoretyczna jak i praktyczna możliwość posłużenia się nimi w przyszłości. W związku z tym zachowanie pozwanego realizuje znamiona określone w art. 16 ust 2 u.zn.k.

2. Odnosząc się do zarzutu naruszenia art. 15 u.zn.k, Sąd uznaje go **za nieuzasadniony**.

Zgodnie bowiem z tym przepisem „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(...)

Ten czyn nieuczciwej konkurencji popełniony może być również za pośrednictwem Internetu. Skutecznym narzędziem walki konkurencyjnej prowadzonej za pośrednictwem Internetu jest rejestracja oryginalnej, wyróżniającej a przynależnej do konkurenta nazwy domeny internetowej, odpowiadającej bądź jego nazwie (firmie) bądź zarejestrowanemu znakowi towarowemu i posługiwanie się nim w obrocie w swoim adresie internetowym. Rejestracja takiej nazwy domeny zarówno w domenie ogólnej „com”, jak i polskiej „pl”, wyłącza w praktyce możliwość prowadzenia przez konkurencyjne przedsiębiorstwo działalności *on-line* pod najbardziej rynkowo korzystną nazwą własną, co zwykle pociąga za sobą niekorzystne konsekwencje. Przedsiębiorca, ten zwykle konkurencyjny, poprzez taką rejestrację, traci bowiem możliwość posługiwania się danym oznaczeniem, dla niego najbardziej charakterystycznym w Interencie.

Utрудnianie dostępu do rynku *on-line* nie wynika wprost z treścią wskazanego przepisu. Jest to jednak również „rynek” w jego rozumieniu. W związku z tym należy zauważyć, iż dla postawienia zarzutu w oparciu o wskazany przepis niezbędne jest wykazanie, że:

- zarejestrowanie domeny w określonym brzmieniu utrudnia dostęp do rynku innemu przedsiębiorcy,
- przedsiębiorcy rejestrującemu domenę nie przysługują prawa do posługiwania się nią.

Wobec braku orzecznictwa sądowego dotyczącego tego przepisu, za wypowiedziami zamieszczonymi w literaturze przyjmuję, iż działanie przedsiębiorcy (sprawcy) musi być w tym przypadku świadome (celowe), a więc cechujące się winą umyślną (por. E. Nowińska, M. du Vall, *Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, LexisNexis Warszawa 2005 r., s 569). Jeśli przyjąć, iż pozwany po uzyskaniu informacji o rejestracji znaku towarowego przez powoda zaprzestał używania w obrocie spornej

nazwy, to chociaż nadal figuruje jako uprawniony do niej w odpowiednim rejestrach, to jednak brak rzeczywistego korzystania z niej powoduje iż nie można skutecznie postawić zarzutu w oparciu o wskazany przepis ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

3. Na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego stwierdzić można, iż zachowanie pozwanego narusza także przepisy ustawy Prawo własności przemysłowej tj art. 296 ust 2, określającego *zasady ochrony znaku towarowego*. Zgodnie z art. 296 ust. 2, do naruszenia znaku dochodzi wówczas, gdy w obrocie gospodarczym *bezprawnie używany jest znak identyczny lub podobny do zarejestrowanego znaku w odniesieniu do identycznych towarów (pkt 1) lub znak identyczny lub podobny do zarejestrowanego znaku towarowego w odniesieniu do towarów identycznych lub podobnych jeżeli zachodzi ryzyko wprowadzenia odbiorców w błąd, które obejmuje w szczególności ryzyko skojarzenia znaku ze znakiem zarejestrowanym*.

Dla postawienia zarzutu niezbędne jest, aby działanie sprawcy było bezprawne pamiętając, iż po pierwsze, ustawa wskazuje zasady używania znaku przez uprawnionego (art. 154) oraz – po drugie, przypadki, w których jego monopol nie jest skuteczny (np. art. 156).

Uprawniony może bowiem **zakazać** osobom trzecim tylko takich działań, które objęte są jego **prawem wyłącznym** (por. U. Promińska, *Naruszenie prawa z rejestracji znaku towarowego w: Naruszenie praw na dobrach niematerialnych*, pod red. T. Szymanka, Warszawa 2001, s. 93).

Dla ustalenia, czy w konkretnym przypadku możliwe jest wystąpienie konfuzji w rozumieniu wskazanego przepisu, istotne jest ustalenie podobieństwa znaków i towarów oraz dokonanie charakterystyki kupującego, którego stan świadomości przesądza o istnieniu lub nie ryzyka pomyłki (por. U. Promińska, op. cit., s. 94 i n.). Jak podkreśla się w literaturze, **podobieństwo towarów nie może być oderwane od rynku, którego warunki, a zwłaszcza sposób dystrybucji i organizacja handlu, są tu istotne** (op. cit., s. 95).

Wskazuje się również najważniejsze zasady dotyczące oceny podobieństwa (por. U. Promińska, *Znak towarowy w: Prawo własności przemysłowej* pod red. U. Promińskiej, Warszawa 2004 r., s. 259 i n.). Należą do nich:

a) konieczność porównywania znaków „jako takich”, tzn. znaku chronionego w postaci zarejestrowanej i znaku używanego przez nieuprawnionego,

b) ocena ogólnego wrażenia, jakie wywołują znaki, a więc ocena syntetyczna, a nie analityczna

c) dokonywanie oceny podobieństwa znaków na płaszczyźnie słuchowej, wizualnej i znaczeniowej,

d) reguła, zgodnie z którą o podobieństwie decydują elementy zbieżne, a nie różnice

e) konieczność uwzględnienia siły odróżniającej znaku chronionego; im silniejsza zdolność odróżniająca znaku, tym większa podatność do skojarzenia,

f) konieczność uwzględniania renomy znaku; znak cieszący się renomą bardziej przyciąga uwagę kupujących, a więc sprzyja szybkiemu kojarzeniu z nim oznaczeń podobnych,

g) zalecenie porównywania znaków z uwzględnieniem warunków, w których oznakowane towary nabywa kupujący,

h) podobieństwo między towarami ocenia się z uwzględnieniem w szczególności sposobu wytworzenia, miejsca produkcji, cech charakterystycznych towarów, ich przeznaczenia, sposobu dystrybucji oraz występujących aktualnie praktyk handlowych.

Ocenie **nie podlegają przy tym te znaki lub ich elementy co do których nie można nabyć wyłączności** np. ze względu na konieczność pozostawienia ich domenie publicznej (*op. cit.*, s. 96). Do nich należą m.in. oznaczenia wskazujące na rodzaj towaru.

W szeregu orzeczeniach kwestią związaną z możliwością budzenia niedozwolonych skojarzeń zajmował się ETS. I tak, w wyroku z dnia 11 listopada 1997 r. w sprawie *Sabel BV przeciw Puma AG* (C – 251/95) Sąd ten stwierdził, iż kryterium niebezpieczeństwa skojarzenia musi być interpretowane w tym sensie, że możliwość samego skojarzenia przez odbiorców obydwu znaków towarowych ze względu na ich analogiczną zawartość znaczeniową, nie jest *per se* wystarczające do stwierdzenia istnienia niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd. Kierując się preambułą dyrektywy nr

84/450/EWG należy podkreślić, iż niebezpieczeństwo to zależy od wielu czynników faktycznych.

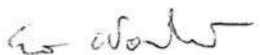
Rozpatrując niniejszą sprawę stwierdzić należy, iż pojęcie „użycie znaku towarowego w obrocie gospodarczym” w rozumieniu przepisów ustawy Prawo własności przemysłowej obejmuje także posługiwanie się nim w Internecie, w tym m.in. w adresie strony WWW. Podstawową przesłanką zastosowania art. 296 ust p.w.p. jest wykazanie bezprawności posługiwania się danym znakiem towarowym. Wykazanie bezprawności polega zaś na wskazaniu, że podmiot posługujący się w adresie strony WWW chronionym na rzecz innego podmiotu znakiem towarowym – nie posiada żadnej podstawy prawnej legitymującej go do posługiwania się nim.

W ocenianym stanie faktycznym zauważyć należy, że powód dysponuje prawem ochronnym na słowny znak towarowy „bileteria”. Znak ten został zarejestrowany zarówno przez polski Urząd Patentowy RP jak i przez unijny Urząd Harmonizacji Rynku Wewnętrznego. W tym stanie rzeczy, należy stwierdzić, że **pozwany poprzez użycie tego słowa w nazwie domeny, posługuje się zarejestrowanym na rzecz powoda znakiem towarowym, naruszając tym samym art. 296 ust 2 ustawy Prawo własności przemysłowej.**

Dopóki istnieje ważne prawo ochronne, dopóty uprawniony może skutecznie powoływać się na wyłączność używania stąd płynąca. Pozwany wprawdzie podniósł, iż korzysta ze środków przewidzianych ustawą dla unieważnienia prawa ochronnego, faktu tego jednak nie wykazał. Ponadto, wystąpienie przez pozwanego z wnioskiem o unieważnienie samo przez się nie sanuje jego postępowania. Niewątpliwie zatem na dzień orzekania pozwany narusza prawa powoda w rozumieniu art. 296 ust 2 p.w.p.

Reasumując zachowanie pozwanego polegające na rejestracji domen internetowych „bileteria.pl” i „bileteria.com.pl”, **narusza prawa powoda wskazane w pozwie chronione zarówno przepisami ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (art. 16 ust 2), jak i ustawy prawo własności przemysłowej (art. 296 ust 2).**

O kosztach postępowania orzeczono zgodnie z Regulaminem.
Mając powyższe na uwadze orzeczono jak w sentencji.



Prof. UJ dr hab. Ewa Nowińska

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

Ireneusz Matusiak
PRZEWODNICZĄCY
Komisji Arbitrażowej PIIT