



Domeny internetowe w firmie jako narzędzie marketingu i reklamy

W dobie stale rosnącego znaczenia Internetu jako platformy działalności handlu on-line oraz działalności promocyjno-reklamowej, kluczowe znaczenie odgrywa posiadanie własnej strony WWW za pośrednictwem której reklamowane, promowane i oferowane do sprzedaży są towary i usługi. Aby użytkownicy Internetu i potencjalni klienci mogli znaleźć stronę danego przedsiębiorstwa w sieci, musi być ona identyfikowana przez łatwy do zapamiętania, charakterystyczny adres z odróżniającą domeną internetową. Najlepiej, aby taka domena miała „intuicyjny” charakter tj. odpowiadała takiej domenie, jaką użytkownicy Internetu - szukając danego przedsiębiorstwa w sieci - „intuicyjnie” wpiszą do paska adresowego, bądź też domenie kojarzącej się z działalnością prowadzoną na stronie identyfikowanej przez tę domenę. Jak wskazuje praktyka, w przypadku przedsiębiorstw, „intuicyjnymi” domenami są takie, które odpowiadają ich znakom towarowym (np. wedel.pl), nazwie (np. onet.pl). Niezwykle atrakcyjne są także domeny odpowiadające nazwom rodzajowym, wskazujące na rodzaj działalności prowadzonej w powiązaniu z taką domeną (np. wakacje.eu, podatki.pl, nieruchomości.com.pl). Taka domena staje się często ważnym „łącznikiem” między użytkownikami Internetu (potencjalnymi klientami), a ofertą on-line przedsiębiorstwa, pełniąc rolę skutecznego narzędzia marketingowego, niejednokrotnie przesądzającego o sukcesie działalności prowadzonej „pod” daną domeną.

Dlatego dla wielu firm adresy internetowe ich stron www stają się ważnym elementem działalności, podobnie jak tradycyjne oznaczenia odróżniające (znaki towarowe, nazwy przedsiębiorstw), które obok podstawowej funkcji indywidualizującej towary, usługi i przedsiębiorstwa na rynku pełnią funkcje reklamową i stanowią podstawowe narzędzie komunikacji z klientami. Powszechnie, adresy stron www pojawiają się na papierze firmowym, ulotkach, banerach reklamowych nie tylko jako wskazówka, gdzie znaleźć daną stronę w sieci, ale jako zachęta do odwiedzenia strony danego przedsiębiorstwa i zapoznania się z zawartą na niej ofertą i treściami reklamowymi.

Z tego powodu ważne jest, aby firmy z jednej strony wiedziały jak skutecznie chronić swoją domenę, z drugiej zaś strony, jak posługiwać się domenami w sposób, który nie narusza praw wyłącznych osób



Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

trzecich (np. prawa ochronnego na znak towarowy, prawo do firmy itp.) lub przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

W tym kontekście należy pamiętać, że sama rejestracja domeny internetowej kreuje jedynie umowne prawa i obowiązki wynikające z umowy z rejestratorem (pośrednikiem) i nie powoduje powstania po stronie jej dysponenta żadnego wyłącznego prawa do domeny internetowej „jako takiej”. Chcąc chronić domenę przed użyciem przez osoby trzecie podobnych domen w sposób wprowadzający w błąd lub w celu reklamy swoich stron internetowych, należy uzyskać ochronę na drodze jej rejestracji w charakterze znaku towarowego lub ochronę taką nabyć w wyniku używania domeny w obrocie w charakterze oznaczenia odróżniającego przedsiębiorstwa.

Jak wynika z praktyki, oznaczenia mające postać adresu stron www, np. www.xyz.com, jako znaki nadające się do graficznego przedstawienia mogą być rejestrowane jako znaki towarowe lub usługowe, pod warunkiem, że są używane w charakterze znaku towarowego i mają charakter odróżniający w rozumieniu prawa znaków towarowych. Rekomendowanym trybem rejestracji jest zgłoszenie takiego oznaczenia w trybie znaku towarowego wspólnotowego w unijnym Urzędzie ds. Harmonizacji Rynku Wewnętrznego występującym obecnie również pod nazwą Urząd ds. Znaków Towarowych i Wzorów Unii Europejskiej (OHIM), który gwarantuje ochronę znaku na terenie całej UE. Uprawniony z tytułu prawa do domeny zarejestrowanej w charakterze znaku towarowego może sprzeciwiać się używaniu przez nieuprawnione osoby znaków identycznych lub podobnych do jego znaku dla towarów lub usług identycznych lub podobnych do tych, dla których został zarejestrowany znak, w sposób stwarzający niebezpieczeństwo wprowadzenia odbiorców w błąd, w tym także kwestionować używanie swojego znaku przez inny podmiot w celu reklamy. W oparciu o prawo do zarejestrowanego znaku towarowego mającego postać domeny, uprawniony do znaku może chronić domenę przed takim użyciem podobnej renomowanej domeny przez osobę trzecią, które przynosi jej dysponentowi nieuzasadnione korzyści lub jest szkodliwe dla odróżniającego charakteru lub renomy domeny.

Rejestrując domenę internetową i używając jej w obrocie należy mieć na uwadze ochronę oznaczeń odróżniających osób trzecich. Z tego powodu, przed dokonaniem rejestracji rekomendowane jest sprawdzenie (m.in. w bazach zarejestrowanych znaków towarowych), czy wybrana nazwa domeny nie koliduje ze znakiem towarowym, oznaczeniem przedsiębiorstwa, czy firmą innego podmiotu.



Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

Używanie w obrocie w charakterze domeny internetowej cudzego oznaczenia może spotkać się bowiem z zarzutem naruszenia prawa lub naruszeniem przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W tym kontekście warto zwrócić uwagę, że choć domeny stanowią ważne narzędzia reklamowe, w większości przypadków używanie domeny internetowej podobnej do cudzego oznaczenia „samo w sobie” nie będzie mieć charakteru wypowiedzi reklamowej i nie może być kwestionowane jako czyn nieuczciwej konkurencji w postaci reklamy wprowadzającej w błąd. Elementem każdej wypowiedzi reklamowej (reklamy) jest informacja o towarze (usłudze) oraz zachęta do jego/jej nabycia lub innego odpłatnego wykorzystania w formie sugestii lub wyraźnej perswazji, a samo umieszczenie w swojej domenie cudzego oznaczenia nie ma takiego charakteru. Zarzut reklamy wprowadzającej w błąd może być natomiast rozważany w sytuacji, gdy domena internetowa korespondująca z cudzym oznaczeniem jest używana w powiązaniu z wprowadzającymi w błąd treściami reklamowymi prezentowanymi na stronie identyfikowanej przez daną domenę.

Autor: dr Justyna Ożegalska – Trybalska

W ramach projektu zachęcamy do korzystania
z **bezpłatnych usług Wirtualnego Rzecznika Patentowego**
na www.marr.pl/rzecznik

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego
ul. Kordylewskiego 11, 31-542 Kraków
Tel.: (12) 417 74 22, 617 66 21
Fax: (12) 617 66 66