

## Branża internetowa wstrzymała oddech

Agata Kurek-Stec, Michał Strzelecki – Google nie narusza prawa ochronnego na znak towarowy poprzez oferowanie usługi AdWords, nie jest jednak zwolniony z odpowiedzialności za treści zamieszczane w ramach usługi – tak uznał 22 września br. Miguel Poiarses Maduro, adwokat generalny Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (ETS). Sprawa czeka teraz na wyrok ETS, który będzie miał istotne znaczenia dla całej branży

internetowej. Usługa AdWords polega na możliwości zarezerwowania przez reklamodawcę słowa kluczowego, którego wpisanie do wyszukiwarki internetowej powoduje wyświetlenie reklamy w postaci linku sponsorowanego obok naturalnych wyników wyszukiwania. Ponieważ jako słowo kluczowe bardzo często wybierany jest znak towarowy innego przedsiębiorcy, w wielu krajach Unii Europejskiej toczą się procesy sądowe – za-

równy przeciwko przedsiębiorcom wykorzystującym cudzy znak towarowy, jak też przeciwko Google. O poziomie kontrowersji związanych z tą tematyką świadczy fakt, że z pytaniami prejudycjalnymi o wykładnię przepisów prawa wspólnotowego do ETS zwróciły się do tej pory sądy aż czterech krajów UE: Francji, Niemiec, Holandii oraz Austrii (sąd brytyjski uczyni to w najbliższym czasie).

str. 2

# Branża internetowa wstrzymała oddech

**Google nie narusza prawa ochronnego na znak towarowy poprzez oferowanie usługi AdWords, nie jest jednak zwolniony z odpowiedzialności za treści zamieszczane w ramach usługi – tak uznał 22 września br. Miguel Poiares Maduro, adwokat generalny Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (ETS).**

Agata Kurek-Stec, Michał Strzelecki – Sprawa czeka teraz na wyrok ETS, który będzie miał istotne znaczenia dla całej branży internetowej.

## Rezerwacja słowa kluczowego

Usługa AdWords polega na możliwości zarezerwowania przez reklamodawcę słowa kluczowego, którego wpisanie do wyszukiwarki internetowej powoduje wyświetlenie reklamy w postaci linku sponsorowanego obok naturalnych wyników wyszukiwania. Ponieważ jako słowo kluczowe bardzo często wybierany jest znak towarowy innego przedsiębiorcy w wielu krajach Unii Europejskiej toczą się procesy sądowe – zarówno przeciwko przedsiębiorcom wykorzystującym cudzy znak towarowy, jak też przeciwko Google.

## Kontrowersje

O poziomie kontrowersji związanych z tą tematyką świadczy fakt, że z pytaniami prejudycjalnymi o wykładnię przepisów prawa wspólnotowego do ETS zwróciły się do tej pory sądy aż czterech krajów UE: Francji, Niemiec, Holandii oraz Austrii (sąd brytyjski uczyni to w najbliższym czasie). W niniejszej sprawie adwokat generalny odpowiedział na pytania zadane przez sąd francuski w trzech połączonych sprawach: C-236/08, C-237/09, C-238/09.

## Stracą posiadacze praw ochronnych

W zakresie dotyczącym naruszenia prawa do znaku towarowego konkluzje adwokata generalnego są niekorzystne dla posiadaczy praw ochronnych – jego zdaniem Google nie narusza prawa ochronnego na znak towarowy, udostęp-

niając użytkownikom usługę AdWords. Opinia wskazuje również na brak naruszenia prawa do znaku towarowego poprzez rezerwację znaku jako słowa kluczowego przez reklamodawcę.

**Rezerwacja to nie naruszenie** Zdaniem adwokata generalnego samo zarezerwowanie znaku towarowego nie stanowi naruszenia, gdyż nie następuje w odniesieniu do towarów lub

usług. Jeżeli chodzi zaś o używanie znaku polegające na wyświetleniu reklamy, adwokat generalny wskazał m.in. że prawo do znaku towarowego nie może pozwalać posiadaczowi prawa ochronnego na zakazanie jakiegokolwiek użycia danego słowa.

## Google również pokrzywdzone

Opinia adwokata generalnego zawiera również stwierdzenie niekorzystne dla Google. Jego zdaniem usługa AdWords nie może być traktowana jako usługa hostingu. W efekcie Google nie jest objęty zwolnieniem z odpowiedzialności za zamieszczane treści wynikającym z art. 14 dyrektywy

2000/31 o handlu elektronicznym, którego odpowiednikiem w Polsce jest art. 14 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Adwokat generalny w uzasadnieniu wskazuje przede wszystkim na fakt, że usługa AdWords nie jest jedynie „neutralnym wehikułem informacyjnym”, lecz bezpośrednim źródłem zysku dla Google.

Opinia adwokata generalnego nie wiąże Trybunału, jednakże ETS w większości przypadków podziela stanowisko zajęte w opinii. Rozstrzygnięcia w tej sprawie można spodziewać się nie wcześniej niż na początku przyszłego roku.

*Autorzy są z kancelarii Grynhoff Woźny Maliński*

## KOMENTARZ



### Michał Strzelecki, ekspert z kancelarii Grynhoff Woźny Maliński

Opinia adwokata generalnego budzi wiele kontrowersji. W dotychczasowych komentarzach w prasie zagranicznej wątpliwości wywołuje słuszny, moim zdaniem, pogląd, że usługa AdWords nie jest usługą hostingu, w przypadku której podmiot świadczący usługę jest zwolniony z odpowiedzialności za przechowywane treści, jeżeli usunie je po otrzymaniu stosownego zawiadomienia. W opinii brakuje jednak najbardziej oczywistych argumentów – odwołania się do literalnego brzmienia dyrektywy i regulaminu usługi AdWords, zgodnie z którym hosting jest jedynie jedną z wielu czynności wykonywanych przez Google w ramach usługi AdWords. Wykładnia przepisów dyrektywy proponowana przez adwokata zdecydowanie ułatwi dochodzenie roszczeń przeciwko Google na zasadach ogólnych, w tym na podstawie przepisów o zwalczaniu nie-

uczciwej konkurencji. Trzeba podkreślić również istotne konsekwencje takiej interpretacji dla przedsiębiorców świadczących takie usługi internetowe jak aukcje, serwisy społecznościowe czy fora dyskusyjne.

Najmniej dyskusyjnym stwierdzeniem wydaje się być teza, że sam wybór słowa kluczowego nie stanowi naruszenia prawa ochronnego na znak towarowy.

Dużo więcej kontrowersji związanych będzie zapewne z zagadnieniem użycia znaku polegającym na wyświetleniu reklamy w formie linka sponsorowanego. Adwokat generalny w tym aspekcie wskazywał przede wszystkim na negatywne konsekwencje stwierdzenia naruszenia prawa do znaku, postępując jednak przede wszystkim argumentami natury aksjologicznej. Pomimo daleko idących rozważań, nie wskazał on jednak powodów, dla których wyświetlenie się reklam w efekcie użycia cudzego znaku towarowego

w usłudze AdWords miałyby nie naruszać funkcji reklamowej, komunikacyjnej czy inwestycyjnej oznaczenia.

Należy się spodziewać, że ETS w swoim wyroku ograniczy się zasadniczo do stwierdzenia, że naruszenie prawa ochronnego zachodzi, jeżeli takie używanie narusza jedną z funkcji znaku towarowego, pozostawiając ocenę w tym zakresie sądom krajowym. Można mieć jedynie nadzieję, że ETS udzieli sądom krajowym wskazówek, na czym może polegać naruszenie tych funkcji znaku towarowego.

Moim zdaniem bardziej gruntownej analizy wymaga kwestia, czy fakt wprowadzenia słowa kluczowego do automatycznego systemu komputerowego usługi AdWords pozwala na uznanie, że Google używa znaku towarowego. Adwokat generalny uznał to za oczywiste, nie analizując tego tematu, jednak w mojej opinii to właśnie interpretacja przesłanki może zadecydować o możliwości odmowy stwierdzenia naruszenia prawa do znaku towarowego przez Google.