

Google już nie będzie zastrzegał znanych marek

INTERNET

Znana wyszukiwarka przestanie blokować możliwość powiązania słów kluczowych z reklamami

Już dzisiaj dowolna firma może zapłacić za to, że po wpisaniu przez użytkownika określonych słów obok zwykłych wyników wyszukiwania pojawią się linki sponsorowane. W ten sposób po wpisaniu np. marki znanych perfum, możemy zobaczyć nie tylko linki do sklepów, które są oficjalnymi kontrahentami producenta.

Na razie jednak Google dopuszcza możliwość blokowania znaków towarowych. Chodzi przede wszystkim o największe marki. Po wpisaniu słowa „iphone” nie pojawiają się reklamy firm, którym Apple nie dało zgody na korzystanie ze swego znaku. Od września Google nie będzie już blokować możliwości powiązania jakichkolwiek marek z rekla-

mami. - To skutek orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości. Konsekwentnie orzeka on, że Google nie ponosi odpowiedzialności za umożliwienie powiązania reklamy ze znakiem towarowym, nawet gdyby reklamodawca naruszył prawa do cudzego znaku. Wyjątek stanowi sytuacja, w której Google nie podejmie stosownych działań po otrzymaniu wiadomości o naruszeniu - tłumaczy Michał Strzelecki, ekspert z kancelarii Grynhoff Woźny Wspólnicy.

Ostatni wyrok Trybunału, w którym podtrzymano to stanowisko, zapadł 8 lipca (C-558/08). Spór toczył się między firmami Portakabin i Primakabin. Pierwsza produkuje przenośne systemy budowlane. Druga też, ale jednocześnie wypożycza używane systemy. Dlatego wykupiła reklamę w wyszukiwarce. Po wpisaniu „portakabin” ukazywał się link do jej strony. Spółka Portakabin żądała zakazania konkurencji używania jej zna-

ku towarowego. Trybunał doszedł jednak do wniosku, że jeśli używanie znaku nie wprowadza klienta w błąd (np. poprzez sugerowanie powiązań z właścicielem) i nie narusza renomy, to nie wolno zakazać wykupienia reklamy powiązanej ze słowami kluczowymi.

Zmiany mają być korzystne dla konsumentów. - Im więcej firm będzie się mogło reklamować, tym większy będzie wybór - tłumaczy Artur Waliszewski, dyrektor Google Polska. - Jeśli wchodzę do sklepu i pytam o konkretną markę, to nie znaczy, że sprzedawca nie może mi zaproponować innego sprzętu, być może lepszego.

Firma, która uzna, że powiązanie jej znaku towarowego z reklamą wprowadza użytkowników w błąd co do pochodzenia towarów i usług, będzie mogła wnieść skargę do Google'a. Posługiwanie się w treści reklam znakami towarowymi bez zgody ich właścicieli pozostanie zakazane.

-Sławomir Wikariat