



WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 31 maja 2010 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XXII

Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych

w składzie następującym:

Przewodniczący SSO Beata Piwowska

Protokolant aplikant radcowski Tomasz Migut

po rozpoznaniu na rozprawie w dniu 17 maja 2010 r.

sprawy z powództwa C (poprzednio C) GmbH w Moguncji

przeciwko W

prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą P w Gdańsku

- o ochronę praw z rejestracji wspólnotowych znaków towarowych

utrzymuje w mocy – w całości - wyrok zaoczny wydany w sprawie w dniu 4 stycznia 2010 r.

UZASADNIENIE

W dniu 20 XI 2009 r. spółka z ograniczoną odpowiedzialnością prawa niemieckiego C GmbH (obecnie C) z siedzibą w Moguncji wniosła o :

1. zakazanie W prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą P w Gdańsku używania słowno-graficznego znaku towarowego **DAVIDOFF**, zarejestrowanego w trybie rejestracji międzynarodowej pod numerem IR 876874 z wyznaczeniem Wspólnoty Europejskiej jako jednego z obszarów ochrony, m.in. dla oznaczania towarów w klasie 3 klasyfikacji nicejskiej (w tym perfum, wód toaletowych oraz kosmetyków), w odniesieniu do wyrobów perfumeryjnych, które nie zostały wprowadzone do obrotu we Wspólnocie Europejskiej pod tym znakiem towarowym przez powoda lub za jego zgodą, w szczególności zakazanie pozwanemu przywozu, oferowania, wprowadzania do obrotu lub magazynowania takich towarów;
2. zakazanie pozwanemu używania słownego wspólnotowego znaku towarowego **JOOP!**, zarejestrowanego pod numerem CTM-002786713 dla towarów w klasie 3 klasyfikacji nicejskiej (w tym wyrobów perfumeryjnych), w odniesieniu do wyrobów perfumeryjnych, które nie zostały wprowadzone do obrotu we Wspólnocie Europejskiej pod tym znakiem towarowym przez powoda lub za jego zgodą, w szczególności zakazanie przywozu, oferowania, wprowadzania do obrotu lub magazynowania takich towarów;
3. zakazanie pozwanemu używania znaków towarowych **DAVIDOFF** oraz **JOOP!** w odniesieniu do wyrobów perfumeryjnych, z których usunięte/przerobione zostały kody produkcyjne, w szczególności przywozu, oferowania, wprowadzania do obrotu lub magazynowania takich towarów;
4. zobowiązanie W do opublikowania wydanego w sprawie orzeczenia na stronie internetowej www.perfumart.pl - w formie widocznego ogłoszenia, pojawiającego się tuż po otwarciu strony www.perfumart.pl przez okres kolejnych 60 dni kalendarzowych - w terminie 14 dni od dnia uprawnomocnienia się orzeczenia, z upoważnieniem powódki do zastępczego dokonania publikacji wyroku na koszt pozwanego, jeśli ten nie wykona swego obowiązku w określonym terminie.

W motywach powódka wyjaśniła, że jest wyłącznym licencjobiorcą znaków towarowych zarejestrowanych przez *Zino Davidoff S.A.* dla towarów w klasie 3 klasyfikacji nicejskiej, uprawnionym do wszelkich form używania znaków, w szczególności do produkcji i dystrybucji na całym świecie wyrobów perfumeryjnych i kosmetycznych opatrzonych znakami **DAVIDOFF**. Uprawnienie obejmuje słowno graficzny znak towarowy **DAVIDOFF** (IR 876874) oraz słowny

wspólnotowy znak towarowy **JOOP!** (CTM 002786713). Powódka dysponuje, wymagana art. 22 ust. 3 Rozporządzenia Rady (WE) w sprawie wspólnotowych znaków towarowych, zgodą Zino Davidoff S.A. na bezpośrednie wytaczanie powództw związanych z naruszeniem jego praw wyłącznych.

Zgodnie z regulacjami dyrektywy Rady 76/768 EWG z 27 VII 1976 r. w sprawie zbliżenia ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do wyrobów kosmetycznych, powódka umieszcza na każdym produkcie opatrzonym znakami towarowymi **DAVIDOFF** i **JOOP!**, wprowadzanym do obrotu na rynek Wspólnoty Europejskiej, kod produkcyjny/numer partii. Wybrane linie wyrobów perfumeryjnych opatrzonych znakami towarowymi **DAVIDOFF** i **JOOP!**, które odniosły sukces rynkowy i/lub cieszą się dużą popularnością wśród klientów, oznaczone są indywidualnym kodem produkcyjnym, który nadawany jest odrębnie każdemu pojedynczemu egzemplarzowi produktu. Jeśli dany produkt nie jest oznaczony indywidualnym kodem produkcyjnym, nanoszony jest na jego opakowanie numer 6-cyfrowy pozwalający na identyfikację danej partii produktu. W ten sposób powódka realizuje także dodatkowe cele, zapewniając łatwe wycofanie z rynku produktów wadliwych, zwalczanie piractwa w zakresie znaków towarowych i naruszeń związanych z niedozwolonym importem równoległym.

Powódka wprowadza do obrotu wyroby perfumeryjne opatrzone znakami towarowymi **DAVIDOFF** i **JOOP!** za pomocą selektywnego systemu dystrybucji, stosowanego na podstawie Rozporządzenia Komisji (WE) nr 2790/1999 z 22 XII 1999 r. w sprawie stosowania art. 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych. Umowy z dystrybutorami odpowiedzialnymi za poszczególne terytoria zawierane są według jednolitego wzorca, który wyraźnie zakazuje dystrybutorom spoza Unii Europejskiej sprzedaży produktów ze znakami towarowymi **DAVIDOFF** i **JOOP!** dystrybutorom z EOG. Sелеktywny system dystrybucyjny dowodzi braku zgody uprawnionego na wprowadzanie na terenie Wspólnoty towarów uprzednio wprowadzonych do obrotu poza jej terytorium. Zastrzeżenie umowne umożliwia powódce realizację praw do zarejestrowanych znaków towarowych, polegających na zachowaniu wyłączności (kontroli) wprowadzania towarów po raz pierwszy na rynek Wspólnoty Europejskiej.

W prowadzi działalność gospodarczą pod firmą *P* w Gdańsku w zakresie handlu kosmetykami (w tym wyrobami perfumeryjnymi), m.in. internetową perfumerię na stronie internetowej www.perfumart.pl. W związku z oferowaniem przezeń wyrobów perfumeryjnych ze znakiem **DAVIDOFF**, z których usunięto lub przerobiono numery identyfikacyjne, powódka zawiadomiła organy ścigania o możliwości popełnienia przezeń przestępstwa z art. 306 k.k. W toku postępowania karnego (sygn. akt 2Ds. 3109/o8) dokonano m.in. przeszukania pomieszczeń jego przedsiębiorstwa, zabezpieczając liczne wyroby perfumeryjne opatrzone znakami towarowymi **DAVIDOFF** i **JOOP!** Ustalono, że niektóre z nich zostały wprowadzone do obrotu poza EOG. Pozwany przyznał, że zatrzymane kosmetyki sprowadził ze Stanów Zjednoczonych.

C zarzuciła, że pozwany bez jej zgody importuje i wprowadza do obrotu we Wspólnocie wyroby perfumeryjne opatrzone znakami **DAVIDOFF** i **JOOP!** W wielu przypadkach są one pozbawione są znaków identyfikacyjnych i nie odpowiadają wymogom stawianym przepisami prawa wspólnotowego. Wpływa to niekorzystnie na pozycję rynkową towarów ze znakami **DAVIDOFF** i **JOOP!**

Jako podstawę prawną swych żądań, powódka wskazała przepisy art. 9 ust.1 i 2c, art. 13 ust.1, art. 102 ust. 1 cyt. rozporządzenia oraz art. 287 ust. 2 w zw. z art. 296 ust. 1 p.w.p. Ponieważ zakwestionowane towary nie zostały uprzednio wprowadzone do obrotu na terenie Wspólnoty Europejskiej przez powódkę jako uprawnioną, może ona zakazać pozwanemu używania znaków towarowych na nie naniesionych. Wezwany do zaniechania naruszeń jej praw wyłącznych, pozwany nie odpowiedział na przedstawioną mu propozycję ugodowego załatwienia sporu. Powołała się także na naruszenie przez pozwanego art. 13 ust. 2, zgodnie z którym, uprawniony może żądać zakazania używania znaku towarowego w stosunku do towarów, gdy istnieją uzasadnione przyczyny sprzeciwu wobec dalszego obrotu towarami, w szczególności jeżeli stan towarów ulega zmianie lub pogorszeniu po ich wprowadzeniu do obrotu. (k.1-101)

Postanowieniem z dnia 26 XI 2009 r. Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych udzielił C GmbH w Moguncji zabezpieczenia jej roszczeń, zakazując W prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą P w Gdańsku - na czas trwania procesu:

- a. oferowania oraz wprowadzania do obrotu, opatrzonych znakami towarowymi **DAVIDOFF** lub **JOOP!** wyrobów perfumeryjnych, które nie zostały uprzednio wprowadzone do obrotu we Wspólnocie Europejskiej przez uprawnionego lub za jego zgodą,
- b. oferowania oraz wprowadzania do obrotu opatrzonych znakami towarowymi **DAVIDOFF** lub **JOOP!** wyrobów perfumeryjnych, z których usunięto kody produkcyjne lub je przerobiono. (k.106-112)

Wobec niezłożenia przez pozwanego odpowiedzi na pozew, **w dniu 4 I 2010 r. Sąd wydał wyrok zaoczny**, w którym :

1. zakazał W prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą P w Gdańsku używania słowno-graficznego znaku towarowego **DAVIDOFF** zarejestrowanego w trybie rejestracji międzynarodowej pod numerem IR 876874 z wyznaczeniem Wspólnoty Europejskiej jako jednego z obszarów ochrony, m.in. dla oznaczania towarów z klasy 3 klasyfikacji nicejskiej, w odniesieniu do wyrobów perfumeryjnych, które nie zostały wprowadzone do obrotu we Wspólnocie Europejskiej pod tym znakiem towarowym przez C GmbH w Moguncji lub za jej

- zgoda, a w szczególności przywozu, oferowania, wprowadzania do obrotu lub magazynowania w tym celu takich towarów;
2. zakazał pozwanemu używania słownego wspólnotowego znaku towarowego **JOOP!** zarejestrowanego w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego w Alicante pod numerem CTM 002786713 dla towarów z klasy 3 klasyfikacji nicejskiej, w odniesieniu do wyrobów perfumeryjnych, które nie zostały wprowadzone do obrotu we Wspólnocie Europejskiej pod tym znakiem przez powódkę lub za jej zgodą, a w szczególności przywozu, oferowania, wprowadzania do obrotu lub magazynowania w tym celu takich towarów;
 3. zakazał pozwanemu używania znaków towarowych **DAVIDOFF** oraz **JOOP!** w odniesieniu do wyrobów perfumeryjnych, z których usunięte, lub na których przerobione zostały kody produkcyjne, a w szczególności przywozu, oferowania, wprowadzania do obrotu lub magazynowania w tym celu takich towarów;
 4. zobowiązał pozwanego do opublikowania wydanego w niniejszej sprawie orzeczenia na stronie internetowej www.perfumart.pl - w formie widocznego ogłoszenia, pojawiającego się tuż po otwarciu tej strony przez okres kolejnych 60 dni kalendarzowych - w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się orzeczenia;
 5. w pozostałej części powództwo oddalił;
 6. zasądził od pozwanego na rzecz powódki kwotę 3.857 zł, tytułem zwrotu kosztów procesu.
- (k.131-133)

W sprzeciwie od wyroku zaocznego W zażądał jego uchylecia oraz oddalenia powództwa i zasądzenia na jego rzecz zwrotu kosztów procesu.

Pozwany wyjaśnił, że sprzedawane przez niego towary są oryginalne i oznaczone numerami produkcyjnymi. Zarzucił, że powódka nie udowodniła, iż zakwestionowane towary nie są przeznaczone na rynek europejski i nie zostały na ten rynek wprowadzone do obrotu przez uprawnionego lub za jego zgodą. Zaprzeczył usuwaniu lub przerabianiu oznaczeń lub znaków towarowych, czy przepakowywania wyrobów perfumeryjnych. Nie potwierdziły tego wyniki śledztwa w sprawie sygn. akt 2Ds. 3109/o8 Prokuratury Rejonowej Gdańsk-Oliwa.

(k.149-151, 158)

C GmbH w Moguncji wniosła o utrzymanie w całości w mocy wyroku zaocznego. Podniosła, że wyniki śledztwa potwierdziły fakt oferowania przez pozwanego towarów nie wprowadzonych do obrotu przez uprawnionego do znaku towarowego lub za jego zgodą, a także towarów w opakowaniach, z których kody produkcyjne zostały usunięte, wyłączając możliwość ustalenia na jaki rynek były przeznaczone. Pozwany przyznał zaś, że nabywał kwestionowane wyroby perfumeryjne w Stanach Zjednoczonych. (k.174-223)

Sąd ustalił, że :

Spółce akcyjnej prawa szwajcarskiego –*Zino Davidoff S.A.* z siedzibą we Fribourgu służy prawo wyłączne do słowno-graficznego znaku towarowego

DAVIDOFF

zarejestrowanego 7 XI 2005 r. w trybie rejestracji międzynarodowej pod nr IR 876874, ze wskazaniem Unii Europejskiej jako obszaru ochrony dla oznaczania towarów w klasie 3. klasyfikacji nicejskiej, m.in. perfum, wód toaletowych oraz kosmetyków. (bezsporne – tak też świadectwo rejestracji WIPO k.35-38, wydruk z bazy danych OHIM k.39-41)

C (obecnie C k.178-187) GmbH z siedzibą w Moguncji jest wyłącznym licencjobiorcą znaków towarowych, zarejestrowanych na rzecz *Zino Davidoff S.A.* dla towarów w klasie 3 klasyfikacji nicejskiej, uprawnionym do wszelkich form ich używania, w szczególności do produkcji oraz dystrybucji na całym świecie wyrobów perfumeryjnych i kosmetycznych opatrzonych znakami **DAVIDOFF**. Powódka uzyskała zgodę uprawnionego na dochodzenie we własnym imieniu roszczeń związanych z naruszaniem przez W praw wyłącznych do znaku towarowego **DAVIDOFF**. (bezsporne – tak też oświadczenie uprawnionego z 3 XI 2009 r. k.42, 47-48, wypis z rejestru handlowego dot. *Zino Davidoff S.A.* k.43-46)

W dniu 7 XI 2003 r. Urząd Harmonizacji Rynku Wewnętrznego w Alicante zarejestrował pod nr 002786713, na rzecz L GmbH w Moguncji (dawna firma powodowej spółki), z pierwszeństwem od 24 VII 2002 r., słowny wspólnotowy znak towarowy **JOOP!** dla towarów w klasie 3 klasyfikacji nicejskiej (m.in. wyrobów perfumeryjnych). (bezsporne – tak też świadectwo i inne dokumenty rejestracji k.49-55, wydruk z bazy danych OHIM k.56-57)

Dystrybucja produktów perfumeryjnych ze znakami towarowymi **DAVIDOFF** i **JOOP!** prowadzona jest przy zastosowaniu jednolitego wzorca umownego, zawierającego ograniczenia terytorialne. Umowa zakazuje dystrybutorom działającym na terenie Europejskiego Obszaru Gospodarczego nabywania towarów od dystrybutorów spoza EOG i sprzedaży towarów ze znakiem towarowym **DAVIDOFF** i **JOOP!** takim dystrybutorom. (bezsporne – tak też wzór umowy dystrybucyjnej k.69-84)

Powódka umieszcza na każdym produkcie ze znakiem towarowym **DAVIDOFF** lub **JOOP!** sześciocyfrowy kod produkcyjny / numer partii. Umożliwia to ich identyfikację, wycofywanie produktów wadliwych, zwalczanie piractwa w zakresie znaków towarowych oraz naruszeń związanych z niedozwolonym importem równoległym. Niektóre z produktów linii perfumeryjnej, cieszące się znaczną popularnością wśród klientów, są oznaczane kodami indywidualnymi, umieszczanymi na tekturowym opakowaniu, a niekiedy także na spodzie szklanej buteleczki,

złożonymi z 10 cyfr, poprzedzonych kombinacją literowo-cyfrową. (bezsporne – tak też wyjaśnienie powoda w postępowaniu Prokuratury Rejonowej Gdańsk-Oliwa k.58-63)

W, prowadzący pod firmą P w Gdańsku działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży wyrobów kosmetycznych i perfumeryjnych, naruszył prawa z rejestracji znaków towarowych **DAVIDOFF** i **JOOP!**, importując ze Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej towary oznaczone nazwami : JOOP!, DAVIDOFF COOL WATER DEEP Eau de Toilette, DAVIDOFF COOL WATER Duo Set Eau de Toilette, DAVIDOFF COOL WATER Woman Eau de Toilette, DAVIDOFF COOL WATER Eau de Toilette, DAVIDOFF COOL WATER Frozen Fragrance Eau de Toilette, ZINO DAVIDOFF Eau de Toilette, DAVIDOFF Echo Woman Eau de Parfum, DAVIDOFF Echo Woman Exclusive Ravel Retail Edition Eau de Parfum. W sklepie w Gdańsku oraz w internetowej perfumerii, na stronie internetowej www.perfumart.pl, pozwany oferował wyroby perfumeryjne opatrzone znakami towarowymi **DAVIDOFF** i **JOOP!**, które nie zostały wcześniej wprowadzone do obrotu na terenie Europejskiego Obszaru Gospodarczego przez uprawnionego lub za jego zgodą.

Na skutek zawiadomienia powódki o możliwości popełnienia przestępstwa Prokuratura Rejonowa Gdańsk-Oliwa prowadziła pod sygn. akt 2Ds. 3109/08 śledztwo, w którego toku dokonano m.in. przeszukania pomieszczeń, w których pozwany prowadzi działalność gospodarczą, zabezpieczając wyroby perfumeryjne opatrzone znakami towarowymi **DAVIDOFF** i **JOOP!**. Ustalono, że niektóre z towarów zostały wprowadzone do obrotu poza EOG (w Singapurze lub Hongkongu). Pozwany przyznał, że *zatrzymane kosmetyki sprowadził ze Stanów Zjednoczonych współpracując z firmami Perfum Center of America i Universal Perfums, które na amerykańskim rynku cieszą się dużą renomą*. Niektóre z zakwestionowanych produktów nie miały oznaczeń w postaci kodów produkcyjnych i numerów identyfikacyjnych. (bezsporne – tak też pismo powoda zatytułowane *Wynik kontroli produktów* k.64-68, pismo Prokuratury k.68, postanowienie z 31 III 2009 r. o umorzeniu postępowania k.86-90, opinia 198-211, protokoły przesłuchań świadków G k.212-215, W k.216-219)

Wezwany do zaniechania naruszeń praw wyłącznych, pozwany wyraził wolę wyjaśnienia sprawy. Odmówił jednak zawarcia ugody pozasądowej na proponowanych przez powódkę warunkach. (bezsporne – tak też korespondencja stron k.91-100)

Powyższe okoliczności ustalone zostały przez Sąd w oparciu o zgromadzony w sprawie materiał dowodowy. Złożyły się nań dokumenty urzędowe i prywatne. Pozwany nie kwestionował istnienia i treści praw Zino Davidoff S.A. we Fribourgu do znaku towarowego **DAVIDOFF**, ani praw C GmbH w Moguncji do wspólnotowego znaku towarowego **JOOP!**, do których ochrony na terenie Wspólnoty Europejskiej znajdują zastosowanie przepisy rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 II 2009 r. w sprawie wspólnotowego znaku

towarowego. Nie zaprzeczył okoliczności stwierdzonych przez Prokuraturę Rejonową Gdańsk-Oliwa w toku śledztwa.

Z materiału dowodowego wynika w sposób niewątpliwy, że w siedzibie przedsiębiorstwa pozwanego ujawnione zostały wyroby perfumeryjne nabyte w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej, opatrzone znakami towarowymi **DAVIDOFF** (lub oznaczeniami podobnymi, zawierającymi to słowo jako element dystynktywny oraz elementy opisowe wskazujące na rodzaj i przeznaczenie produktu) i **JOOP!** Brak dowodu wprowadzenia zakwestionowanych towarów do obrotu na terytorium Europejskiego Obszaru Gospodarczego przez uprawnionego z rejestracji lub za jego zgodą, wbrew przekonaniu pozwanego, obciążał W, który wykazywał w ten sposób wyczerpanie prawa wyłącznego w odniesieniu do poszczególnych towarów. Bez znaczenia jest przy tym liczba opakowań wód toaletowych i perfumowanych, co do których można zasadnie stwierdzić naruszenie, powódka nie dochodzi bowiem w niniejszym procesie roszczeń odszkodowawczych, ani zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści.

Należy przy tym stwierdzić, że zasada rozkładu ciężaru dowodu wyrażona w art. 6 k.c. nie może mieć zastosowania w odniesieniu do negacji faktu. Nie można zasadnie nakładać na powódkę obowiązku udowodnienia, że kwestionowane przez nią towary, z których usunięto kody identyfikacyjne lub kody takie przerobiono, nie zostały wprowadzone do obrotu na terytorium EOG przez *Zino Davidoff, C* lub za ich zgodą. Powódka w istocie nie ma realnej możliwości udowodnienia takiej okoliczności, którą powinien dowodnie wykazać pozwany, zwalczając zarzut naruszenia praw wyłącznych.

Powódka przedstawiła obszerne wyjaśnienia dotyczące systemu sprzedaży oraz oznaczania oferowanych przez nią towarów opatrzonych znakami towarowymi **DAVIDOFF** lub **JOOP!** Pozwany nie zaprzecza wartości dowodowej wzorca umownego, ani pisma zawierającego wyjaśnienie sposobu kodowania produktów. Twierdzenia powódki w tym zakresie, Sąd przyjął zatem jako podstawę swych ustaleń. (art. 230 k.p.c.)

W istocie spór stron dotyczył możliwości uznania działań pozwanego za naruszenie praw z rejestracji znaków towarowych. Rozstrzygnięcie tej kwestii należało do kompetencji Sądu (ocena normatywna), który kierował się utrwalonymi w orzecznictwie regułami, a także zasadą rozkładu ciężaru dowodu wyrażoną w art. 6 k.c.

Sąd nie podziela tezy pozwanego, że umorzenie postępowania karnego w sprawie sygn. akt 2Ds3109/o8 Prokuratury Rejonowej Gdańsk-Oliwa sprzeciwia się uznaniu przez Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych, że mogło dojść do naruszenia lub istnieje groźba naruszenia praw z rejestracji znaków towarowych **DAVIDOFF** i **JOOP!** Przedmioty obu postępowań są odmienne, a rozstrzygnięcie w procesie karnym nie wiąże Sądu. (*a contrario* art. 11 k.p.c.)

Podnosząc zarzut nieudowodnienia faktu naruszenia praw z rejestracji znaków towarowych **DAVIDOFF** i **JOOP!** pozwany odwołuje się do zasady określonej w art. 6 k.c. Jej zastosowanie w tym postępowaniu nie może budzić żadnych wątpliwości. Sąd inaczej jednak ocenił wartość dowodów zaoferowanych przez C, uznając, że są one wystarczające dla poczynienia ustaleń faktycznych zgodnych z twierdzeniami powódki.

Brak dowodu wprowadzenia zakwestionowanych produktów na terytorium Europejskiego Obszaru Gospodarczego wskazuje, że pozwany sprowadził je spoza EOG bez zgody uprawnionego. Aby ukryć fakt niedozwolonego przywozu usunięto kody produkcyjne nakładane na produkty oznaczane znakiem towarowym **DAVIDOFF**. W konsekwencji, powódka może skutecznie żądać zakazania pozwanego używania znaków towarowych **DAVIDOFF** i **JOOP!** dla oznaczania wyrobów perfumeryjnych przywożonych, oferowanych i wprowadzanych do obrotu bez zgody uprawnionego.

Zgromadzony w sprawie materiał dowodowy pozwolił na niewątpliwe ustalenie, że oferowane przez pozwanego towary nie zostały wprowadzone do obrotu na terytorium EOG przez C ani za jego zgodą. Należało zatem pominąć, jako nie mające znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy (*a contrario* art. 227 k.p.c.), twierdzenia stron odnoszące się do importu równoległego i renomy znaków towarowych **DAVIDOFF** i **JOOP!** w kontekście uprawnienia powódki do zakazania używania znaku towarowego, co do którego prawa z rejestracji uległy wyczerpaniu (art.13 ust. 2 rozporządzenia).

Sąd zważył co następuje :

Wspólnotowy znak towarowy jest jednolitym tytułem ochronnym, funkcjonującym obecnie w oparciu o unormowania rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 II 2009 r. w sprawie *wspólnotowego znaku towarowego*, które reguluje w sposób całościowy kwestie związane ze wspólnotowymi znakami towarowymi dla towarów lub usług, w szczególności zasady rejestracji, wynikające z niej prawa oraz ich ochronę. Przepisy o charakterze materialno-prawnym, jako część *acquis communautaire*, stały się elementem polskiego porządku prawnego, znajdując bezpośrednie zastosowanie. W większości, stanowią one powtórzenie regulacji zawartych w Pierwszej Dyrektywie Rady nr 89/104/EWG z 21 XII 1989 r. *mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych*. Implementująca ją ustawa *Prawo własności przemysłowej* znajduje zastosowanie wyłącznie tam, gdzie brak odpowiedniego unormowania rozporządzenia, w szczególności zaś w tym zakresie w jakim odsyła ono do właściwych przepisów prawa krajowego.

Wspólnotowy znak towarowy ma charakter jednolity. Wywołuje ten sam skutek w całej Unii Europejskiej; może być zarejestrowany, zbyty, być przedmiotem zrzeczenia się lub decyzji stwierdzającej wygaśnięcie praw właściciela lub unieważnienie znaku, którego używanie może być zakazane jedynie w odniesieniu do całej Unii. (art.1 ust.2) Znak uzyskuje się poprzez rejestrację (art. 6) w Urzędzie Harmonizacji w ramach Rynku Wewnętrznego w Alicante, która jest ważna przez okres 10 lat od daty zgłoszenia (z możliwością przedłużenia). (art. 46) Prawa z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego są skuteczne wobec osób trzecich z dniem publikacji. (art. 9 ust.3 zd.1)

Zgodnie z przepisem art. 99 ust.1 rozporządzenia, sądy uznają wspólnotowy znak towarowy za ważny, o ile nie jest to przedmiotem powództwa wzajemnego o stwierdzenie wygaśnięcia lub unieważnienie. (domniemanie ważności) Znak może składać się z jakiegokolwiek oznaczenia, które można przedstawić w formie graficznej, w szczególności z wyrazów, łącznie z nazwiskami, rysunków, liter, cyfr, kształtu towarów lub ich opakowań, pod warunkiem, że oznaczenia takie umożliwiają odróżnianie towarów lub usług jednego przedsiębiorstwa od towarów lub usług innych przedsiębiorstw. (art. 4) Podstawową funkcją znaku towarowego jest zagwarantowanie konsumentowi lub końcowemu odbiorcy możliwości określenia pochodzenia towaru lub usługi oznaczonych znakiem, odróżnienia (bez ewentualności wprowadzenia w błąd) tego towaru lub usługi od towarów lub usług innego pochodzenia. (por. wyroki ETS z 23 V 1978 r. w sprawie 102/77 *Hoffmann-La Roche*, z 18 VI 2002 r. w sprawie C-299/99 *Philips*)

Dla niniejszych rozważań najważniejszy jest przepis art. 9, który przyznaje uprawnione-mu **prawo do wyłącznego i niezakłóconego używania zarejestrowanego znaku oraz prawo do zakazania innym osobom, które nie posiadają jego zgody, używania w obrocie :**

- a. oznaczenia identycznego ze wspólnotowym znakiem towarowym dla identycznych towarów;
- b. oznaczenia, w przypadku gdy, z powodu jego identyczności lub podobieństwa do wspólnotowego znaku towarowego oraz identyczności lub podobieństwa towarów, których dotyczy ten znak i oznaczenie, istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd opinii publicznej; które obejmuje prawdopodobieństwo ich skojarzenia.
- c. oznaczenia identycznego lub podobnego do wspólnotowego znaku towarowego w odniesieniu do towarów, które nie są podobne do tych, dla których zarejestrowano znak, w przypadku gdy cieszy się on renomą we Wspólnocie i gdy używanie oznaczenia bez uzasadnionej przyczyny powoduje nienależną korzyść albo jest szkodliwe dla odróżniającego charakteru lub renomy wspólnotowego znaku towarowego. (ust.1)

Zakazy z art. 9 ust.1 są zbieżne ze względnymi podstawami odmowy rejestracji wskazanymi w art. 8 ust.1., stąd dla sądowej oceny istnienia naruszenia prawa istotne znaczenie mieć będą zatem rozważania zawarte w uzasadnieniach orzeczeń Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości i

Sądu Pierwszej Instancji (obecnie Trybunału Sprawiedliwości i Sądu Unii Europejskiej) w Luksemburgu odnoszące się do:

- ❖ identyczności lub podobieństwa do wcześniejszego znaku towarowego,
- ❖ identyczności lub podobieństwa towarów lub usług,
- ❖ istnienia ryzyka konfuzji.

Należy przy tym podkreślić, że poglądy Trybunału i Sądu Unii Europejskiej cechuje w tym zakresie duża jednolitość i stabilność. W najnowszych orzeczeniach wielokrotnie powoływane są tezy wcześniejszych wyroków i opinii, do których, jako mających istotne znaczenie dla zrozumienia pojęcia naruszenia prawa z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego, Sąd pragnie się odnieść.

Ocena identyczności lub podobieństwa znaków powinna się opierać na ich zgodności graficznej (wizualnej), fonetycznej oraz znaczeniowej (konceptyjnej). Sporne znaki należy porównywać całościowo, a decydujące znaczenie mieć będą elementy odróżniające i dominujące, a nie opisowe. Dwa znaki towarowe są do siebie podobne jeżeli, z punktu widzenia określonego kręgu odbiorców, są one przynajmniej częściowo identyczne w jednym lub kilku istotnych aspektach. (por. wyroki Sądu z 23 X 2002 r. w sprawach T-6/01 *Matratzen* i z 25 XI 2003 r. T-286/02 *Kiap Mou*)

Identyczność porównywanych (przeciwstawianych sobie) znaku i oznaczenia występuje wówczas, gdy są one dokładnie jednakowe (tożsame) lub charakteryzują się niedostrzegalnymi dla przeciętnego konsumenta różnicami. Dla stwierdzenia, czy w konkretnym przypadku znak i oznaczenie są identyczne, czy też można mówić zaledwie o podobieństwie, konieczne jest dokonanie oceny wizualnych, fonetycznych i znaczeniowych cech znaków i ich całościowego oddziaływania na percepcję należycie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego przeciętnego konsumenta. (por. wyrok Trybunału z 20 III 2003 r. w sprawie C-291/00 *LTJ Diffusion*)

Dokonując oceny podobieństwa towarów należy brać pod uwagę wszystkie czynniki charakteryzujące, zachodzące między nimi relacje (zależności), szczególnie rodzaj towarów, ich przeznaczenie, sposób używania lub korzystania z nich, warunki w jakich są sprzedawane, a także ich wzajemny, konkurencyjny lub komplementarny charakter. (por. wyroki Sądu z 23 X 2002 r. w sprawach T-388/00 *ELS*, z 4 XI 2003 r. T-85/02 *Castillo*, z 8 VII 2004 r. T-203/02 *Vitafruit*, z 4 V 2005 r.) Całościowa ocena zakłada pewną współzależność między branymi pod uwagę czynnikami, w szczególności podobieństwem znaków towarowych oraz podobieństwem towarów, których one dotyczą, przy czym niski stopień podobieństwa między towarami może być zrównoważony znaczącym stopniem podobieństwa między znakami towarowymi i odwrotnie. (zasada wzajemnej zależności - por. wyroki Sądu z 23 X 2002 r. w sprawach T-388/00 *ELS*, z 5 IV 2006 r. T-202/04 *Echinacin*, z 14 X 2006 r. w sprawach połączonych T-81, 82, 103/03 *Venado*)

W myśl utrwalonego orzecznictwa prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd (likelihood of confusion, le risque de confusion), istnieje wtedy, gdy odbiorcy mogliby uznać, że dane towary lub usługi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa, ewentualnie z przedsiębiorstw powiązanych gospodarczo. (por. wyroki ETS z 29 IX 1998 r. w sprawie C-39/97 *Canon*, z 4 V 1999 r. Rec. str. I-5507, w sprawach połączonych C-108/97 i C-109/97 *Windsurfing Chiemsee*, z 22 VI 1999 r. w sprawach C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*)

Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd powinno być oceniane w sposób całościowy, zgodnie ze sposobem postrzegania określonego konsumenta, przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności konkretnego przypadku, w szczególności wzajemnej zależności między podobieństwem oznaczeń i towarów lub usług, których one dotyczą. (por. wyroki Sądu z 9 VII 2003 r. w sprawach T-162/01 *Giorgio Beverly Hills* Rec. str. II-2821, z 12 X 2004 r. T-35/03 *Carpo* i z 11 V 2005 r. T-31/03 *Grupo Sada*, wyrok ETS z 23 III 2006 r. w sprawie C-206/04 *Mühlens*)

Ocena prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w zakresie podobieństwa wizualnego, fonetycznego lub koncepcyjnego spornych oznaczeń powinna się opierać na wywieranym przez nie całościowym wrażeniu ze szczególnym uwzględnieniem ich elementów odróżniających i dominujących. (por. wyroki Sądu z 14 X 2003 r. w sprawach T-292/01 *BASS*, z 6 VII 2004 r. T-117/02 *Chufafit*) Z zasady, odbiorcy nie uznają elementu opisowego, stanowiącego część złożonego znaku towarowego, za element odróżniający i dominujący w całościowym wrażeniu, jakie ten znak wywiera. (por. wyroki Sądu z 3 VII 2003 r. w sprawach T-129/01 *BUDMEN* i z 6 VII 2004 r. T-117/02 *Chufafit*) O ile przeciętny konsument postrzega zwykle znak towarowy jako całość i nie zagłębia się w analizę jego poszczególnych elementów (por. wyrok ETS z 11 XI 1997 r. w sprawie C-251/95 *SABEL*, wyrok Sądu z 10 X 2006 r. w sprawie T-172/05 *Armafoam*), o tyle to właśnie dominujące i odróżniające cechy oznaczenia są, co do zasady, najłatwiej zapamiętywane. (por. wyrok Sądu z 23 X 2002 r. w sprawie T-104/01 *Fifties*)

Zawarty w znaku towarowym element opisowy nie może być uznany za dominujący, albowiem ocena prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd nie może być oparta na elementach nie podlegających ochronie przepisami dotyczącymi znaków towarowych. (por. wyrok Sądu z 5 IV 2006 r. w sprawie T-202/04 *Echinacin*) Znak towarowy, który nie zawiera jakiegokolwiek elementu opisowego dla określonej kategorii towarów lub usług posiada charakter wysoce odróżniający. (por. wyrok ETS z 12 I 2006 r. w sprawie C-361/04 *P Picasso*) Nadaje to ogromną wagę elementowi dominującemu znaku towarowego, który konsument zauważa i zapamiętuje. Dlatego konieczność oceny ogólnego wrażenia, jakie wywołuje oznaczenie, nie wyklucza analizy każdego jego składnika w celu ustalenia elementu dominującego. (por. wyrok Sądu z 23 X 2002 r. w sprawie T-104/01 *Fifties*)

Właściwy krąg odbiorców składa się z przeciętnych konsumentów, należycie poinformowanych, dostatecznie uważnych i rozsądnych (deemed to be reasonably well-informed)

and reasonably observant and circumspect, le consommateur moyen de la catégorie de produits concernée est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé), przy czym poziom uwagi konsumentów może się różnie kształtować w zależności od kategorii przedmiotowych towarów lub usług. (por. wyroki ETS z 22 VI 1999 r. w sprawach C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer* i z 6 V 2003 r. C-104/01 *Libertel* i z 12 I 2006 r. C-361/04 *Picasso*)

Przeciętny konsument rzadko ma możliwość przeprowadzenia bezpośredniego porównania różnych znaków towarowych, musi zazwyczaj zdawać się na zachowany w pamięci nie-doskonały obraz tych znaków towarowych. Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd jest tym większe im silniejszy jest charakter odróżniający znaku towarowego, który wynika z jego samo-istnych cech lub jego renomy (znajomości, rozpoznawalności znaku na rynku). (por. wyroki ETS z 22 VI 1999 r. w sprawach C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, z 11 XI 1997 r. C-251/95 *SABEL* i z 29 IX 1998 r. C-39/97 *Canon*, wyroki Sądu z 1 II 2005 r. T-57/03 *Hooligan*, z 21 II 2006 r. T-214/04 *POLO* i z 5 IV 2006 r. T-202/04 *Echinacin*)

Istnieje pewna współzależność między znajomością znaku towarowego wśród odbiorców, a jego charakterem odróżniającym - im bardziej znak towarowy jest znany, tym bardziej wzmocniony jest jego charakter odróżniający. Przy dokonywaniu oceny, czy znak towarowy cieszy się wysoce odróżniającym charakterem wynikającym z jego znajomości wśród odbiorców, należy rozpatrzeć wszystkie istotne okoliczności danego przypadku, w szczególności udział znaku towarowego w rynku, natężenie, zasięg geograficzny i długość okresu jego używania, wielkość inwestycji dokonanych przez przedsiębiorstwo w celu jego promocji, udział procentowy zainteresowanych grup odbiorców, którym znak towarowy umożliwia zidentyfikowanie towarów jako pochodzących z określonego przedsiębiorstwa, jak również oświadczenia izb handlowych i przemysłowych lub innych stowarzyszeń zawodowych. (por. wyrok Sądu z 12 VII 2006 r. w sprawie T-277/04 *Vitakraft-Werke*) Ciężar udowodnienia siły znaku towarowego, a przez to jego odróżniającego charakteru, spoczywa na powodzie. (art. 6 k.c.)

Zgodnie z art. 22, wspólnotowy znak towarowy może być przedmiotem licencji udzielonej w odniesieniu do niektórych lub wszystkich towarów lub usług, dla których znak ten jest zarejestrowany w całej Unii Europejskiej lub w jej części. Licencja może być wyłączna lub niewyłączna. (ust.1) Bez uszczerbku dla postanowień umowy licencyjnej licencjobiorca może wystąpić z powództwem o naruszenie wyłącznie za zgodą uprawnionego. Jednakże licencjobiorca wyłączny może wszcząć takie postępowanie, jeżeli uprawniony, po otrzymaniu oficjalnego wezwania, nie wytacza sam we właściwym terminie powództwa w sprawie naruszenia. (ust.3)

Wyłącznie uprawniony lub osoba dysponująca jego zgodą może używać znaku towarowego na całym terytorium Europejskiego Obszaru Gospodarczego, a w szczególności :

- ✓ umieszczać oznaczenia na towarach lub na ich opakowaniach,

- ✓ oferować towary, wprowadzać je do obrotu lub je magazynować w tym celu pod takim oznaczeniem lub oferować i świadczyć usługi pod tym oznaczeniem,
- ✓ przywozić lub wywozić towary pod takim oznaczeniem,
- ✓ używać oznaczenia w dokumentach handlowych w reklamie. (art. 9 ust. 2)

Przepis art. 13 ust. 1, regulujący kwestię wyczerpania praw przyznanych przez wspólnotowy znak towarowy, stanowi, że nie uprawnia on jednak właściciela do zakazania jego używania w odniesieniu do towarów, które zostały wprowadzone do obrotu na terytorium Wspólnoty pod tym znakiem towarowym przez właściciela lub za jego zgodą.

Odnosząc powyższe rozważania do poczynionych w sprawie ustaleń Sąd uznał, że:

Naruszenie prawa z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego JOOP! wynika z przepisu art. 9 ust. 1a rozporządzenia, W nie wykazał bowiem, że oferowane przezeń identyczne z tymi, dla których znak zastrzeżono, towary, opatrzone znakiem identycznym, zostały wprowadzone do obrotu przez uprawnionego lub za jego zgodą. W tym przypadku Sąd nie jest obowiązany oceniać istnienia ryzyka konfuzji.

Naruszenie praw z rejestracji słowno-graficznego znaku towarowego

DAVIDOFF

wynika z przepisu art. 9 ust. 1b rozporządzenia, W nie wykazał bowiem, że oferowane przezeń identyczne z tymi, dla których znak zastrzeżono, towary, opatrzone podobnym znakiem, zostały wprowadzone do obrotu przez uprawnionego lub za jego zgodą. Importowane przezeń ze Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej towary są oznaczone, jako :

- ✓ **DAVIDOFF COOL WATER DEEP** Eau de Toilette,
- ✓ **DAVIDOFF COOL WATER Duo Set** Eau de Toilette,
- ✓ **DAVIDOFF COOL WATER Woman** Eau de Toilette,
- ✓ **DAVIDOFF COOL WATER** Eau de Toilette,
- ✓ **DAVIDOFF COOL WATER Frozen Fragrance** Eau de Toilette,
- ✓ **ZINO DAVIDOFF** Eau de Toilette,
- ✓ **DAVIDOFF Echo Woman** Eau de Parfum,
- ✓ **DAVIDOFF Echo Woman Exclusive Ravel Retail Edition** Eau de Parfum.

Wszystkie te oznaczenia zawierają wspólny element wyróżniający identyczny ze znakiem towarowym **DAVIDOFF**. Pozostałe elementy mają charakter opisowy, wskazując na cechy (m.in. woda toaletowa, woda perfumowana, odświeżająca, pachnąca) i przeznaczenie produktu (dla kobiet). Wszystkie one są tożsame z nazwami handlowymi produktów oferowanych przez C. Dystynktywność znaku towarowego *Zino Davidoff* S.A. wzmacnia dobra znajomość i duża

popularność produktów spółki wśród nabywców, w tym przypadku kobiet, średnio lub dobrze sytuowanych materialnie. Cena produktu nie stanowi istotnej bariery w jego nabyciu.

Zgodnie z art. 102 ust. 1 rozporządzenia, **gdy sąd uzna, że pozwany naruszył lub że z jego strony istnieje groźba naruszenia wspólnotowego znaku towarowego**, wydaje, chyba że istnieją szczególne powody zaniechania tego, decyzję zakazującą pozwanemu takich działań. Stosuje również środki, zgodnie z przepisami ustawodawstwa krajowego, których celem jest zapewnienie przestrzegania zakazu. Oznacza to, że jeśli w prawie krajowym istnieją inne jeszcze sposoby (środki ochrony) znaku przed naruszeniem, nieznane przepisom rozporządzenia, Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych powinien je, na wniosek powoda, zastosować do ochrony znaku wspólnotowego. Odnosi się to np. do orzeczenia o podaniu do publicznej wiadomości części albo całości orzeczenia lub informacji o orzeczeniu, w sposób i w zakresie określonym przez sąd. (art. 287 ust. 2 w zw. z art. 296 ust. 1a p.w.p.)

Sformułowanie - *chyba że istnieją szczególne powody zaniechania* – uprawnia do odstąpienia od stosowania sankcji zakazowych. Norma ta, odpowiadająca klauzuli generalnej art. 5 k.c., nie może być stosowana przez sąd w postępowaniach w sprawach gospodarczych z urzędu. Zainteresowany, uniknięciem sankcji pozwany, który dopuścił się naruszenia, winien skonkretyzować te *szczególne powody* i wykazać ich istnienie, pozostawiając Sądowi (jako arbitrowi) ich ocenę, przy rozstrzyganiu o sposobie usunięcia skutków naruszenia prawa z rejestracji.

W niniejszej sprawie Sąd uznał, że występując na drogę sądową C GmbH w Moguncji, tak jak była do tego zobowiązana art. 479¹² § 1 k.p.c., już w pozwie przedstawiła twierdzenia i dowody, z których wynikały :

- ❖ prawo Zino Davidoff S.A. we Fribourgu z rejestracji znaku towarowego **DAVIDOFF**,
 - ❖ zgoda udzielona C GmbH, jako licencjobiorcy wyłącznemu do występowania na drogę sądową w sprawie o naruszenie p/ko Andrzejowi Wysockiemu,
 - ❖ prawo powódki z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego **JOOP!**,
 - ❖ oferowanie przez Andrzeja Wysockiego towarów, identycznych z tymi dla których znaki towarowe **DAVIDOFF** i **JOOP!** są zarejestrowane (wyroby perfumeryjne) w opakowaniach z identycznymi oznaczeniami **JOOP!** lub z oznaczeniami podobnymi do znaku towarowego **DAVIDOFF** w takim stopniu, że wywołuje to prawdopodobieństwo wprowadzenia nabywcy w błąd co do pochodzenia towaru od którejkolwiek ze stron,
 - ❖ niewyczerpanie praw do znaków towarowych **DAVIDOFF** i **JOOP!** w odniesieniu do zakwestionowanych towarów,
- może zatem skutecznie żądać ochrony, powołując się na przepis art. 9 ust. 1a Rozporządzenia.

Uznając za dowiedziony fakt naruszenia praw powódki oraz *Zino Davidoff S.A.* Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych zadecydował o zastosowaniu środków mających usunąć jego skutki i zapobiec mu na przyszłość, Sąd uznał, że zasadne są żądania C odnoszące się do zakazania pozwanemu bezprawnego używania :

DAVIDOFF

1. słowno-graficznego znaku towarowego , zarejestrowanego w trybie rejestracji międzynarodowej pod nr IR 876874, to jest przywozu, oferowania, wprowadzania do obrotu lub magazynowania w tym celu :

- a. wyrobów perfumeryjnych, które wcześniej nie zostały wprowadzone do obrotu w Europejskim Obszarze Gospodarczym przez uprawnionego lub za jego zgodą,
- b. wyrobów perfumeryjnych, z których usunięte zostały kody produkcyjne, lub na których kody takie zostały przerobione bez zgody uprawnionego,

2. słownego wspólnotowego znaku towarowego **JOOP!**, to jest przywozu, oferowania, wprowadzania do obrotu lub magazynowania w tym celu:

- a. wyrobów perfumeryjnych, które wcześniej nie zostały wprowadzone do obrotu w Europejskim Obszarze Gospodarczym przez uprawnionego lub za jego zgodą,
- b. wyrobów perfumeryjnych, z których usunięte zostały kody produkcyjne, lub na których kody takie zostały przerobione bez zgody uprawnionego. (art. 102 ust. 1 w zw. z art. 9 ust. 2 b rozporządzenia)

Treść nałożonych na pozwanego zakazów wynika wprost ze sposobu działania, stanowiącego naruszenie praw do spornych znaków towarowych. W tym miejscu należy wyjaśnić, że usuwanie kodów produkcyjnych lub ich przerabianie nie jest sankcjonowane przez prawo wspólnotowe, z wyjątkiem unormowania art. 13 ust. 2 rozporządzenia. W tym przypadku jednak usuwanie i przerabianie numerów identyfikacyjnych wiąże się ściśle z nieuprawnionym wprowadzaniem do obrotu w Europejskim Obszarze Gospodarczym towarów opatrzonych znakiem towarowym **DAVIDOFF**, co stanowi niewątpliwe naruszenie prawa z rejestracji.

Sąd uznał za zasadne, obszernie i przekonująco umotywowane przez powódkę, z odniesieniem do konkretnych okoliczności niniejszej sprawy, żądanie opublikowania wydanego w sprawie orzeczenia. Umieszczenie informacji na stronie internetowej, służącej pozwanemu do oferowania wyrobów perfumeryjnych, umożliwi dotarcie informacji o naruszeniu do najbardziej zainteresowanych osób, zmniejszając istotnie koszty wykonania obowiązku przez pozwanego. (art. 287 ust. 2 w zw. z art. 296 ust. 1a p.w.p.) Sąd oddalił natomiast powództwo w zakresie żądania upoważnienia do zastępczego wykonania obowiązku opublikowania wydanego w sprawie orzeczenia, które nie ma podstaw, ani w przepisach rozporządzenia, ani w prawie krajowym.

Rozstrzygnięcie o kosztach znajduje uzasadnienie w art. 100 zdanie 2 k.p.c. Sąd obciążył nimi w całości pozwanego, ponieważ powódka uległa tylko w nieznaczej części swego roszczenia.

Do niezbędnych kosztów procesu strony reprezentowanej przez adwokata zalicza się wynagrodzenie, jednak nie wyższe niż stawki opłat określone w odrębnych przepisach i wydatki jednego adwokata, koszty sądowe oraz koszty nakazanego przez sąd osobistego stawiennictwa strony. (§ 3 art. 98 k.p.c.) Do niezbędnych kosztów procesu strony reprezentowanej przez adwokata zalicza się wynagrodzenie, jednak nie wyższe niż stawki opłat określone w odrębnych przepisach i wydatki jednego adwokata, koszty sądowe oraz koszty nakazanego przez sąd osobistego stawiennictwa strony. (§ 3.) Stronom reprezentowanym przez radcę prawnego lub rzecznika patentowego zwraca się koszty w wysokości należnej według przepisów o wynagrodzeniu adwokata. (art. 99 k.p.c.)

Opłaty za czynności radców prawnych przed organami wymiaru sprawiedliwości określa rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 IX 2002 r. w *sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu.*

Zasądzając opłatę za czynności radcy prawnego sąd bierze pod uwagę niezbędny nakład pracy, a także charakter sprawy i wkład pracy pełnomocnika w przyczynienie się do jej wyjaśnienia i rozstrzygnięcia. (§ 2 ust.1.) Podstawę zasądzenia opłaty stanowią stawki minimalne określone w rozdziałach 3 i 4, z tym, że nie może być ona wyższa od 6-o krotnej stawki minimalnej (§ 2 ust.2.), której wysokość zależy od wartości przedmiotu sprawy lub jej rodzaju. (§ 4 ust.1.) W sprawie o naruszenie prawa z rejestracji wynagrodzenie radcy prawnego wynosi 840 zł (§ 10 ust. 1 pkt 18). Zważywszy charakter sprawy, jej wagę i stopień skomplikowania, Sąd uznał, że adekwatne do nakładu pracy pełnomocnika powoda wykonującego zawód radcy prawnego będzie wynagrodzenie w minimalnej wysokości. (840 zł + 17 zł, tytułem opłaty skarbowej od pełnomocnictwa)

Uznając, że zarzuty zgłoszone przez pozwanego w sprzeciwienie nie uzasadniają zmiany rozstrzygnięcia **Sąd orzekł o utrzymaniu w mocy – w całości – wyroku zaocznego.** (art. 347 k.p.c.)