



WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

- zaoczny wobec pozwanego Krzysztofa Chudoby -

Dnia 29 sierpnia 2011 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XXII

Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych

w składzie następującym :

Przewodniczący SSO Beata Piwowska

Protokolant starszy sekretarz sądowy Dorota Zagórska

po rozpoznaniu na rozprawie w dniu 29 sierpnia 2011 r. w Warszawie

sprawy z powództwa C mbH w Hersewinkel

przeciwko B prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą C w Strzelcach Opolskich i C

- o ochronę praw z rejestracji wspólnotowych znaków towarowych, dóbr osobistych oraz zakazanie czynów nieuczciwej konkurencji

1. zakazuje pozwanym B i C naruszania wspólnotowego znaku towarowego **CLASS** zarejestrowanego w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego w Alicante na rzecz C mbH w Hersewinkel pod numerem 001583525, prawa powoda do firmy C oraz popełniania czynów nieuczciwej konkurencji, to jest używania, w jakiegokolwiek formie

graficznej, oznaczenia **C** w odniesieniu do działalności rolniczej, w szczególności związanej z pojazdami, urządzeniami i maszynami rolniczymi, w tym na papierze firmowym, materiałach promocyjnych i reklamowych, na stronie internetowej, w adresie domenowym i w adresach poczty elektronicznej;

2. nakazuje pozwanej podanie do publicznej wiadomości informacji o orzeczeniu w terminie 14 dni od jego uprawomocnienia się, w formie ogłoszenia o wielkości ¼ strony, pogrubioną czcionką typu Arial, nie mniejszą niż 16 punktów, w ogólnopolskim poniedziałkowym wydaniu dziennika *Rzeczpospolita* na stronie 3 działu *Gospodarka*, tj. na stronie B3 oraz w dwutygodniku techniki rolniczej *ATR EXPRESS* na jednej z sześciu pierwszych stron, bez jakichkolwiek dodatkowych elementów lub komentarzy pochodzących od pozwanej na innych stronach obok wymienionego ogłoszenia, o treści : *Binformuje, że w dniu 29 sierpnia 2011 r. Sąd Okręgowy w Warszawie Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych uznał, iż używając w prowadzonej działalności gospodarczej określenia C naruszyła ona przysługujące C mbH prawo do wspólnotowego znaku towarowego CLAAS nr 001583525.;*
3. nakazuje pozwanej złożenie jednokrotnego oświadczenia w terminie 14 dni od uprawomocnienia się orzeczenia, w formie ogłoszenia o wielkości ¼ strony, pogrubioną czcionką typu Arial, nie mniejszą niż 16 punktów, w ogólnopolskim poniedziałkowym wydaniu dziennika *Rzeczpospolita* na stronie 3 działu *Gospodarka*, tj. na stronie B3 oraz w dwutygodniku techniki rolniczej *ATR EXPRESS* na jednej z sześciu pierwszych stron, bez jakichkolwiek dodatkowych elementów lub komentarzy pochodzących od pozwanej na innych stronach obok wymienionego ogłoszenia, o treści : *B informuje, że używając w prowadzonej działalności gospodarczej określenia C naruszyła przysługujące C mbH prawo do firmy i popełniła czyn nieuczciwej konkurencji, z powodu czego wyraża ubolewanie.;*
4. stwierdza naruszenia praw C mbH w wyniku rejestracji przez C domeny internetowej clapol.pl;
5. umarza postępowanie w zakresie żądania nakazania pozwanej podania informacji o orzeczeniu do publicznej wiadomości, na stronie internetowej innej niż www.clapol.pl;

6. w pozostałej części powództwo oddala;
7. zasądza od pozwanych – solidarnie – na rzecz powoda kwotę 5.674 (pięć tysięcy sześćset siedemdziesiąt cztery) złote tytułem zwrotu kosztów procesu;
8. zasądza od pozwanej na rzecz powoda kwotę 450 (czterysta pięćdziesiąt) złotych tytułem zwrotu kosztów procesu;
9. wyrokowi w punkcie 1. zaocznemu względem pozwanego C, nadaje rygor natychmiastowej wykonalności.

SSO B. Piwowska

Uzasadnienie

C mbH w Harsewinkel wniósł o :

1. zakazanie Bi C naruszeń przysługujących mu praw do wspólnotowego znaku towarowego **CLAAS** nr 1583525, prawa do firmy oraz czynów nieuczciwej konkurencji poprzez zakazanie pozwanym używania w jakiegokolwiek formie oznaczeń identycznych lub podobnych do oznaczenia **CLAAS**, w szczególności oznaczenia **C**, w odniesieniu do działalności rolniczej, w szczególności związanej z pojazdami, urządzeniami i maszynami rolniczymi, w tym na papierze firmowym, materiałach promocyjnych i reklamowych, na stronie internetowej, w adresie domenowym i w adresach poczty elektronicznej;
2. nakazanie pozwanej podania do publicznej wiadomości określonej treści informacji o orzeczeniu zapadłym w niniejszej sprawie, na stronie internetowej prowadzonej przez nią działalności (innej niż www.claspol.pl);
3. nakazanie pozwanej podania do publicznej wiadomości informacji o orzeczeniu, w terminie 14 dni od jego uprawomocnienia się, w formie ogłoszenia o wielkości $\frac{1}{4}$ strony, pogrubioną czcionką typu Arial nie mniejszą niż 16 punktów, w ogólnopolskim poniedziałkowym wydaniu dziennika *Rzeczpospolita*, na stronie 3 działu *Gospodarka*, tj. na stronie B3 oraz w dwutygodniku techniki rolniczej *ATR EXPRESS* na jednej z sześciu pierwszych stron, bez dodawania jakichkolwiek dodatkowych elementów lub opublikowania jakichkolwiek innych elementów lub komentarzy pochodzących od pozwanej na innych stronach obok ogłoszenia, o treści : *B informuje, że w dniu [DATA WYROKU], Sąd Okręgowy w Warszawie, XXII Wydział Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych, uznał, że używając w prowadzonej działalności gospodarczej określenia „C” naruszyła ona przysługujące C mbH prawo do wspólnotowego znaku towarowego „CLAAS” nr*

001583525, prawo do firmy C mbH oraz dopuściła się czynów nieuczciwej konkurencji, z powodu czego wyraża ubolewanie.

4. nakazanie pozwanej złożenia jednokrotnego oświadczenia w terminie 14 dni od uprawomocnienia się orzeczenia, w formie ogłoszenia o wielkości $\frac{1}{4}$ strony, pogrubioną czcionką typu Arial nie mniejszą niż 16 punktów, w ogólnopolskim poniedziałkowym wydaniu dziennika *Rzeczpospolita* na stronie 3 działu *Gospodarka*, tj. stronie B3 oraz w dwutygodniku techniki rolniczej *ATR EXPRESS* na jednej z sześciu pierwszych stron, bez dodania jakichkolwiek dodatkowych elementów lub opublikowania jakichkolwiek innych elementów lub komentarzy pochodzących od pozwanej na innych stronach obok wymienionego ogłoszenia, o następującej treści : *B informuje, że używając w prowadzonej działalności gospodarczej określenia „C” naruszyła przysługujące C mbH prawo do wspólnotowego znaku towarowego „CLAAS” nr 001583525 oraz do firmy C mbH, a także popełniła czyn nieuczciwej konkurencji, i wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie została zobowiązana do zaniechania dalszych naruszeń, z powodu czego wyraża ubolewanie.*
5. stwierdzenie naruszenia praw C mbH w wyniku rejestracji przez B i C domeny clapol.pl;
6. zasądzenie solidarnie od pozwanych kosztów procesu.

Powód zarzucił pozwanym naruszenie jego praw do znaku towarowego i do firmy oraz dopuszczenie się przez nich czynu nieuczciwej konkurencji. Wyjaśnił, że w celu sprzedaży maszyn rolniczych, tj. towarów objętych zakresem ochrony wspólnotowego znaku towarowego, B używa oznaczenia imitującego znak CTM 1583525. Wezwana do zaniechania naruszeń, pozwana zmieniła formę graficzną oznaczenia ze strony internetowej, odmówiła jednak zobowiązania się na przyszłość do zaniechania naruszeń. C jest współsprawcą lub co najmniej pomocnikiem w naruszeniach, dokonywanych głównie na stronie internetowej pod adresem www.clapol.pl, w domenie zarejestrowanej na jego rzecz.

Na poparcie swych żądań zaoferował dowody z dokumentów urzędowych i prywatnych, wydruków ze stron internetowych i fotografii. (k.2-190)

B zażądała oddalenia powództwa i zwrotu kosztów procesu. Przyznała, że prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą C w Strzelcach Opolskich i używa strony internetowej pod adresem www.claspol.pl. Zajmuje się sprzedażą używanych maszyn rolniczych, m.in. produkowanych przez powoda, które importuje do Polski, a ponadto świadczy usługi rolnicze. Pozwana zarzuciła, że dokonane przez nią, na wezwanie powoda, modyfikacje przedstawienia graficznego oznaczenia i wyglądu strony internetowej (kolorystyki, szaty graficznej) są wystarczające dla wyeliminowania ryzyka konfuzji konsumenckiej. Obecnie używane przez strony oznaczenia są całkowicie odmienne, nie mają żadnych punktów wspólnych. Element -POL jest powszechnym oznaczeniem polskich przedsiębiorców, zainteresowanym wskazaniem ich powiązań z polskim rynkiem. Nie wynika z niego, że przedsiębiorstwo pozwanej jest przedstawicielstwem, czy filią powoda. W takim przypadku podmioty gospodarcze uzupełniają bowiem firmę oznaczeniem POLSKA. Dodatkowo, na stronie internetowej pozwana umieściła informację, że nie jest przedstawicielem handlowym C mbH. Żądania powoda uznała zatem za całkowicie bezzasadne. Na poparcie zarzutów zaoferowała dowody z dokumentów i przesłuchania jej w charakterze strony. Ten ostatni dowód, powołany na okoliczności bezsporne, został przez Sąd pominięty. (k.194-220)

C, prawidłowo powiadomiony, nie złożył odpowiedzi na pozew i nie stawił się na rozprawie 29 sierpnia 2011 r. (k.221, 226)

Sąd ustalił, że spółka komandytowo-akcyjna prawa niemieckiego C mbH z siedzibą w Harsewinkel jest znanym w świecie i renomowanym producentem dobrej jakości maszyn i urządzeń rolniczych. Spółka, założona w 1913 r. przez C dynamicznie się rozwijała, poszerzając przedmiotowy i terytorialny zakres swej działalności. Na polskim rynku jest obecna nieprzerwanie od ponad 20 lat. Jej produkty oferowane są za pośrednictwem 17 sprzedawców na terenie całej Polski. Informacje na temat jej działalności i jej oferta są dostępne na stronach internetowych pod adresami www.claas.com i <http://app.claas.com/claas-pl/index.php>. (bezzasadne - tak też

wydruki ze stron internetowych k.32-37, 105-108, faktury k.38-52, broszury informacyjne k.53-104)

Maszyny rolnicze opatrywane znakiem towarowym **CLAAS** cieszą się uznaniem wśród polskich przedsiębiorców działających w branży rolniczej. [Powód nieustannie udoskonala swoje produkty, dzięki innowacyjnym rozwiązaniom wprowadzanym do maszyn CLAAS, jest często nagradzany na polskich jak i międzynarodowych targach rolniczych.](#) (bezsporne - tak też wydruki ze stron internetowych k. 105-123)

C mbH służy prawo z rejestracji w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego w dniu 11 IX 2001 r., z pierwszeństwem od 30 III 2000 r. słowno-graficznego wspólnotowego znaku towarowego nr 1583525, chronionego także na terytorium Polski od 1 V 2004 r., dla towarów i usług w następujących klasach klasyfikacji nicejskiej :

7. maszyny i obrabiarki, narzędzia rolnicze, w szczególności kosiarki i młockarnie (kombajny), sieczkarnie, prasy do paczkowania, traktory rolnicze, rolnicze urządzenia do transportu, urządzenia samozaładowujące, kosiarki, potrząsacze i żniwiarki pokosowe, maszyny i narzędzia do uprawy roli, siewniki (maszyny), narzędzia do rozpylania nawozów i środków ochrony roślin oraz części i łączniki do nich,

12. pojazdy, urządzenia służące do poruszania się na lądzie, oraz części i osprzęt do nich, traktory, ładowarki, złącza, przekładnie, urządzenia mechaniczne i hydrauliczne do pojazdów lądowych, ujęte w klasie 12 za wyjątkiem samochodów,

16. m.in. papier, karton i wyroby z tych materiałów, druki, materiały, biurowe, fotografie, sprzęt biurowy, gazety i czasopisma,

35. m.in. reklama, dystrybucja materiałów reklamowych, wyceny handlowe, szacowanie maszyn nowych i używanych,

36. m.in. usługi finansowe, finansowanie wypożyczania i leasingu maszyn,

37. naprawa i konserwacja maszyn,

42. m.in. usługi rolnicze, finansowanie wypożyczania i leasingu maszyn nowych i używanych, części zapasowych i akcesoriów do maszyn.

(dowód : świadectwo rejestracji OHIM z tłumaczeniem k.124-151)

B prowadzi działalność gospodarczą pod firmą C w Strzelcach Opolskich, w szczególności w zakresie sprzedaży hurtowej maszyn i urządzeń rolniczych oraz

dotatkowego wyposażenia, wynajmu i dzierżawy maszyn i urządzeń rolniczych, m.in. za pośrednictwem strony internetowej pod adresem www.claspol.pl. Strona ta, w domenie zarejestrowanej na rzecz C utrzymana była w zielonej kolorystyce, a w jej prawym górnym rogu widniało oznaczenie. Zawierała informacje o tym, że C oferuje używane maszyny rolnicze **CLAAS**. Słowne oznaczenie **CLASPOL** użyte było również w dokumentach handlowych, reklamie i w adresie poczty elektronicznej wykorzystywanym na potrzeby działalności gospodarczej. (bezsporne – tak też wypis z ewidencji działalności gospodarczej k.155-156, protokół notarialny k.157, informacja NASK k.158, reklama k.152-154, faktura k.202)

Wezwana do dobrowolnego zaniechania naruszeń praw C mbH, pozwana przyznała, że używane przez nią oznaczenie oraz wygląd strony internetowej pod adresem www.claspol.pl sugerowały istnienie związku pomiędzy stronami. Dokonała więc modyfikacji w wyglądzie strony internetowej, zielone tło zastępując żółtym, zmieniając kolor i rodzaj czcionki oznaczenia. Pozwana zamieściła ponadto na stronie internetowej informacje, że C jest bezpośrednim importerem używanych maszyn rolniczych CLAAS oraz innych, nie jest natomiast przedstawicielem handlowym C mbH. Oznaczenie w zmienionej formie graficznej używane jest także przez pozwaną w dokumentach handlowych. (dowód : wydruk strony internetowej k. 159-160, 213-218, faktury k.203-211)

Zaoferowany Sądowi materiał dowodowy pozwolił na poczynienie ustaleń o okolicznościach faktycznych mających istotne znaczenie dla rozstrzygnięcia sporu. Pozwana nie kwestionowała praw powoda do wspólnotowego znaku towarowego **CLAAS** ani prawa do firmy C. Nie przeczyła używaniu oznaczenia **CLASPOL** w nazwie przedsiębiorstwa i adresie strony internetowej, w odniesieniu do importu i sprzedaży używanych maszyn rolniczych, m.in. produkowanych przez powoda. Różnica stanowisk stron wynikała z ich odmiennej oceny naruszenia praw powoda, a w szczególności istnienia ryzyka konfuzji konsumenckiej co do pochodzenia towarów i usług od stron postępowania, a także istnienia pomiędzy nimi powiązań gospodarczych, prawnych i personalnych.

Sąd zważył co następuje :

Stawiane pozwanym zarzuty implikują dokonanie ich oceny na płaszczyźnie prawa znaków towarowych, prawa cywilnego oraz ustawy o *zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*.

1. Odnosnie naruszenia praw do wspólnotowego znaku towarowego :

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 Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z 23 V 1978 r. w sprawie 102/77 *Hoffmann-La Roche*, z 18 VI 2002 r. w sprawie C-299/99 *Philips*, z 8 V 2008 r. w sprawie C-304/06 *Eurohypo*, wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 8 II 2011 r. w sprawie T-157/08 *Insulate for life*)

Przepis art. 9 rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 II 2009 r. w sprawie *wspólnotowego znaku towarowego* przyznaje uprawnionemu prawo do wyłącznego i niezakłóconego używania zarejestrowanego znaku oraz zakazania innym osobom, które nie mają jego zgody, używania w obrocie :

- a.** oznaczenia identycznego ze wspólnotowym znakiem towarowym dla identycznych towarów lub usług;
- b.** oznaczenia, w przypadku gdy, z powodu jego identyczności lub podobieństwa do wspólnotowego znaku towarowego oraz identyczności albo podobieństwa towarów lub usług, 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. (art. 9 ust.1)

Ocena identyczności lub podobieństwa znaków powinna się opierać na ich zgodności wizualnej, fonetycznej i znaczeniowej (konceptyjnej). Przeciwwstawiane znaki należy porównywać całościowo, a decydujące znaczenie mają elementy odróżniające i dominujące, a nie opisowe. Dwa znaki towarowe są do siebie podobne jeżeli - z punktu widzenia określonego kręgu odbiorców - są przynajmniej częściowo identyczne w jednym lub kilku istotnych aspektach. (por. wyrok Sądu z 23 X 2002 r. w sprawie T-6/01 *Matratzen*) Identyczność porównywanych znaków występuje wówczas, gdy są one dokładnie jednakowe (tożsame) lub charakteryzują się niedostrzegalnymi dla przeciętnego konsumenta różnicami. Dla stwierdzenia, czy w konkretnym przypadku znaki 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 i usług należy brać pod uwagę wszystkie czynniki charakteryzujące zachodzące między nimi relacje (zależności), szczególnie ich rodzaj i 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 sprawie T-388/00 *ELS*, z 4 XI 2003 r. w sprawie T-85/02 *Castillo*) Całościowa ocena zakłada pewną współzależność między branymi pod uwagę czynnikami, w szczególności podobieństwem znaków towarowych oraz podobieństwem towarów lub usług, których one dotyczą, przy czym niski stopień podobieństwa między towarami i usługami może być zrównoważony znaczącym stopniem podobieństwa między znakami towarowymi i odwrotnie. (zasada wzajemnej zależności - wyroki Trybunału z 23 X 2002 r. w sprawie T-6/01 *Matratzen*, z 13 IX 2007 r. w sprawie C-234/06 *Il Ponte Finanziaria*, z 18 XII 2008 r. w sprawie C-16/06 *Mobilix*, wyrok Sądu z 5 IV 2006 r. w sprawie T-202/04 *Echinacin*)

W myśl utrwalonego orzecznictwa, prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje wtedy, gdy odbiorcy mogliby uznać, że dane towary lub usługi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa, ewentualnie z przedsiębiorstw powiązanych gospodarczo. (por. wyroki Trybunału z 29 IX 1998 r. w sprawie C-39/97 *Canon*, z 4 V 1999 r., z 22 VI

1999 r. w sprawie C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, z 2 IX 2010 r. w sprawie C-254/09 *CK Calvin Klein*) Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd powinno być oceniane w sposób całościowy, według sposobu 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 sprawie T-162/01 *Giorgio Beverly Hills*, z 20 I 2010 r. w sprawie T-460/07 *Medion* i z 22 X 2002 r. w sprawie T-104/01 *Fifties*, wyroki Trybunału z 11 XI 1997 r. w sprawie C-25/95 *Sabel*, z 23 III 2006 r. w sprawie C-206/04 *Mülhens*)

Ocena prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w zakresie podobieństwa wizualnego, fonetycznego lub koncepcyjnego spornych znaków powinna się opierać na wywieranym przez nie całościowym wrażeniu, ze szczególnym uwzględnieniem ich elementów odróżniających, dominujących. (por. wyroki Trybunału z 11 XI 1997 r. w sprawie C-25/95 *Sabel*, z 23 X 2002 r. w sprawie T-6/01 *Matratzen*, wyroki Sądu z 14 X 2003 r. w sprawie T-292/01 *BASS* i z 6 VII 2004 r. w sprawie T-117/02 *Chufafit*) Odbiorcy z zasady, nie uznają elementu opisowego za odróżniający i dominujący w całościowym wrażeniu, jakie ten znak wywiera. (por. wyroki Sądu z 3 VII 2003 r. w sprawie T-129/01 *BUDMEN* i z 6 VII 2004 r. w sprawie T-117/02 *Chufafit*) O ile przeciętny konsument zwykle postrzega znak towarowy jako całość i nie zagłębia się w analizę jego poszczególnych elementów (por. wyrok Trybunału 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 (odróżniające) jego cechy są, co do zasady, najłatwiej zapamiętywane. (por. wyroki Sądu z 23 X 2002 r. w sprawie T-104/01 *Fifties*, z 10 IX 2008 r. w sprawie T-325/06 *Capio*)

Ocena podobieństwa dwóch znaków towarowych nie może ograniczać się do zbadania tylko jednego z elementów tworzących złożony znak towarowy i porównania go z innym znakiem. Porównania należy dokonać poprzez analizę przeciwstawionych sobie znaków postrzeganych jako całości, co nie oznacza, że całościowe wrażenie pozostawione przez złożony znak towarowy w pamięci właściwego kręgu odbiorców nie może w niektórych przypadkach zostać zdominowane przez jeden lub kilka z jego składników. Tylko wtedy, gdy wszystkie pozostałe składniki są bez znaczenia, ocena

podobieństwa może zależeć wyłącznie od elementu dominującego. (por. wyroki Trybunału z 12 VI 2007 r. w sprawie C-334/05 *Shaker*, z 20 IX 2007 r. w sprawie C-193/06 *Nestlé*, wyrok Sądu z 25 III 2009 r. w sprawie T-109/07 *SPA Therapy*)

Właściwy krąg odbiorców składa się z przeciętnych konsumentów, należycie poinformowanych, dostatecznie uważnych i rozsądnych, przy czym poziom uwagi konsumentów może się różnie kształtować w zależności od kategorii towarów lub usług. (por. wyroki Trybunału z 22 VI 1999 r. w sprawie C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, z 6 V 2003 r. w sprawie C-104/01 *Libertel* i z 12 I 2006 r. C-361/04 *Ruiz Picasso*, wyroki Sądu z 23 X 2002 r. w sprawie T-104/01 *Fifties*, z 30 VI 2004 r. w sprawie T-186/02 *Dieselit*) Przeciętny konsument rzadko ma możliwość przeprowadzenia bezpośredniego porównania różnych znaków towarowych, musi zazwyczaj zdawać się na zachowany w pamięci niedoskonały ich obraz. Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd jest tym większe im silniejszy jest charakter odróżniający znaku towarowego, który wynika z jego samoistnych cech lub renomy (znajomości, rozpoznawalności znaku na rynku). (por. wyroki Trybunału z 22 VI 1999 r. w sprawie C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, z 11 XI 1997 r. w sprawie C-251/95 *SABEL* i z 29 IX 1998 r. w sprawie C-39/97 *Canon*, wyroki Sądu z 1 II 2005 r. w sprawie T-57/03 *Hooligan* i z 21 II 2006 r. w sprawie T-214/04 *POLO*)

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 rozpatrzyć 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.)

Skutki wspólnotowego znaku towarowego podlegają wyłącznie przepisom rozporządzenia. W innych przypadkach, naruszenie podlega prawu krajowemu odnoszącemu się do naruszenia krajowego znaku towarowego wg przepisów tytułu X. (art. 14 ust. 1) Dla zapewnienia właścicielowi realizacji jego praw z rejestracji mogą być zakazane, w szczególności :

- a. umieszczanie oznaczenia na towarach lub na ich opakowaniach;
- b. oferowanie towarów, wprowadzanie ich do obrotu lub ich magazynowanie w tym celu pod takim oznaczeniem lub oferowanie i świadczenie usług pod tym oznaczeniem;
- c. przywóz lub wywóz towarów pod takim oznaczeniem;
- d. używanie oznaczenia w dokumentach handlowych i w reklamie. (art. 9 ust. 2)

Gdy sąd uzna, że pozwany naruszył lub że z jego strony istnieje groźba naruszenia wspólnotowego znaku towarowego, wydaje, o ile nie istnieją szczególne powody, decyzję zakazującą pozwanemu takich działań. Stosuje również środki, zgodnie z przepisami ustawodawstwa krajowego, których celem jest zapewnienie przestrzegania zakazu. (art. 102 ust. 1) 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.

Wspólnotowy znak towarowy jest znakiem słowno-graficznym, decydujące znaczenie ma w nim jednak element słowny. Ani czcionka, ani kolorystyka niczym szczególnym się nie wyróżniają. Dla oceny naruszenia prawa wyłącznego decydujące będzie porównanie elementu słownego **CLAAS** z przeciwstawionym mu słownym i słowno-graficznym oznaczeniem **CLASPOL** na płaszczyźnie fonetycznej, znaczeniowej i wizualnej. Sąd uzna przy tym racje powoda, że jego znak towarowy ma wysoką zdolność odróżniającą, zarówno pierwotną jak i wtórną, wypracowaną przez lata intensywnego używania dla oznaczania towarów, takich jak pojazdy i maszyny rolnicze. Jego renomy nie kwestionuje pozwana, funkcjonująca na tym samym rynku

sprzedaży pojazdów i maszyn rolniczych, identycznych z tymi, dla których chroniony jest znak powoda (klasa 7 i 12 klasyfikacji nicejskiej) oraz świadczenia usług rolniczych, identycznych z usługami z klasy 42, dla których chroniony jest znak powoda. Bez znaczenia jest przy tym to, że B oferuje maszyny używane.

Należy uznać, że dla takich samych towarów i usług B używa oznaczenia którego element odróżniający (dominujący) **CLAS** jest na płaszczyźnie fonetycznej identyczny, a na płaszczyźnie wizualnej wysoce podobny do wspólnotowego znaku towarowego **CLAAS**. Pominięcie jednej z dwu liter **A** jest całkowicie bez znaczenia. Dodanie elementu **POL** oraz elementy graficzne (prosta czcionka, banalna kolorystyka) – używane na stronie internetowej i w dokumentach handlowych – nie znoszą ryzyka konfuzji konsumenckiej. B używa bowiem także oznaczenia **CLASPOL** w postaci słownej (nazwa przedsiębiorstwa, dokumenty i informacje handlowe, adres strony internetowej), której podobieństwo – na płaszczyźnie fonetycznej i wizualnej jest nawet wyższe niż oznaczenia słowno-graficznego. Jak wskazuje sama pozwana, element **POL** ma charakter opisowy i jest często stosowane przez przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą związaną z polskim rynkiem.

Należy przy tym zauważyć, że B nie wskazała żadnego uzasadnienia dla dokonania wyboru nazwy **CLASPOL** dla prowadzonego przedsiębiorstwa oraz w ofercie towarów i usług. Okoliczności sprawy, a w szczególności poprzednia forma graficzna oznaczenia i wygląd strony internetowej, na której przedstawiono maszyny **CLAAS**, wyraźnie wskazują, że pozwana celowo wybrała oznaczenie z elementem słownym **CLAS**, nawiązując do renomowanego niemieckiego producenta oraz jego znanych i cenionych towarów, zbliżając swoje oznaczenie do znaku towarowego powoda także na płaszczyźnie koncepcyjnej (nawiązanie do nazwiska założyciela powodowej spółki i jej firmy **CLAAS**).

Sąd nie podziela przekonania pozwanej, że zmieniona czcionka i kolorystyka oznaczenia używanego na stronie internetowej wyłącza naruszenie wyłączności C mbH. Przeciwnie, B używa wszak oznaczenia słownego **CLASPOL** w adresie i treściach strony internetowej, w nazwie przedsiębiorstwa i dokumentach handlowych, gdzie graficzne przedstawienie znaku towarowego nie ma żadnego wpływu na postrzeganie znaku towarowego.

W ocenie Sądu, używając oznaczeń **CLASPOL** dla identycznych towarów i usług pozwana narusza prawo powoda z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego **CLAAS**. (art. 9 ust. 1b rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z 26 II 2009 r. w sprawie *wspólnotowego znaku towarowego*). Wynikające z tego naruszenia żądania są o tyle zasadne, o ile odnoszą się do oznaczenia faktycznie używanego przez pozwaną, a zatem **CLASPOL** w jakiejkolwiek formie graficznej. Nieuzasadnione byłoby ograniczenie sankcji zakazowej do używanego obecnie oznaczenia, zmiana sposobu przedstawienia jej znaku w odmiennej postaci jest bowiem całkowicie realna. Powód nie może natomiast skutecznie żądać zakazania pozwanej używania oznaczenia identycznego lub podobnego do znaku towarowego **CLAAS**, nie dowiódł bowiem naruszenia ani istnienia groźby naruszenia jego praw w tym zakresie. W jej części powództwo z pkt. 1., podlegać musiało oddaleniu, jako nieudowodnione.

2. Odnosnie naruszenia prawa do firmy

Przepis art. 43¹⁰ k.c. stanowi, że przedsiębiorca, którego prawo do firmy zostało zagrożone cudzym działaniem, może żądać zaniechania tego działania, chyba że nie jest ono bezprawne. W przypadku dokonania naruszenia może on także żądać usunięcia jego skutków, złożenia oświadczenia lub oświadczeń w odpowiedniej treści i formie, naprawienia na zasadach ogólnych szkody majątkowej lub wydania korzyści uzyskanej przez osobę, która dopuściła się naruszenia.

Ochrona firmy opiera się na zasadzie domniemania bezprawności naruszenia, rozumianej jako niezgodność zachowania z szeroko rozumianym porządkiem prawnym. Naruszeniem jest każde, nie oparte na własnym prawie, użycie cudzej firmy w jej pełnym brzmieniu bądź jej charakterystycznej części, bez względu na winę lub świadomość naruszenia.

Firma niemieckiej osoby prawnej podlega ochronie na podstawie art. 43¹⁰ k.c. poprzez art. 8 Konwencji związkowej paryskiej z 20 III 1883 r. o *ochronie własności przemysłowej* (Akt sztokholmski z 14 VII 1967 r.), stanowiący, że : *Nazwa handlowa będzie chroniona we wszystkich Państwach będących członkami Związku bez obowiązku zgłoszenia lub rejestracji niezależnie od tego, czy stanowi ona, czy nie stanowi części znaku towarowego.*

Strony niniejszego postępowania prowadzą działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży maszyn i pojazdów rolniczych, a zatem na tym samym rynku towarowym. Nazwa przedsiębiorstwa pozwanej nie odróżnia się dostatecznie od firmy powódki. Podobieństwo nazwy C i firmy C wynika z wykorzystania tego samego charakterystycznego (dominującego) elementu CLAS-, który stanowi w całości firmę, wokół którego budowana jest pozycja rynkowa spółki. Dodanie przyrostka -POL i skrótu PUH (Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe), powszechnie używanych w nazewnictwie działalności gospodarczej w Polsce, nie są wystarczające do odróżnienia obu firm.

Wykorzystanie elementu CLAS / CLAAS dla podmiotów z tej samej branży sprawia, iż nazwa C nie odróżnia się dostatecznie od firmy C mbH, a jej używanie przez B w nazwie prowadzonego przez nią przedsiębiorstwa, rodzi ryzyko wprowadzenia w błąd co do tożsamości przedsiębiorców, sprzecznego z zasadą wyłączności firmy określoną w art. 43³ § 1 k.c. Działania pozwanej naruszają więc prawa powoda.

3. Odnosnie naruszenia zasad uczciwej konkurencji

Ustrój gospodarczy Rzeczypospolitej Polskiej opiera się na zasadach wolności gospodarczej i swobody konkurencji. Każdy przedsiębiorca funkcjonujący na rynku może podejmować działania zmierzające do pozyskiwania kontrahentów – nabywców oferowanych przezeń towarów i usług. Działania konkurencyjne, bez względu na to jak dotkliwe skutki mogą wywierać w sferze interesów innych uczestników obrotu, są co do zasady dozwolone. Ustawodawca zwraca się przeciwko nim tylko o tyle, o ile są one sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami lub też podważają fundamenty konkurencji jako takiej. (por.: Wojciech Pyzioł, Anna Walaszek-Pyzioł *Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia)*. Przegląd Prawa Handlowego 1994/10/1)

Zgodnie z przepisem art. 3 ustawy z 16 IV 1993 r. o zwalczaniu *nieuczciwej konkurencji*, czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. (ust. 1) Czynami nieuczciwej konkurencji są w szczególności: wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa, fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów albo usług, wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub

usług, naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa, nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy, naśladownictwo produktów, pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie, utrudnianie dostępu do rynku, przekupstwo osoby pełniącej funkcję publiczną, a także nieuczciwa lub zakazana reklama, organizowanie systemu sprzedaży lawinowej oraz prowadzenie lub organizowanie działalności w systemie konsorcyjnym. (ust.2) Uznanie działania za czyn nieuczciwej konkurencji warunkowane jest zatem kumulatywnym spełnieniem następujących przesłanek :

- ✓ czyn ma charakter konkurencyjny,
- ✓ narusza lub zagraża interesowi innego przedsiębiorcy lub klienta,
- ✓ jest bezprawny, tj. sprzeczny z prawem lub dobrymi obyczajami.

Jak słusznie stwierdził Sąd Apelacyjny w Katowicach w wyroku z 22 XI 2000 r. (I ACa 688/00, OSA 2001/5/28), nie każde zachowanie naruszające dobre obyczaje może być uznane za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 ust. 1. Dyspozycją tego przepisu objęte są tylko te czyny sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, które zagrażają lub naruszają interes przedsiębiorcy. Gdy powodują pogorszenie lub brak spodziewanej poprawy możliwości nabycia albo zbytu oferowanych dóbr lub usług. (por. Beata Gadek *Generalna klauzula odpowiedzialności za czyn nieuczciwej konkurencji (art.3 u.z.n.k.)*, Uniwersytet Jagielloński, Zeszyt 85, Kantor Wydawniczy Zakamycze 2003 r. s.156-161)

Konkurencyjne są wyłącznie działania zewnętrzne, adresowane do innych uczestników wymiany rynkowej, mające na celu zdobycie klientów dla oferowanych przez nich towarów przez zwiększenie własnej efektywności gospodarczej bądź osłabienie cudzej. Zagrożenie interesów innych uczestników rynku musi mieć charakter bezpośredni i realny. Muszą one być zdolne wywierać wpływ na konkurentów albo konsumentów, niekorzystnie oddziałując na ich sytuację lub naruszając ich interesy gospodarcze.

Naruszenie prawa odnosi się do bezwzględnie i powszechnie obowiązujących przepisów, w szczególności u.z.n.k., przepisów o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym, o ochronie dóbr osobistych, prawa własności, praw autorskich, ochrony konsumentów, kodeksu karnego. *Dobre obyczaje, w znaczeniu określonym w art.3 ust.1 u.z.n.k., rozumieć jednak należy podobnie do zasad współżycia społecznego.*

Są to zatem normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej. Normy te mogą się więc odnosić do innych stosunków społecznych niż typowe zasady współżycia społecznego na tle kodeksu cywilnego. O tym, czy dane działanie jest sprzeczne z dobrymi obyczajami, decyduje całokształt okoliczności, a zwłaszcza cel, użyte środki i konsekwencje przedsięwziętych działań. Czyn sprzeczny z prawem nie musi być zarazem sprzeczny z dobrymi obyczajami, gdyż zależy to od charakteru naruszonych norm. Dla ustalenia dobrych obyczajów poważne znaczenie mogą mieć ustalane przez organizacje samorządu zawodowego kodeksy etyczne. (tak: Marian Kępiński Problemy ogólne nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Ruch Prawniczy Ekonomiczny i Socjologiczny 1994/2/1) Pojęcie dobrych obyczajów odczytuje się najczęściej w ujęciu ekonomiczno-funkcjonalnym, przywiązującym wagę nie do przestrzegania dobrych obyczajów w ogóle lecz do zachowania przedsiębiorców w działalności gospodarczej, odchodząc od dokonywania oceny z punktu widzenia ogólnych zasad etyczno-moralnych, gdzie istotne kryterium stanowiło poczucie godności ogółu ludzi myślących sprawiedliwie i słuszenie. Obecnie, dobre obyczaje to normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej. (por. uzasadnienie wyroku Sądu Najwyższego z 26 IX 2002 r. III CKN 213/01 OSNC 2003/12/169, Beata Gadek op.cit. s.127-144)

Sąd podziela reprezentowany w doktrynie pogląd, iż przepis art. 3 ust. 1 w sposób ogólny określa czyn nieuczciwej konkurencji, podczas gdy ust.2 wymienia przykładowo niektóre czyny, typizowane dodatkowo w art. 5-17, które należy wyklądać w ten sposób, że ogólne określenie czynu nieuczciwej konkurencji i przepisy czyn ten uszczegóławiające pozostają w następujących wzajemnych relacjach :

- ✓ wymienione w ustawie czyny nieuczciwej konkurencji nie tworzą zamkniętego katalogu, za nieuczciwie konkurencyjne można uznać także działanie niewymienione w art. 5-17, jeżeli tylko spełnia ono przesłanki zdefiniowane w art. 3 ust. 1,
- ✓ wymagania wskazane w definicji odnoszą się do czynów wymienionych w art. 5-17, art. 3 ust. 1 spełnia funkcję korygującą w stosunku do przepisów szczególnych typizujących czyny nieuczciwej konkurencji. Gdy dany stan faktyczny, formalnie, spełnia przesłanki z art. 5-17, w rzeczywistości jednak działanie nie wykazuje

któregoś ze znamion art. 3 ust.1 (np. bezprawności) uznanie go za czyn nieuczciwej konkurencji jest wykluczone.

Uznanie konkretnego działania za czyn nieuczciwej konkurencji wymagać będzie zatem ustalenia, na czym ono polegało i zakwalifikowania go pod względem prawnym przez przypisanie mu cech konkretnego deliktu wskazanego w Rozdziale 2. u.z.n.k. (*Czyny nieuczciwej konkurencji* - art. 5-17) lub deliktu tam nieujętego ale odpowiadającego hipotezie art. 3 ust. 1. Czyny konkurencyjne powinny być badane przede wszystkim w świetle przesłanek określonych w przepisach art. 5-17 u.z.n.k. i dopiero gdy nie mieszczą się w dyspozycji któregośkolwiek z tych przepisów, podlegają ocenie według klauzuli generalnej z art.3. (tak Sąd Apelacyjny w Lublinie w wyroku z 30 IX 1998 r. I ACa 281/98 Apel.-Lub.1999/1/1)

Zgodnie z art. 5 u.z.n.k., czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie przedsiębiorstwa, które może wprowadzić klientów w błąd co do jego tożsamości, przez używanie firmy, nazwy, godła, skrótu literowego lub innego charakterystycznego symbolu wcześniej używanego, zgodnie z prawem, do oznaczenia innego przedsiębiorstwa. Natomiast przepis art. 10 stanowi w ust.1, że czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich.

Z zaoferowanego przez strony materiału dowodowego wynika pierwszeństwo istnienia powodowej spółki w polskim obrocie prawnym i używania przez nią oznaczenia **CLAAS** dla oznaczenia przedsiębiorstwa oraz oferowanych przez nie maszyn i pojazdów rolniczych. B rozpoczęła prowadzenie działalności gospodarczej pod nazwą C dopiero 1 lipca 2006 r. (k.155-156) C mbH może zatem skutecznie powoływać się na przepisy art. 5 i art. 10 u.z.n.k., żądając ochrony przed nieuczciwie konkurencyjnymi działaniami Kariny Bochenek, która dla oznaczenia prowadzonego przez nią przedsiębiorstwa oraz towarów i usług używa konfuzyjnego oznaczenia CLASPOL, zbudowanego wokół firmy i znaku towarowego powoda **CLAAS**. Możliwość

wprowadzenia w błąd potencjalnych nabywców jej towarów i usług wynika z podobieństwa oznaczeń oraz nazwy/firmy przedsiębiorcy i nazwy, pod którą prowadzi on przedsiębiorstwo ale także z graficznego upodobnienia oznaczenia do znaku towarowego i podobieństwa wyglądu stron internetowych. Należy podzielić pogląd powoda, że oznaczenie **CLASPOL** może sugerować nabywcom i kontrahentom pozwanej, iż przedsiębiorstwo działające pod taką firmą jest autoryzowanym dystrybutorem maszyn i pojazdów spółki C lub co najmniej podmiotem z nią powiązanym. Umieszczenie na stronie internetowej – która nie jest jedyną formą używania spornego oznaczenia – informacji, że pozwana nie jest przedstawicielem powoda, nie może być uznane za wystarczające, nie eliminuje bowiem w całości ryzyka konfuzji.

Pozwanej można także postawić zarzut dopuszczenia się czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 16 ust. 1 i 2 u.z.n.k., polegającego na nieuczciwej reklamie, w szczególności reklamie wprowadzającej w błąd. W obecnych realiach gospodarczych adresy internetowe wykorzystywane są jako atrakcyjne oraz bardzo efektywne narzędzia reklamy i promocji, przekazując zainteresowanym informacje o przedsiębiorcy, a także zachęcając użytkowników internetu do odwiedzania stron internetowych i skorzystania z prezentowanej przez nie oferty. Mylące oznaczenie przedsiębiorstwa lub inne oznaczenie wskazujące na źródło pochodzenia towarów i usług w adresie internetowym wywołuje zatem skutek przewidziany w art. 16 ust. 2 u.z.n.k.

Oferowanie towarów i usług z oznaczeniem **CLASPOL** jest ponadto sposobem nieuczciwie konkurencyjnego, pasożytniczego wykorzystania nakładów i renomy innego przedsiębiorcy. Godzi w ustaloną pozycję rynkową powoda, wypełniając znamiona czynu nieuczciwej konkurencji zdefiniowanego w klauzuli generalnej art. 3 ust. 1 u.z.n.k. B narusza prawo wyłączne spółki CLAAS z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego i jej prawo do firmy. Jej działanie jest sprzeczne z dobrym obyczajem handlowym, nic bowiem nie uzasadnia wyboru konfuzyjnego oznaczenia dla prowadzonej działalności gospodarczej i korzystania z dobrej opinii o powodzie, jego towarach i usługach.

Stwierdzone naruszenia praw powoda z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego, prawa do firmy oraz dopuszczenie się czynu nieuczciwej konkurencji uzasadniały nałożenie na oboje pozwanych sankcji zakazowych żądanych w pkt 1. pozwu. Odpowiedzialność C za naruszenie wynika z zarejestrowania przezeń domeny claspol.pl, używanej przez B dla prowadzonej przez nią działalności gospodarczej. Pozwana nie wyjaśniła przy tym, jakie są jej relacje z pozwanym, który nie złożył odpowiedzi na pozew i nie zajął w sprawie merytorycznego stanowiska.

Z powołanych względów, na podstawie art. 9 ust. 2 rozporządzenia, art. 43¹⁰ k.c. oraz art. 18 pkt 1 u.z.n.k., Sąd zakazał B i C naruszania wspólnotowego znaku towarowego **CLASS** zarejestrowanego w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego w Alicante na rzecz C mbH w Hersewinkel pod nr 1583525, prawa powoda do firmy C oraz popełniania czynów nieuczciwej konkurencji, to jest używania, w jakiejkolwiek formie graficznej, oznaczenia **CLASPOL** w odniesieniu do działalności rolniczej, w szczególności związanej z pojazdami, urządzeniami i maszynami rolniczymi, w tym na papierze firmowym, materiałach promocyjnych i reklamowych, na stronie internetowej, w adresie domenowym i w adresach poczty elektronicznej.

Sąd uznał za usprawiedliwione okolicznościami sprawy żądanie powoda usunięcia skutków naruszenia jego praw z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego **CLAAS**. Na podstawie art. 287 ust. 2 w zw. z art. 296 ust.1a p.w.p. i w zw. z art. 102 ust. 1 *in fine* rozporządzenia Sąd nakazał pozwanej podanie do publicznej wiadomości informacji o orzeczeniu, w terminie 14 dni od jego uprawomocnienia się, w formie ogłoszenia o wielkości ¼ strony, pogrubioną czcionką typu Arial, nie mniejszą niż 16 punktów, w ogólnopolskim poniedziałkowym wydaniu dziennika *Rzeczpospolita*, na stronie 3 działu *Gospodarka*, tj. na stronie B3 oraz w dwutygodniku techniki rolniczej *ATR EXPRESS* (w którym pozwana reklamowała swoje towary k.152-154), na jednej z sześciu pierwszych stron, bez jakichkolwiek dodatkowych elementów lub komentarzy pochodzących od pozwanej na innych stronach obok wymienionego ogłoszenia, o treści : *B informuje, że w dniu 29 sierpnia 2011 r. Sąd Okręgowy w Warszawie Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych uznał, iż używając w prowadzonej działalności gospodarczej określenia C naruszyła ona*

przysługujące C mbH mbH prawo do wspólnotowego znaku towarowego CLAAS nr 001583525.

Sąd oddalił żądanie z pkt 3. pozwu w takim zakresie w jakim dotyczyło ono podania do publicznej wiadomości orzeczenia o naruszeniu prawa do firmy oraz dopuszczenia się czynu nieuczciwej konkurencji, przepis art. 287 ust. 2 p.w.p. nie ma bowiem do nich zastosowania. Sankcją za naruszenie dóbr osobistych i dopuszczenie się czynów nieuczciwej konkurencji stypizowanych w art. 5, 10 ust. 1 oraz art. 3 ust. 1 u.z.n.k. będzie nakazanie pozwanej – na podstawie art. 43¹⁰ k.c. i art. 18 ust. 1 pkt 3 u.z.n.k. - złożenia jednokrotnego oświadczenia, w terminie 14 dni od uprawomocnienia się orzeczenia, w formie ogłoszenia o wielkości $\frac{1}{4}$ strony, pogrubioną czcionką typu Arial, nie mniejszą niż 16 punktów, w ogólnopolskim poniedziałkowym wydaniu dziennika *Rzeczpospolita*, na stronie 3 działu *Gospodarka*, tj. na stronie B3 oraz w dwutygodniku techniki rolniczej *ATR EXPRESS* na jednej z sześciu pierwszych stron, bez jakichkolwiek dodatkowych elementów lub komentarzy pochodzących od pozwanej na innych stronach obok wymienionego ogłoszenia, o treści : *B informuje, że używając w prowadzonej działalności gospodarczej określenia CLASPOL naruszyła przysługujące C mbH mbH prawo do firmy i popełniła czyn nieuczciwej konkurencji, z powodu czego wyraża ubolewanie.*

Sąd oddalił żądanie z pkt 3. i 4. pozwu w takiej części, w jakiej dotyczyło ono przeproszenia za naruszenie prawa z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego **CLAAS**, do którego powołane przepisy nie znajdują zastosowania.

Sąd uwzględnił żądanie C mbH z pkt 5. pozwu, stwierdzając naruszenie jego praw w wyniku rejestracji przez C domeny internetowej claspol.pl. (art. 9 ust. 2 rozporządzenia) Zważywszy na brak dowodu zarejestrowania tej domeny przez pozwaną, Sąd oddalił w tym zakresie powództwo wobec B, czym innym jest bowiem używanie nazwy domeny internetowej, a czym innym jej zarejestrowanie.

Wobec skutecznego cofnięcia pozwu w pkt 2. (k.236) Sąd postanowił o umorzeniu postępowania w zakresie żądania nakazania pozwanej podania informacji o orzeczeniu do publicznej wiadomości, na stronie internetowej innej niż www.claspol.pl. (art. 355 § 1 w zw. z art. 203 k.p.c.)

O kosztach Sąd orzekł na zasadzie art. 100 zdanie 2 k.p.c., obciążając nimi w całości pozwanych ponieważ powód uległ tylko w nieznacznej 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.) 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 rzeczników patentowych przed organami wymiaru sprawiedliwości określa rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z 2 XII 2003 r. w *sprawie opłat za czynności rzeczników patentowych*. Zasądzając opłatę za czynności rzecznika patentowego sąd bierze pod uwagę niezbędny nakład pracy, a także zawartość sprawy. (§ 2) Podstawę zasądzenia opłaty stanowią stawki minimalne określone w rozdziale 2, z tym, że nie może być ona wyższa od 6-o krotnej stawki minimalnej (§ 2 ust.2.) W sprawie o naruszenie prawa z rejestracji wynagrodzenie rzecznika patentowego wynosi 700 zł (§ 6 ust. 1 pkt 3).

Wyrokowi w punktach 1. i 6., zaocznemu względem pozwanego C, Sąd – na podstawie art. 333 § 1 pkt 3 k.p.c. -nadał rygor natychmiastowej wykonalności.