



WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 4 marca 2013 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 25 lutego 2013 r. w Warszawie

sprawy z powództwa **U** spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W

przeciwko **D.O.** spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w P – w likwidacji i **O** spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w P

z udziałem interwenientów ubocznych MC i L S

- o ochronę praw z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego i zakazanie czynów nieuczciwej konkurencji

1. oddała powództwo;
2. opłatę ostateczną w zakresie roszczeń wobec *D.O.* spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w P – w likwidacji ustala na kwotę 5.000 (pięć tysięcy) złotych i uznaje za pobraną od powoda do kwoty 1.000 (tysiąc) złotych;
3. opłatę ostateczną w zakresie roszczeń wobec *O* spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w P ustala na kwotę 5.000 (pięć tysięcy) złotych i uznaje za pobraną od powoda do kwoty 1.000 (tysiąc) złotych;

4. nakazuje pobranie od *U* spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w *W* na rzecz Skarbu Państwa – Sądu Okręgowego w Warszawie kwoty 8.000 (osiem tysięcy) złotych tytułem brakującej części opłaty ostatecznej;
5. zasądza od *U* spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w Warszawie na rzecz *D.O.* spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w *P* – w likwidacji kwotę 1.697 (tysiąc sześćset dziewięćdziesiąt siedem) złotych tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego;
6. zasądza od *U* spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w *W* na rzecz *O* spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w *P* kwotę 1.697 (tysiąc sześćset dziewięćdziesiąt siedem) złotych tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

Uzasadnienie

28 VIII 2012 r. *U* spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W wniosła o:

1. zakazanie pozwanej ad. 1. *D.O.* spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w P umieszczania na opakowaniach suplementów diety oznaczeń zawierających element słowny **VITUM**,
2. zakazanie pozwanym ad. 1. *D.O.* spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w P i ad. 2. *O* spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w P oferowania i wprowadzania do obrotu suplementów diety oznaczonych za pomocą nazwy zawierającej element słowny **VITUM**,
3. zakazanie pozwanej ad. 2. wykorzystywania w reklamie suplementów diety oznaczenia zawierającego element słowny **VITUM**,
4. zakazanie pozwanej ad. 2. posługiwania się domenami internetowymi z elementem słownym **VITUM**,
5. nakazanie pozwanym zniszczenia znajdujących się w ich posiadaniu opakowań suplementów diety oznaczonych z wykorzystaniem nazwy zawierającej element słowny **VITUM**,
6. zobowiązanie pozwanych do złożenia w terminie 14 dni od uprawomocnienia się wyroku, na ich koszt, w czasopismach: *Gazeta Farmaceutyczna* oraz *Świat Farmacji*, oświadczenia o wielkości nie mniejszej niż 1/3 strony przedstawionego czcionką Times New Roman, o wielkości nie mniejszej niż 14 punktów, dwukrotnie pogrubionej, o treści: „*O D* sp. z o.o. oraz *O* sp. z o.o. przepraszają spółkę *U* sp. z o.o. za bezprawne wykorzystywanie w działalności gospodarczej oznaczeń zawierających element słowny „**VITUM**”, co stanowiło naruszenia prawa ochronnego na wspólnotowy znak towarowy „**VITRUM**” oraz czyn nieuczciwej konkurencji.”, a w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania wyroku w tym zakresie, upoważnienie powoda do opublikowania tego ogłoszenia na koszt pozwanych,
7. zwrot kosztów procesu. (k.2-405, 551)

W piśmie procesowym z 30 XI 2012 r. *U* rozszerzyła powództwo o żądania:

1. zakazania spółce *D.O.* oznaczania suplementów diety z wykorzystaniem opakowania w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanego w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierającego na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu,
2. zakazania obu pozwanym oferowania i wprowadzania do obrotu suplementów diety w opakowaniach w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanych w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej

wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu,

3. zakazania spółce *O* wykorzystywania w reklamie suplementów diety oznaczenia w postaci opakowania w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanego w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierającego na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu,
4. nakazania obu pozwany wycofania z obrotu w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku, będących ich własnością, suplementów diety w opakowaniach w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanych w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu,
5. nakazania obu pozwany zniszczenia w terminie 14 dni od uprawomocnienia się wyroku, znajdujących się w ich posiadaniu, opakowań suplementów diety w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanych w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu,
6. zobowiązania pozwanych do złożenia w terminie 14 dni od uprawomocnienia się wyroku, na ich koszt, w czasopismach *Gazeta Farmaceutyczna* i *Świat Farmacji*, oświadczenia o wielkości nie mniejszej niż 1/3 strony przedstawionego czcionką Times New Roman, o wielkości nie mniejszej niż 14 punktów, dwukrotnie pogrubionej, o treści: „*O D* sp. z o.o. oraz *O* sp. z o.o. przepraszają spółkę *U* sp. z o.o. za bezprawne wykorzystywanie w działalności gospodarczej oznaczenia w postaci opakowania w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanego w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierającego na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu, co stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji.”, a w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania wyroku w tym zakresie, upoważnienie powódki do opublikowania tego ogłoszenia na koszt pozwanych,

ewentualnie:

1. zakazania spółce *D.O.* oznaczania suplementów diety z wykorzystaniem opakowania w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanego w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierającego na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu i umieszczony nad tym słowem element słowny **VITUM**,
2. zakazania obu pozwany oferowania i wprowadzania do obrotu suplementów diety w opakowaniach w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną,

- utrzymanych w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu i umieszczony nad tym słowem element słowny **VITUM**,
3. zakazania spółce *O* wykorzystywania w reklamie suplementów diety oznaczenia w postaci opakowania w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanego w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierającego na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu i umieszczony nad tym słowem element słowny **VITUM**,
 4. nakazania obu pozwany wycofania z obrotu, w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku, będących ich własnością, suplementów diety w opakowaniach w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanych w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu i umieszczony nad tym słowem element słowny **VITUM**,
 5. nakazania obu pozwany zniszczenia, w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku, znajdujących się w ich posiadaniu, opakowań suplementów diety w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanych w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu i umieszczony nad tym słowem element słowny **VITUM**,
 6. zobowiązania obu pozwanych do złożenia w terminie 14 dni od uprawomocnienia się wyroku, na ich koszt, w czasopiśmie *Gazeta Farmaceutyczna* i *Świat Farmacji*, oświadczenia o wielkości niemniejszej niż 1/3 strony przedstawionego czcionką Times New Roman, o wielkości nie mniejszej niż 14 punktów, dwukrotnie pogrubionej, o treści: „*O D* sp. z o.o. oraz *O* sp. z o.o. przepraszają spółkę *U* sp. z o.o. za bezprawne wykorzystywanie w działalności gospodarczej oznaczenia w postaci opakowania w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanego w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierającego na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu i umieszczony nad tym słowem element słowny **VITUM**, co stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji”, a w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania wyroku w tym zakresie, upoważnienie powódki do opublikowania tego ogłoszenia na koszt pozwanych. (k.734-919)

W piśmie procesowym datowanym 18 II 2013 r. *U* oświadczyła o cofnięciu pozwu w zakresie żądań głównych i ewentualnych objętych pkt 1-3, żądań ewentualnych z pkt 4-6, sformułowanych w piśmie procesowym z 30 XI 2012 r. Żądaniom głównym z pkt 4-6 nadała treść:

4. nakazania pozwany wycofania z obrotu w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku, będących ich własnością, suplementów diety **D-VITUM CALCIUM** w opakowaniach w

- kształcie prostopadłościanu, z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanych w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu,
5. nakazania pozwanym zniszczenia na ich koszt, w terminie 14 dni od uprawomocnienia się wyroku, znajdujących się w ich posiadaniu, opakowań suplementów diety **D-VITUM CALCIUM** w kształcie prostopadłościanu, w szczególności z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanych w kolorystyce niebiesko-białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu,
6. zobowiązania pozwanych do złożenia w terminie 14 dni od uprawomocnienia się wyroku, na ich koszt, w czasopismach *Gazeta Farmaceutyczna* i *Świat Farmacji*, oświadczenia o wielkości nie mniejszej niż 1/3 strony przedstawionego czcionką Times New Roman, o wielkości nie mniejszej niż 14 punktów, dwukrotnie pogrubionej, o treści: „*O D* sp. z o.o. oraz *O* sp. z o.o. przepraszają spółkę *U* sp. z o.o. za bezprawne wykorzystywanie w działalności gospodarczej opakowania suplementu diety **D-VITUM CALCIUM** w kształcie prostopadłościanu, z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanego w kolorystyce niebiesko-białej/ kremowej, zawierającego na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu, co stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji oraz naruszenie prawa ochronnego na wspólnotowy znak towarowy **VITRUM** (CTM-2500759).”, a w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania wyroku w tym zakresie, upoważnienie powódki do opublikowania ogłoszenia na koszt pozwanych. (k.1094-1101)

Pozwane nie wyraziły zgody na częściowe cofnięcie pozwu. (k.1128)

Zgłoszone w piśmie procesowym z dnia 21 II 2013 r. roszczenia pieniężne wyłączone zostały do odrębnego rozpoznania w sprawie sygn. akt XXII GWz 7/13. (k.1128)

Na rozprawie 25 II 2013 r. pełnomocnik powódki złożył ustne oświadczenie woli dokonania kolejnej zmiany przedmiotowej powództwa, które znalazło wyraz także w załączniku do protokołu. Zmiana ta nie mogła być jednak uznana za skuteczną wobec niezachowania wymogu określonego w art. 193 § 2¹ k.p.c. (k.1128)

Postanowieniem wydanym 16 I 2013 r. Sąd oddalił wniosek *U* o udzielenie zabezpieczenia. (k.920-929, 988-996)

D.O. spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w P (obecnie w likwidacji k.1121-1124v) i *O* spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Pietrzykowicach zażądały oddalenia powództwa i zwrotu kosztów procesu. (k.423-539, 551-552, 1012-1067)

Interwencję uboczną po ich stronie zgłosili MC i LS, popierając zarzuty pozwanych i zgłoszone przez nie wnioski dowodowe. Złożyli przy tym dokumenty księgowe, potwierdzające, że sporne produkty są wytwarzane przez przedsiębiorstwo *O* należące do ich spółki cywilnej, a następnie wprowadzane do obrotu przez *D O* i oferowane przez *O* spółkę z o.o. w P. (k.565-603)

Sąd ustalił, że:

U spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W jest spółką zależną od działającej według prawa Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej spółki *U Inc.* w N J. (bezsporne – tak też odpis z KRS k.36-41, dokumenty dot. *U Inc.* k.76-80)

Powódka prowadzi działalność gospodarczą na rynku suplementów diety, od 2003 r. dystrybuując w Polsce, wytwarzane przez *U Inc.*, suplementy VITRUM: Vitrum, Vitrum Calcium +Vitaminum D₃, Vitrum Prenatal, Vitrum Cardio, Vitrum Osteomag, Vitrum Prevital, Vitrum Folicum, Vitrum Sun, Vitrum Senior, Vitrum Omega, Vitrum Energy, Vitrum Vision, Vitrum Beauty, Vitrum Beauty Elita, Vitrum Junior oraz Vitrum Osteo. (dowód: wydruki ze strony aptek internetowych k.42-52, zeznania świadka A. W. k.1126-1127) Wcześniej, w latach 1997-2003 produkty te były dystrybuowane w Polsce przez ich wytwórcę. (dowód: faktury k.56-60, zeznania świadka A. W. k.1126-1127) Środki farmaceutyczne VITRUM Calcium +Witamina D₃ i VITRUM zostały wpisane do rejestru Środków Farmaceutycznych i Materiałów Medycznych Ministra Zdrowia i Opieki Społecznej 28 I 1997 r., jako leki wydawane bez recepty. (dowód: świadectwa rejestracji nr 6965 i 6966 k.61-64)

Oznaczenie **VITRUM** podlega ochronie jako wspólnotowy znak towarowy, zarejestrowany w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego pod nr 2500759 na rzecz *U Inc.* w NJ z pierwszeństwem od 13 grudnia 2001 r., dla towarów w klasie 5. klasyfikacji nicejskiej: preparaty farmaceutyczne, leki i suplementy diety (na receptę lub bez), z wyłączeniem produktów okulistycznych, farmaceutycznych i medyczno-weterynaryjnych, stosowanych w chirurgii oka. (dowód: świadectwo rejestracji OHIM k.65-72)

Powódka używa znaku za zgodą uprawnionego, od 18 VI 2012 r. w oparciu o umowę licencyjną, zgodnie z którą, spółce przysługuje wyłączność używania na terytorium Polski wspólnotowego znaku towarowego **VITRUM**. (§2) Stosownie do § 3.1 umowy, powódka jest uprawniona do samodzielnego dochodzenia roszczeń z tytułu naruszenia licencjonowanego znaku, bez konieczności każdorazowego uzyskiwania zgody uprawnionego. (dowód: umowa k.73-75, oświadczenie z 18 VI 2012 r. k.77-80)

Suplementy diety VITRUM są znane i cenione przez konsumentów. Ze względu na dobrą jakość cieszą się uznaniem lekarzy i farmaceutów. (dowód: wydruki ze stron internetowych k.81-82, informacja Wydawnictwa Apteka sp. z o.o. k.83, informacje o wartości sprzedaży k.647-648) Suplementy te, w szczególności VITRUM CALCIUM, są intensywnie reklamowane. Roczne wydatki

związane z działaniami promocyjnymi i reklamowymi (w tym wynagrodzenia przedstawicieli *U*) wynosiły w latach 2003-2011 2,2 mln zł. (dowód: zeznania świadka A. W k.1126-1127, wydruki z Internetu k.91-92, zestawienie IMM k.93-99, 414-421, materiały reklamowe k.100-351)

Suplement diety VITRUM CALCIUM jest obecny na polskim rynku od 1997 r. w opakowaniu zmienianym zaledwie w nieznaczny sposób, cechującym się kształtem w wysuniętą tylną ścianką, niebiesko-białą kolorystyką, wizerunkiem muszli i wyeksponowanymi napisami VITRUM - WITAMINY I MINERAŁY - VITRUM CALCIUM:



(dowód: faktury k.761-765, materiały reklamowe k.766-865, 876-886, zeznania świadka A. W k.1126-1127)

D.O. spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w P – obecnie w likwidacji i *O* spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w P są powiązane ze sobą personalnie i gospodarczo. (bezsporne – tak też odpisy z KRS k.365-371, 449-456, 458-464, wydruk z Internetu k.372-374) *O* wprowadza do obrotu i dystrybuuje środki spożywcze specjalnego medycznego przeznaczenia wytwarzane w przedsiębiorstwie prowadzonym przez spółkę cywilną M C i L S, poprzednio czyniła to za pośrednictwem spółki *D O*. Pozwana ad. 2 oferuje do sprzedaży dietetyczne środki spożywcze specjalnego medycznego przeznaczenia: **D-Vitum**, **K-Vitum**, **KiD Vitum** – dla niemowląt:



suplement diety D-VITUM Calcium przeznaczony dla dorosłych. (bezsporne – tak też wydruki z Internetu k.379-395, fotografie k.362-364, dowody rzeczowe, faktury k.375-376, 598-603) *O* dystrybuuje towary poprzez sieć aptek oraz za pośrednictwem sklepu internetowego na stronie pod adresem www.O.eu. (dowód: wydruki z Internetu k.380-395, 887-917) Jest abonentem

nazw domen internetowych kid-vitum.pl, d-vitum.pl i k-vitum.pl. (dowód: wydruki ze strony www.dns.pl k.377, 378)

Wspólnicy spółki cywilnej O MC i L S są uprawnieni do krajowych znaków towarowych, które za ich zgodą są używane przez pozwane:

D-Vitum

- słowno-graficznego  (R-234612),

K-Vitum


- słowno-graficznego  (R-234611),

zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym RP z pierwszeństwem od 13 XI 2009 r. m.in. dla towarów w klasie 5 klasyfikacji nicejskiej: preparaty do celów farmaceutycznych, środki dietetyczne do celów medycznych, suplementy odżywcze dla niemowląt i dzieci, dietetyczne środki spożywcze, suplementy diety do celów medycznych,

Omega Vitum
ROSLINNE DHA

- słowno-graficznego  (R-241333), zarejestrowanego z pierwszeństwem od 26 VIII 2010 r. m.in. dla towarów w klasie 5: substancje dietetyczne do celów leczniczych, leki medyczne wzmacniające,

D-Vitum
witamina D dla dorosłych **forte**

- słowno-graficznego  (R-242768), zarejestrowanego z pierwszeństwem od 21 X 2010 r. m.in. dla towarów w klasie 5: preparaty farmaceutyczne, preparaty witaminowe i multiwitaminowe, substancje dietetyczne do celów leczniczych, środki wspomagające leczenie,

- słownego **KID-VITUM KOMFORT STOSOWANIA, BEZPIECZEŃSTWO I OSZCZĘDNOŚĆ** (R-245443), zarejestrowanego z pierwszeństwem od 27 X 2010 r. m.in. dla towarów w klasie 5: substancje dietetyczne do celów leczniczych, substancje i preparaty farmaceutyczne wspomagające leczenie, dietetyczne środki spożywcze specjalnego przeznaczenia do celów leczniczych, suplementy odżywcze dla niemowląt i dzieci, preparaty witaminowe do celów leczniczych,

- słownego **KID-VITUM POŁĄCZENIE WITAMINY K i D W JEDNEJ KAPSUŁCE** (R-245444), zarejestrowanego z pierwszeństwem od 27 X 2010 r. m.in. dla towarów w klasie 5: substancje dietetyczne do celów leczniczych, substancje i preparaty farmaceutyczne wspomagające leczenie, dietetyczne środki spożywcze specjalnego przeznaczenia do celów leczniczych, suplementy odżywcze dla niemowląt i dzieci, preparaty witaminowe do celów leczniczych;

- słownego **D-VITUM FORTE - ENERGIA SŁOŃCA NA CAŁY ROK W DAWCE REKOMENDOWANEJ PRZEZ ZESPÓŁ EKSPERTÓW** (R-246609) zarejestrowanego z pierwszeństwem od 19 I 2011 r.

m.in. dla towarów w klasie 5: substancje dietetyczne do celów leczniczych, preparaty farmaceutyczne, preparaty witaminowe, suplementy diety do celów leczniczych,



- słowno-graficznego (R-251285), zarejestrowanego z pierwszeństwem od 6 VII 2011 r. r. m.in. dla towarów w klasie 5: substancje dietetyczne do celów leczniczych, produkty farmaceutyczne, suplementy diety do celów leczniczych.

(dowód: oświadczenie k.465, świadectwa ochronne i wydruk z bazy UPRP k.466-484)

Produkty pozwanych to głównie dietetyczne środki spożywcze specjalnego medycznego przeznaczenia dla noworodków i niemowląt, stosowane jedynie w pierwszym okresie życia dziecka. Dawkuje się je pod nadzorem i według ścisłych zaleceń lekarzy specjalistów, decydujących o podaniu preparatu. Ponad 95% sprzedaży odbywa się w aptekach stacjonarnych, a tylko nieznaczna część w aptekach internetowych. (dowód: ulotki k.595-596, materiały reklamowe k.597, zeznania świadka K.S w aktach Cps 58/12 Sądu Rejonowego w Środzie Śląskiej)

Odnosząc się do zarzutu naruszenia prawa do wspólnotowego znaku towarowego Sąd zważył co następuje : Prawo do znaku towarowego zostało przyznane właścicielowi, aby umożliwić ochronę jego szczególnych interesów, zadbanie o to, aby znak ten mógł pełnić właściwe mu funkcje gwarantowania konsumentom wskazania pochodzenia towaru lub usługi oraz ich jakości (gwarancyjną), komunikacyjną, reklamową i inwestycyjną. Wykonywanie tego prawa winno być ograniczone do przypadków, w których używanie przez osoby trzecie określonego oznaczenia wpływa lub może negatywnie wpływać na pełnione przez znak funkcje (tak wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z 22 IX 2011 r. w sprawie C-482/09 *Budějovický Budvar*, a także wyroki z 18 VI 2009 r. w sprawie C-487/07 *L'Oréal i in.*, z 23 III 2010 r. w sprawach połączonych od C-236/08 do C-238/08 *Google France i Google*), przede wszystkim podstawową - gwarantowanie konsumentowi lub końcowemu odbiorcy możliwości określenia pochodzenia towaru lub usługi nim oznaczonych, odróżnienia go (bez ewentualności wprowadzenia w błąd) od towarów lub usług innego pochodzenia. (tak wyroki Trybunału 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 Unii Europejskiej z 8 II 2011 r. w sprawie T-157/08 *Insulate for life*)

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* (wersja ujednolicona), którego przepisy o charakterze materialno-prawnym, jako część *acquis communautaire*, stanowią element polskiego porządku

prawnego, znajdując bezpośrednie zastosowanie. W większości, są one powtórzeniem regulacji Pierwszej Dyrektywy Rady nr 89/104/EWG z 21 XII 1989 r. *mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych*. (Dz.U 1989 L40 str.1) Implementująca ją ustawa *Prawo własności przemysłowej* znajduje zastosowanie wyłącznie tam, gdzie brak odpowiedniego unormowania w rozporządzeniu, w szczególności w tym zakresie w jakim odsyła ono do właściwych przepisów prawa krajowego.

Przedmiotem ochrony jest w niniejszej sprawie prawo do wspólnotowego znaku towarowego **VITRUM** przyznane *U Inc.* w N J. Samodzielne występowanie przez *U* spółkę z o.o. w W z roszczeniami wynikającymi z naruszenia tego prawa spotkało się z zarzutem pozwanych braku legitymacji czynnej, który – zdaniem Sądu – nie zasługuje na uwzględnienie.

Z przepisu art. 22 ust. 3 rozporządzenia wynika dla licencjobiorcy uprawnienie do samodzielnego występowania przeciwko działaniom stanowiącym lub grożącym naruszeniem praw do wspólnotowych znaków towarowych. O ile strony umowy licencyjnej nie postanowią inaczej, może to jednak uczynić dopiero po uzyskaniu zgody uprawnionego, a w przypadku licencji wyłącznej, po bezskutecznym upływie terminu zastrzeżonego do wytoczenia przezeń powództwa w sprawie naruszenia.

U spółka z o.o. w W może skutecznie samodzielnie występować o ochronę prawa wyłącznego *U Inc.* przed naruszeniami, z zawartej przez nią umowy licencyjnej wynika bowiem w sposób niewątpliwy, że wystąpienie na drogę sądową nie musi być poprzedzone każdorazowym uzyskiwaniem zgody uprawnionej. Nie można się także zgodzić z zarzutem braku legitymacji czynnej ze względu na niewpisanie licencji (niewyłącznej) do rejestru OHIM. Taka interpretacja art. 22 jest nieuprawniona. Prawo wspólnotowe nie zastrzega dla umowy licencyjnej żadnej szczególnej formy ani nie nakłada obowiązku wpisu licencji do rejestru OHIM (ust. 5 art. 22). Przeciwnie, wpis ten ma znaczenie wyłącznie w relacjach pomiędzy stronami umowy przeniesienia praw do znaku towarowego, w szczególności w odniesieniu do nabywców prawa, którym – w braku wpisu – nie był znany fakt obciążenia go używaniem znaku towarowego przez licencjobiorcę.

Z art. 9 rozporządzenia wynika prawo właściciela do wyłącznego i niezakłóconego używania wspólnotowego znaku towarowego oraz do zakazywania innym osobom, nie mającym jego zgody, używania w obrocie m.in. oznaczenia, gdy, z powodu jego identyczności lub podobieństwa do znaku oraz identyczności albo podobieństwa towarów lub usług, których dotyczą znak i oznaczenie, istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd opinii publicznej, które obejmuje także możliwość ich skojarzenia. (ust.1b)

Znak towarowy i przeciwstawione mu oznaczenie można uznać za podobne, jeżeli, z punktu widzenia określonego kręgu odbiorców, są one przynajmniej częściowo identyczne w jednym lub kilku istotnych aspektach. (tak wyrok Sądu z 23 X 2002 r. w sprawie T-6/01 *Matratzen*) Konieczne

jest przy tym dokonanie oceny wizualnych, fonetycznych i znaczeniowych cech znaków i ich całościowego oddziaływania na percepcję należycie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego przeciętnego konsumenta. (tak wyrok Trybunału z 20 III 2003 r. w sprawie C-291/00 *LTJ Diffusion*)

Ocena podobieństwa dwóch znaków towarowych nie może ograniczyć się do zbadania tylko jednego z elementów tworzących znak złożony i przeciwstawienia go innemu znakowi. Porównania należy dokonać poprzez analizę 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. (tak wyroki Trybunału z 11 XI 1997 r. w sprawie C-251/95 *Sabel*, 12 VI 2007 r. w sprawie C-334/05 *Shaker* i z 20 IX 2007 r. w sprawie C 193/06 *Nestlé*)

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 i dominujących. (tak wyroki Trybunału z 11 XI 1997 r. w sprawie C-25/95 *Sabel*, z 23 X 2002 r. w sprawie T-6/01 *Matratzen* i z 12 VI 2007 r. w sprawie C-334/05 *Shaker* oraz wyrok Sądu z 14 X 2003 r. w sprawie T-292/01 *BASS*) Z zasady, odbiorcy nie uznają elementu opisowego, stanowiącego część złożonego znaku towarowego, za odróżniający i dominujący w całościowym wrażeniu, jakie ten znak wywiera. (tak 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 postrzega zwykle znak towarowy jako całość i nie zagłębia się w analizę jego poszczególnych elementów (tak 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 jego dominujące i odróżniające cechy są, co do zasady, najłatwiej zapamiętywane. (tak wyroki Sądu z 23 X 2002 r. w sprawie T-104/01 *Fifties*, z 10 IX 2008 r. w sprawie T-325/06 *Capio*)

Wbrew przekonaniu powódki, słownemu wspólnotowemu znakowi towarowemu **VITRUM** należy przeciwstawić słowno-graficzne krajowe znaki towarowe używane przez pozwane **D-VITUM**, **K-VITUM**, **KiD-VITUM**, **D-VITUM CALCIUM**, a nie wyodrębniony z nich słowny element **VITUM**. Powódka abstrahuje od faktu, że w każdym z używanych przez pozwane znaków element ten nie występuje samodzielnie. Całościowo ich znaki różnią się wizualnie, fonetycznie i koncepcyjnie od znaku towarowego licencjonowanego przez *U*. Słowo **vitrum** w języku łacińskim (często używanym w nazwach produktów farmaceutycznych) oznacza **szkło**, zaś **vitum** wywodzi się od słowa **VITA** - **życie**. Dla przeciętnego polskiego konsumenta słowo **vitrum** będzie całkowicie abstrakcyjne, znajomość języka łacińskiego jest tu bowiem niewielka. Czytelny dla niego będzie natomiast element **VIT**, kojarzący się z siłami życiowymi, witalnością, jest często stosowany w znakach towarowych używanych dla preparatów medycznych i suplementów diety, których celem

jest wzmocnienie sił witalnych. Użycie przez pozwane słowa **VITUM** ma też dodatkowe uzasadnienie, ich produkty są bowiem środkami witaminowymi. Na płaszczyźnie koncepcyjnej ich nazwa łączyć się będzie z witaminami D, K, KiD.

Zdaniem Sądu, świadomy i rozsądny konsument nie uzna znaków używanych przez pozwane za podobne do znaku towarowego **VITRUM** na płaszczyźnie wizualnej lub fonetycznej. Nie uzna on za wyłącznie odróżniający elementu **VITUM**, przeciwnie będzie go traktował jako jeden z równoważnych elementów znaku – obok **D, K, KiD** - wskazujący na witaminę lub witaminy. Elementy **D, K, KiD** i **VITUM** stanowią spójną całość i nie mogą być rozdzielane, konsument będzie je postrzegał i zapamiętywał łącznie.

Nie można także uznać, że znaki stron różnią się wyłącznie jedną literą **R**, która nie zmienia sposobu ich postrzegania przez odbiorców. Znaki używane przez pozwane należy uznać za całościowo opisowe słowo **VITUM** wiąże się w nich z literami D, K i KiD, z którymi łącznie – ewentualnie także z uzupełniającymi sformułowaniami (witamina D dla niemowląt, dla dorosłych forte) – jest odczytywane.

Sam fakt korzystania przez pozwane z praw M C i L S do krajowych znaków towarowych nie może mieć decydującego znaczenia, ze względu na ich gorsze pierwszeństwo. Należy wyjaśnić, że zarówno na gruncie prawa wspólnotowego, jak i krajowego, przyjmuje się, że w przypadku konfliktu praw wyłącznych decydujące znaczenie ma pierwszeństwo ich nabycia. W wyroku wydanym 21 II 2013 r. w sprawie C-561/11 *Federation Cynologique Internationale* Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej wskazał, że prawo wyłączne właściciela wspólnotowego znaku towarowego do zakazania wszelkim osobom trzecim używania w obrocie oznaczeń identycznych z jego znakiem lub do niego podobnych obejmuje właściciela późniejszego prawa do wspólnotowego znaku towarowego, bez konieczności uprzedniego unieważnienia jego znaku. Podobnie kwestię konfliktu praw wyłącznych rozstrzygnął Trybunał w wyroku z 16 II 2012 r. wydanym w sprawie C-488/10 *Celaya Emparanza y Galdos Internacional S*, dotyczącym praw do wzorów przemysłowych. Również Sąd Najwyższy - w wyroku z 23 X 2008 r. V CSK 109/08 – stwierdził, że: *Jeśli korzystanie z zarejestrowanego znaku towarowego prowadzi do naruszenia uprawnień do znaku zarejestrowanego wcześniej, to naruszyiciel powinien zaprzestać realizowania formalnie przysługujących mu uprawnień z tytułu rejestracji, gdyż nie podlegają one materialno-prawnej ochronie. W razie dalszego posługiwania się takim znakiem, właściciel znaku zarejestrowanego wcześniej może dochodzić roszczeń wobec naruszyiciela bez konieczności uprzedniego unieważnienia rejestracji jego prawa do znaku.*

Nie można jednak pomijać tego, że prawo ochronne na krajowy znak towarowy udzielane jest po przeprowadzeniu przez Urząd Patentowy RP szczegółowych badań dotyczących ich zdolności rejestracyjnej, w szczególności nienaruszania praw osób trzecich z lepszym pierwszeństwem. Uprawnieni do znaków z elementem **VITUM** mieli więc uzasadnione podstawy do

uznania, że ich prawo nie wkracza w zakres wyłączności wynikających z decyzji o udzieleniu praw do znaku towarowego innym osobom.

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. (tak wyroki Sądu z 23 X 2002 r. w sprawie T-388/00 *ELS*, z 4 XI 2003 r. w sprawie T-85/02 *Castillo*)

Należy podzielić pogląd pozwanych, że w odniesieniu do produktów D-, K-, i KiD VITUM mamy do czynienia z towarami podobnymi lecz przeznaczonymi dla odmiennego kręgu konsumentów. Są to bowiem dietetyczne środki spożywcze specjalnego medycznego przeznaczenia (FSMP) – preparaty spożywcze podawane niemowlętom na podstawie zaleceń lekarskich i pod nadzorem pediatry, stąd nie może być mowy o samodzielnym wyborze produktu przez rodziców dzieci, czy nawet o korzystaniu ze wskazań farmaceutów. Czym innym jest ich dostępność w aptekach i aptekach internetowych. Decyzja o zakupie jest determinowana zaleceniem lekarskim. Identyczność towarów objętych wyłącznością używania znaku **VITRUM** należy stwierdzić wyłącznie w odniesieniu do suplementu diety z oznaczeniem **D-VITUM CALCIUM**.

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 towarów i usług może być zrównoważony znaczącym stopniem podobieństwa znaków towarowych i odwrotnie. (zasada wzajemnej zależności - tak 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*, wyroki Sądu z 5 IV 2006 r. w sprawie T-202/04 *Echinacin* i z 18 V 2011 r. w sprawie T-502/07 *Mc Kenzie*)

W myśl utrwalonego orzecznictwa, prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje wtedy, gdy znaczna część właściwego kręgu odbiorców mogłaby zostać skłonią do omyłkowego zakupu towaru pozwanego, myśląc, że jest to towar uprawnionego (uznając, że dane towary lub usługi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa), ewentualnie mogłaby uznać, że dane towary lub usługi pochodzą z przedsiębiorstw powiązanych ze sobą gospodarczo. (tak 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* oraz wyrok Sądu z 9 XII 2010 r. w sprawie T-303/08 *Golden Elephant*) Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd powinno być oceniane w sposób całościowy, według sposobu postrzegania określonego konsumenta, przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności konkretnego przypadku, szczególnie wzajemnej zależności między podobieństwem oznaczeń i towarów lub usług, których one dotyczą. (tak wyroki Trybunału z 11 XI 1997 r. w sprawie C-25/95 *Sabel*, z 23 III 2006 r. w sprawie C-206/04 *Mülhens*, z

18 XII 2008 r. w sprawie C-16/06 *Mobilix* oraz wyroki Sądu z 9 VII 2003 r. w sprawie T-162/01 *Giorgio Beverly Hills* i z 20 I 2010 r. w sprawie T-460/07 *Mendion*)

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. (tak 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* oraz wyroki Sądu z 13 II 2007 r. w sprawie T-256/04 *Respicur* i z 8 II 2011 r. w sprawie T-194/09 *LAN*) Przeciętny konsument rzadko ma możliwość przeprowadzenia bezpośredniego porównania różnych znaków towarowych, musi zazwyczaj zdawać się na zachowany w pamięci niedoskonały obraz tych znaków towarowych. Ryzyko konfuzji jest tym większe, im silniejszy jest charakter odróżniający znaku towarowego, który wynika z jego samoistnych cech lub renomy (znajomości, rozpoznawalności znaku na rynku). (tak 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* oraz wyroki Sądu z 1 II 2005 r. w sprawie T-57/03 *Hooligan*, z 21 II 2006 r. w sprawie T-214/04 *POLO*, z 14 XI 2007 r. w sprawie T-101/06 *Castell del Remei Oda* i z 15 IX 2009 r. w sprawie T-308/08 *MANGO adorably*)

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 stowarzyszeń zawodowych. (tak wyrok Sądu z 12 VII 2006 r. w sprawie T-277/04 *Vitakraft-Werke*) Ciężar udowodnienia siły znaku towarowego i jego odróżniającego charakteru, spoczywa na powodzie. (art. 6 k.c.)

W przekonaniu Sądu, nie jest prawdopodobne, że dojdzie do pomylenia używanych przez pozwane oznaczeń **D-VITUM**, **K-VITUM** i **KiD VITUM** ze znakiem towarowym **VITRUM**. Przeciwno temu przemawiają: odmienność towarów i konsumentów, dla których są przeznaczone dietetyczne środki spożywcze specjalnego medycznego przeznaczenia oraz ich nabywanie na podstawie wskazań lekarskich. Wobec wskazania w pozwie, że żądania *U* odnoszą się do suplementów diety, powództwo może dotyczyć wyłącznie **D-VITUM Calcium**.

Zdaniem Sądu, nie istnieje ryzyko, że właściwi odbiorcy, tj. ogół rozsądnych i świadomie myślących konsumentów, błędnie uzna, iż produkty oznaczone **VITRUM** i **D-VITUM Calcium**

pochodzą od tego samego producenta lub producentów powiązanych ze sobą ekonomicznie, że należą do jednej serii suplementów diety. Oznaczenie **D-VITUM Calcium** tworzy spójną całość. Wszystkie elementy słowne (nazwa i informacje na opakowaniu), jak i graficzne opisowo wskazują na charakter i przeznaczenie produktu. Powódka nie może zasadnie wyodrębnić z niego słowa **VITUM**, żądając zastosowania sankcji zakazowych wobec wszystkich oznaczeń suplementów diety, które zawierają w sobie ten element. Należy przy tym zauważyć, że żądania zakazowe z pkt 1.-5. pozwu są zbyt ogólnie określone, odnosząc się do wszelkich oznaczeń zawierających w sobie element **VITUM**, nie tylko obecnie używanych przez pozwane ale także do innych, które kiedykolwiek w przyszłości miałyby być przez nie użyte. Taka formuła powództwa nie jest dopuszczalna, egzekucja uwzględniającego je wyroku obejmowałaby bowiem takie oznaczenia, które nie były przedmiotem oceny Sądu co do naruszenia praw wyłącznych do znaku **VITRUM**.

Nie można się zgodzić z tezą powódki, że znak towarowy **VITRUM** jest znakiem renomowanym. Spółka *U* ograniczyła się do przedstawienia - ograniczonych do Polski - danych i materiałów reklamowych, z których w żadnym razie nie wynika jaki jest poziom znajomości znaku w relatywnym kręgu konsumentów. Nie ma nawet danych o działaniach podejmowanych przez uprawnionego dla budowy zdolności odróżniającej, siły znaku, w okresie od dnia zgłoszenia 13 XII 2001 r.

Godzi się wyjaśnić, że orzecznictwo Sądów wspólnotowych utożsamia renomę ze znajomością znaku towarowego, jego sławą, nie zaś z jakością towarów lub usług, dla których znak ten jest chroniony (ekskluzywnością). Już w wyroku z 14 IX 1999 r. w sprawie C-375/97 (*General Motors*) Europejski Trybunał Sprawiedliwości stwierdził, że elementem renomy znaku, jest jego szeroka znajomość przez relewantnych odbiorców na określonym terytorium (niekoniecznie powszechna znajomość w rozumieniu art. 6^{bis} Konwencji paryskiej o ochronie własności przemysłowej z 20 III 1883 r.). Oceniając, czy wymaganie jest spełnione, sąd musi wziąć pod uwagę wszystkie istotne elementy stanu faktycznego, w szczególności :

- udział w rynku,
- intensywność, zasięg geograficzny i okres używania,
- wielkość inwestycji poniesionych przez przedsiębiorstwo w związku z promocją.

Kryteria te zostały zastosowane przez Sąd Pierwszej instancji w wyrokach z 13 XII 2004 r. w sprawie T-8/03 (*Emilio Pucci*) i z dnia 25 V 2005 r. w sprawie T-67/04 (*SPA-Finders*) Także w wyroku z 6 II 2007 r. w sprawie T-477/04 (*TDK*) Sąd Pierwszej Instancji stwierdził, że aby spełnić wymóg związany z renomą, znak towarowy musi być znany znacznej części odbiorców potencjalnie zainteresowanych opatrzonymi nim towarami. Rozstrzygając o renomie sąd dokonuje szczegółowej i wszechstronnej oceny zaoferowanych mu dowodów w odniesieniu do zakresu i poziomu działań handlowych, sponsoringowych i promocyjnych uprawnionego, służących budowaniu renomy. Zwraca uwagę na rodzaj towaru, uzyskany poziom sprzedaży, popularność wśród konsumentów,

rozmiar, częstotliwość i regularność sponsorowania różnych wydarzeń przyciągających dużą liczbę widzów, pozwalające na uznanie, że znak towarowy spełnia kryterium renomy, a zatem winien być znany znacznej części odbiorców.

Wbrew obowiązкови wynikającemu z art. 6 k.c., powódka nie dowiodła również naruszenia praw do znaku renomowanego. Uzasadniając to stanowisko należy odwołać się do odpowiedzi na pytanie prejudycjalne udzielonej przez Europejski Trybunał Sprawiedliwości w wyroku z 27 XI 2008 r. w sprawie C-252/07 *INTEL*, odnoszącej się do wykładni przepisu art. 4 ust. 4a pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG z 21 XII 1988 r. *mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych*, zgodnie z którym istnienie związku między wcześniejszym renomowanym znakiem towarowym a znakiem późniejszym, o którym mowa w wyroku z 23 X 2003 r. w sprawie C-408/01 *Adidas*, a także używanie późniejszego znaku powodujące lub mogące powodować czerpanie nienależnych korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszego znaku bądź też działające lub mogące działać na ich szkodę, winno być oceniane całościowo, przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności sprawy. To, że późniejszy znak przywodzi na myśl przeciętnemu, właściwie poinformowanemu, dostatecznie uważnemu i rozsądnemu konsumentowi znak wcześniejszy, jest jednoznaczne z istnieniem między nimi takiego związku. Okoliczność, że :

- ❑ wcześniejszy znak towarowy dla określonych towarów i usług cieszy się dużą renomą i
- ❑ te towary i usługi nie są podobne lub w znacznym stopniu podobne do towarów i usług, dla których został zarejestrowany późniejszy znak, i
- ❑ wcześniejszy znak jest niepowtarzalny w odniesieniu do jakichkolwiek towarów lub usług, i
- ❑ późniejszy znak przywodzi przeciętnemu, właściwie poinformowanemu, dostatecznie uważnemu i rozsądnemu konsumentowi na myśl wcześniejszy znak towarowy,

nie wystarczy, aby dowieść, że używanie późniejszego znaku towarowego powoduje lub może powodować czerpanie nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszego znaku towarowego bądź też działa lub może działać na ich szkodę. Przedstawienie dowodu na okoliczność, że używanie późniejszego znaku towarowego działa lub może działać na szkodę charakteru odróżniającego wcześniejszego znaku towarowego, wymaga wykazania zmiany rynkowego zachowania przeciętnego konsumenta towarów lub usług, dla których wcześniejszy znak jest zarejestrowany, będącej konsekwencją używania znaku późniejszego lub dużego prawdopodobieństwa, że taka zmiana nastąpi w przyszłości.

Uznając za bezzasadne zarzuty naruszenia przez *D.O.* spółkę z o.o. w P – w likwidacji i *O* spółkę z o.o. w P praw do wspólnotowego znaku towarowego **VITRUM** w sposób stypizowany w art. 9 ust. 1 b. i c. rozporządzenia Sąd oddalił żądania objęte pozwem z 28 VIII 2012 r. (*a contrario* art. 102 w zw. z art. 9 ust. 2 rozporządzenia i art. 287 ust. 2 w zw. z art. 296 ust. 1 p.w.p.)

Odnosząc się do zarzutu sprzeczności działań pozwanych z regułami uczciwej konkurencji Sąd zważył: Ustrój 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. Co do zasady dozwolone są konkurencyjne działania, bez względu na to jak dotkliwe skutki mogą wywierać w sferze interesów innych uczestników obrotu. Ustawodawca zwraca się przeciwko nim tylko o tyle, o ile są one sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami albo też podważają fundamenty konkurencji jako takiej. (por.: Wojciech Pyzioł, Anna Walaszek- Pyzioł *Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia)*. Przegląd Prawa Handlowego 1994/10/1)

Ustawa z dnia 16 IV 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji reguluje zapobieganie i zwalczanie nieuczciwej konkurencji w działalności gospodarczej - w interesie publicznym, przedsiębiorstw oraz klientów (art. 1) i nie może być traktowana jako instrument służący wyeliminowaniu konkurencji w ogóle, w celu zachowania dominującej pozycji. (tak Sąd Apelacyjny w Lublinie w wyroku z 30 IX 1998 r. I ACa 281/98 Apel.-Lub.1999/1/1) Zgodnie z art. 3, czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. (ust. 1) W ust. 2 przepis ten przykładowo wymienia takie czyny, m.in. wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług. Uznanie działania za czyn nieuczciwej konkurencji warunkowane jest 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 dobrymi obyczajami, które zagrażają lub naruszają interes przedsiębiorcy, co ma miejsce wówczas, gdy działanie (zaniechanie) konkurenta powoduje pogorszenie lub brak spodziewanej poprawy możliwości nabycia lub zbytu oferowanych dóbr i usług. (tak 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)

O naruszeniu interesu innego przedsiębiorcy można mówić wtedy, gdy na skutek działania konkurencyjnego nastąpi pogorszenie lub nie nastąpi oczekiwana poprawa możliwości nabywania lub zbywania dóbr bądź usług. Decyduje o tym sposób, w jaki działanie konkurenta jest odbierane przez potencjalnych adresatów. Zważywszy, że prawa przedsiębiorcy uczestniczącego w obrocie mają charakter względny, tylko adresatom działań nieuczciwie konkurencyjnych służyć będzie roszczenie o ich zaniechanie i naprawienie szkody. Obowiązek wskazania i udowodnienia istnienia zagrożenia obciąża występującego z zarzutem nieuczciwej konkurencji. Deliktowy charakter

odpowiedzialności nieuczciwego konkurenta uzasadnia także obciążenie powoda obowiązkiem udowodnienia szkody i istnienia związku przyczynowego. (art. 415 i art. 361 § 1 w zw. z art. 6 k.c.)

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 ustalone 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 słusznie. 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, B. Gadek op.cit. s.127-144)

Sąd podziela reprezentowany w doktrynie pogląd, iż art. 3 ust. 1 w sposób ogólny definiuje czyn nieuczciwej konkurencji, przykładowo wymieniając ust. 2 takie czyny, typizowane dodatkowo w art. 5-17 u.z.n.k. Przepisy te pozostają ze sobą w takich relacjach, że:

- ✓ 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 pełni 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) wykluczone jest uznanie go za czyn nieuczciwej konkurencji.

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 nich, 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)

W odniesieniu do żądań objętych pierwotnym pozwem należy stwierdzić, że spółka *U* zaniechała przedstawienia okoliczności mogących mieć znaczenie dla dochodzenia jej roszczeń na podstawie art. 18 ust. 1 w zw. z art. 10 i art. 3 ust. 1 ustawy *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*. Uzasadnienie nie odróżnia przedmiotu ochrony jakim jest prawo wyłączne od interesów gospodarczych. Powołane w nim argumenty odnoszą się do prawa do znaku towarowego **VITRUM**, zarzut naruszenia którego nie może wprost uzasadniać zastosowania art. 18 ust. 1 ustawy *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*.

Wskazując na fakt zmiany sytuacji prawnej powódki, która w czerwcu 2012 r. stała się licencjodawcą, spółka *U* nie przedstawiła twierdzeń, a tym bardziej dowodów dotyczących jej ewentualnych wcześniejszych i obecnych działań w odniesieniu do produktów *U Inc.* suplementów diety z serii **VITRUM**, mogących uzasadniać zarzut odnoszący się wyłącznie do przedsiębiorstwa powódki, a nie do wszystkich przedsiębiorców biorących udział w procesie wytwarzania, wprowadzania do obrotu i oferowania suplementu diety **VITRUM Calcium**. Nade wszystko powódka nie wykazała swego pierwszeństwa, którego nie może wywodzić od innych podmiotów, szczególnie od *U Inc.* realizującej na polskim rynku swe prawa do używania wspólnotowego znaku towarowego **VITRUM**.

Sąd nie dysponuje materiałem dowodowym pozwalającym mu na dokonanie ustaleń koniecznych, aby ocenić interes gospodarczy powódki w dochodzeniu roszczeń w oparciu o przepis art. 18 u.z.n.k. Samo stwierdzenie, że spółka dystrybuuje towary *U Inc.* bez wyjaśnienia relacji prawnych i gospodarczych, a w szczególności roli jaką odgrywa dystrybutor w budowaniu pozycji rynkowej suplementów diety **VITRUM**, nie pozwala na rzetelną ocenę zasadności żądań objętych pozwem z 28 VIII 2012 r. Nie wiadomo choćby, czy była ona i jest wyłącznym przedstawicielem *U Inc.*, w jaki sposób uczestniczy w kosztach działań promocyjno-reklamowych i jakie czerpie z nich korzyści. Nie wiadomo jak kształtuje się rynek tego rodzaju produktów, jaka jest na nim pozycja suplementów diety **VITRUM**. Zaniechanie w przedstawieniu twierdzeń i dowodów wyklucza uznanie zasadności zarzutu naruszenia przez pozwane art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Nie ma bowiem dowodów bezprawnego korzystania z pozycji rynkowej suplementów z serii **VITRUM** i wyobrażeń, które konsumenci w tymi produktami wiążą, szkodzącego zdolności odróżniającej i renomie. Nie ma także dowodów na to, czy pojawienie się pozwanych będących dystrybutorami, a nie wytwórcami serii produktów spożywczych **VITUM** mogło w jakikolwiek sposób bezpośrednio negatywnie wpłynąć na pozycję rynkową powódki. Skutki nieprzedstawienia i nieudowodnienia twierdzeń, na których oparty jest zarzut dopuszczenia się przez pozwane czynu nieuczciwej konkurencji o znamionach

określonych w ust. 1 art. 3 u.z.n.k. obciążają *U*, zgodnie z regułą rozkładu ciężaru dowodu wyrażoną w art. 6 k.c.

W toku postępowania, w piśmie procesowym z 30 XI 2012 r. powódka zgłosiła dalsze żądania dotyczące zakazania (pkt 1.-3.) i usunięcia skutków (pkt 4.-6.) czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 10 ust. 2 w zw. z ust. 1 u.z.n.k., a polegającego na wprowadzeniu do obrotu towaru w opakowaniu z oznaczeniem, które może wprowadzić klientów w błąd co do jego pochodzenia, o ile jego zastosowanie nie jest uzasadnione względami technicznymi.

Wobec braku zgody pozwanych na cofnięcie żądań głównych i ewentualnych objętych pkt 1.-3. oraz żądań ewentualnych z pkt 4.-6. (art. 203 k.p.c.) Sąd nie był uprawniony do umorzenia postępowania (*a contrario* art. 355 k.p.c.), **w tym zakresie oddalił jednak powództwo, którego spółka *U* nie popierała.**

W piśmie procesowym datowanym 18 II 2013 r. powódka zażądała usunięcia skutków czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na konfuzyjnym oznaczaniu towarów – suplementu diety D-VITUM CALCIUM przez:

- nakazanie pozwanym wycofania z obrotu i zniszczenia na ich koszt, w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku, będących ich własnością, suplementów diety D-VITUM CALCIUM w opakowaniach w kształcie prostopadłościanu, z wydłużoną ścianką tylną, utrzymanych w kolorystyce niebiesko- białej/kremowej, zawierających na ścianie przedniej wizerunek muszli i element słowny **CALCIUM** pisany czcionką większą niż pozostałe elementy słowne umieszczone na opakowaniu,

- zobowiązania pozwanych do złożenia stosownego oświadczenia.

Zmiana ta była uzasadniona złożeniem przez wytwórcę oświadczenia o zmianie oznaczenia



produktu i wyglądu opakowania na:

Rozstrzygnięcie w tym zakresie było zdeterminowane stwierdzeniem, że używanie dla suplementu diety D-VITUM CALCIUM opakowań z kwestionowanymi oznaczeniami stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji stypizowany w art. 10 u.z.n.k. Także dla tego zarzutu aktualne pozostają wcześniejsze uwagi dotyczące nieprzedstawienia przez powódkę twierdzeń i dowodów dotyczących pierwszeństwa używania - przez nią samą – opakowań suplementów diety VITRUM CALCIUM i wykazania jej własnego interesu gospodarczego naruszonego działaniami pozwanych.

Sąd podziela pogląd, że kształt opakowania oraz kompozycja elementów graficznych na nim zastosowanych może stanowić oznaczenie odróżniające dane produkty na rynku, którego wykorzystanie przez konkurentów godzi w prawnie chronione interesy przedsiębiorcy i klientów. Nie ma to jednak miejsca w tym przypadku. Powódka nie wyjaśniła bowiem ani nie udowodniła okoliczności odnoszących się do sposobu sprzedaży produktów stron, które mogłyby dawać podstawę do pozytywnego ustalenia o istnieniu możliwości wprowadzenia w błąd nabywców, którzy ze względu na podobieństwo opakowania wybiorą D-VITUM CALCIUM, przekonani, że jest to znany im wcześniej VITRUM CALCIUM.

Nie ma przesłanek do uznania, że taka pomyłka może nastąpić w aptece internetowej na stronie spółki O, albo w sieciach handlowych, w których konsumenci sami wybierają produkt, nie korzystając z pomocy farmaceuty, jak to ma miejsce w aptekach. Suplementy diety są zwykle sprzedawane w aptekach, gdzie podawane są przez farmaceutów. Nie może być także wątpliwości co do pochodzenia towarów oferowanych w aptece internetowej, która prowadzona jest na stronie pozwanej ad. 1.

Sąd nie jest przekonany żeby wygląd opakowania mógł mieć w tym przypadku zasadniczy wpływ na decyzję zakupową. Nabywając produkty farmaceutyczne i spożywcze o przeznaczeniu medycznym konsument jest szczególnie uważny przy ich wyborze, może to mieć bowiem znaczące - dobre lub złe - skutki dla jego zdrowia. Będzie bardziej skłonny do szukania i brania pod uwagę rady specjalisty. Rozsądny konsument przy zakupie zwraca szczególną uwagę na nazwę handlową produktu (znak towarowy wytwórcy). Należy zaś zauważyć, że wytwórca VITRUM CALCIUM w sposób wyraźny eksponuje znak towarowy **VITRUM**, którego konfuzyjne podobieństwo do znaków towarowych używanych przez pozwane zostało przez Sąd wykluczone. Na opakowaniu D-VITUM



CALCIUM widnieje natomiast w centralnym miejscu widoczne oznaczenie wytwórcy O

W istocie, przy pobieżnym oglądzie, opakowania suplementów diety D-VITUM CALCIUM i VITRUM CALCIUM wywołują takie samo ogólne wrażenie. Uwzględniając jednak warunki w jakich dokonuje się zakup suplementów diety oraz elementy, które nabywca uzna za opisowe trzeba stwierdzić, że porównywane oznaczenia nie są podobne, a użyta kolorystyka i układy graficzne są odmienne.



O istnieniu ryzyka konfuzji konsumenckiej można byłoby zasadnie twierdzić wyłącznie wówczas, gdyby opakowanie *U* było na rynku wyjątkowe, a jego wygląd kojarzyłby się nabywcom w sposób niewątpliwy wyłącznie z VITRUM CALCIUM. Tymczasem tak nie jest, elementy kolorystyczne (odcienie niebieskiego i białego) i graficzne (muszla) są powszechnie używane dla opakowań tego

rodzaju produktów, zarówno medycznych jak i spożywczych:



Powódka nie może skutecznie rościć sobie pretensji do wyłączności używania kształtu opakowania, a także słowa **calcium**, które w języku łacińskim oznacza wapń będący zasadniczym składnikiem produktów farmaceutycznych i spożywczych.

Powódka nie zaoferowała dowodu na to, że jej opakowanie było na rynku wyjątkowe i dla klientów znaczenie miał jego wygląd, a nie samo tylko oznaczenie VITRUM CALCIUM. Także w odniesieniu do tych żądań należy wskazać na ich zbyt ogólne sformułowanie. Ich uwzględnienie skutkowałoby nie tylko zakazem oznaczania kwestionowanego opakowania ale – generalnie – wszystkich opakowań suplementów diety łączących wskazane opisowo cechy słowne i graficzne. Jakkolwiek porównywane opakowania mają identyczny kształt stanowią prostopadłościan z wydłużoną tylną ścianką, a także utrzymane są w identycznej biało-kremowo-niebieskiej kolorystyce, to w różnych układach te elementy pojawiają się w tego rodzaju produktach, mają charakter opisowy i na żaden z nich powódka nie ma wyłączności. Ewentualny zakaz odnosiłby się do elementów opisowych i informacyjnych, w skrajnym przypadku uniemożliwiając pozwanym handel tego rodzaju towarami. Zasadnicze zastrzeżenia budzić musi także sformułowanie

oświadczenia z pkt 6., w którym pozwane mają przeproszać za naruszenie prawa do znaku towarowego (w sprzeczności z art. 287 ust. 2 w zw. z art. 296 ust. 1 p.w.p.) oraz za niezdefiniowany czyn nieuczciwej konkurencji.

Nie bez znaczenia dla uznania powództwa za bezzasadne było także wszczęcie postępowania sądowego po przeszło długim czasie od rozpoczęcia używania oznaczenia **VITUM** (*venire contra factum proprium*). Oznaczenie to jest używane od 2009 r. bez reakcji ze strony uprawnionego i jego polskich dystrybutorów, którzy pozwolili w tym czasie konsumentom poznać oznaczenie VITUM i umocnić się przez O w jego działaniach podejmowanych dla budowania siły jego znaków towarowych. Nie ma żadnych dowodów ani nawet twierdzeń, że U sprzeciwiał się udzieleniu praw ochronnych z elementem **VITUM**, że występował o ich unieważnienie lub podejmował inne działania przeciwko używaniu elementu słownego, który kwestionuje dopiero po 3 latach jego obecności na rynku. Także ta okoliczność przemawia przeciwko zastosowaniu sankcji zakazowych i nałożeniu nakazów.

Roszczenia oparte na podstawie art. 18 ust. 1 w zw. z art. 3 ust. 1 i art. 10 u.z.n.k. podlegały zatem oddaleniu, jako nieuzasadnione i nieudowodnione.

O kosztach Sąd orzekł na zasadzie art. 98 k.p.c. – odpowiedzialności za wynik sprawy.

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 stawienia strony. (§ 3 art. 98 k.p.c.) Stronom reprezentowanym przez radcę prawnego 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 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. Zasadzając opłatę 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 wynosi 840 zł (§ 10 ust. 1 pkt 18). Zważywszy charakter sprawy, jej wagę i stopień skomplikowania, Sąd uznał, że adekwatne do nakładu pracy pełnomocników każdego z pozwanych wykonującego zawód radcy prawnego jest wynagrodzenie w dwukrotnej minimalnej wysokości

W odniesieniu do każdego z pozwanych, których współuczestnictwo ma charakter formalny, Sąd ustalił opłatę ostateczną na kwotę 5.000 zł, uznając ją za pobraną od powódki do kwoty 1.000 zł i nakazując pobranie od niej na rzecz Skarbu Państwa pozostałej kwoty 8.000 zł. (art. 15 ust. 3 i art. 16 ust. 1 ustawy z dnia 28 VII 2005 r. *o kosztach sądowych w sprawach cywilnych*)