



## WYROK

### W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 21 grudnia 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 posiedzeniu jawnym w dniu 19 grudnia 2011 r.

sprawy z powództwa **L Plc.** z siedzibą w Reading (Wielka Brytania)

przeciwko **A** prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą L w Poznaniu

- o ochronę praw z rejestracji wspólnotowych znaków towarowych

1. zakazuje pozwanemu A naruszania praw L Plc. w Reading do wspólnotowych znaków towarowych **LOGICA** zarejestrowanych w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego pod numerami 5935697 i 6426761, to jest używania w obrocie gospodarczym oznaczenia **L**, w związku z oferowaniem usług, w firmie i dla oznaczenia przedsiębiorstwa - L lub A L oraz w nazwie domeny internetowej logica.pl;

2. nakazuje pozwanemu, aby w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku, usunął skutki naruszenia przez wycofanie z obrotu i zniszczenie, opatrzonych oznaczeniem L, materiałów reklamowych wykorzystywanych w związku z prowadzeniem działalności gospodarczej, lub usunął z nich oznaczenie L, w tym ze strony internetowej oraz z reklam umieszczonych w Internecie;
3. w pozostałej części powództwo oddala;
4. zasądza od A na rzecz L Plc. z siedzibą w Reading kwotę 2.055 (dwa tysiące pięćdziesiąt pięć) złotych tytułem zwrotu kosztów procesu.

## Uzasadnienie

**14 X 2011 r. L Plc. z siedzibą w Reading (Wielka Brytania) wniosła o :**

1. zakazanie A prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą *A L* w Poznaniu naruszania jej praw do wspólnotowych znaków towarowych **LOGICA** – nr 5935697 i 6426761, poprzez działania polegające na używaniu w obrocie gospodarczym oznaczenia L zwłaszcza w postaci „L” lub „A L” w tym w nazwie domeny internetowej [www.logicait.pl](http://www.logicait.pl) - dla oferowania i oznaczania usług, oznaczenia przedsiębiorstwa oraz jako elementu firmy;
2. stwierdzenie, że pozwany w wyniku rejestracji domeny o nazwie [logicait.pl](http://logicait.pl) naruszył prawa powódki do wspólnotowych znaków towarowych **LOGICA** CTM-5935697, CTM-6426761;
3. nakazanie pozwanemu - w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku - usunięcia skutków naruszenia jej praw poprzez zmianę firmy i usunięcie z niej elementu „LOGICA” oraz stosowną modyfikację danych w ewidencji działalności gospodarczej;
4. nakazanie pozwanemu - w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku - usunięcia skutków naruszenia praw powódki do wspólnotowych znaków towarowych **LOGICA** CTM-5935697, CTM-6426761, przez wycofanie z obrotu i zniszczenie, opatrzonego oznaczeniem L, wszelkich materiałów reklamowych lub innych przedmiotów wykorzystywanych do prowadzenia działalności gospodarczej, ewentualnie usunięcie z nich oznaczenia L, w tym ze strony internetowej pozwanego oraz z reklam umieszczonych w Internecie;
5. nakazanie pozwanemu podania do publicznej wiadomości, w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku wydanego w niniejszej sprawie, poprzez:
  - a. dwukrotne opublikowanie w odstępach tygodniowych w wielkopolskim poniedziałkowym wydaniu dziennika *Głos Wielkopolski* na stronach redakcyjnych, na powierzchni odejmującej 8 modułów, informacji o treści: „Sąd Okręgowy w Warszawie XII Wydział Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych zakazał Panu A prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą L, z siedzibą w Poznaniu, działań naruszających prawa do wspólnotowych znaków towarowych LOGICA należących do spółki L Plc. z siedzibą w Londynie, poprzez działania polegające na używaniu w obrocie gospodarczym oznaczenia L zwłaszcza w postaci „L” lub „A L” w tym w nazwie domeny internetowej: [www.logicait.pl](http://www.logicait.pl) - dla oferowania i oznaczania usług, oznaczenia przedsiębiorstwa oraz jako elementu firmy. Ponadto Sąd nakazał Panu A wycofanie z obrotu i zniszczenie wszelkich: materiałów reklamowych lub innych przedmiotów wykorzystywanych do prowadzenia działalności

gospodarczej, ewentualnie usunięcie z nich oznaczenia L, w tym usunięcia oznaczenia L ze strony internetowej oraz z reklam umieszczonych w Internecie.", przy czym tekst informacji powinien zostać wykonany przy pomocy czarnej czcionki możliwie zbliżonej krojem do czcionki Arial, na białym tle, wyrazy powinny zostać oddzielone spacjami,

- b. umieszczenie i utrzymanie w/w informacji na stronie internetowej, na której pozwany oferuje swoje usługi, przez nieprzerwany okres 3 miesięcy, w formie grafiki stałej o wielkości nie mniejszej niż 400x500 pikseli, przy użyciu czarnej czcionki Arial, o wielkości nie mniejszej niż 20 punktów, na białym tle, wyrazy powinny zostać oddzielone spacjami.

a w przypadku nieopublikowania informacji we wskazanym terminie, upoważnienie powódki do opublikowania ogłoszenia na koszt pozwanego.

- 6. zasądzenie na jej rzecz od pozwanego kosztów procesu.

W motywach powódka wyjaśniła, że prowadzi międzynarodową działalność gospodarczą, grupując przedsiębiorstwa w 36 krajach, w tym w Polsce, gdzie reprezentuje ją *L* spółka z o.o. w Krakowie. Grupa *L* świadczy usługi związane m.in. z dostarczaniem i wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań informatycznych, w tym doradztwem i szkoleniami z zakresu oprogramowania komputerowego. Jej ofertę cechuje wysoka jakość, rzetelność, profesjonalizm, co potwierdzają nagrody i wyróżnienia przyznane programom i usługom opatrywanym marką **LOGICA** oraz współpraca z producentami oprogramowania komputerowego, jak Microsoft, SAP, czy Oracle.

Powołała się na służące jej prawa do wspólnotowych znaków towarowych słownego i słowno-graficznego **LOGICA** (nr 593697 i 6426761), chronionych z pierwszeństwem od 2007 r. m.in. dla: oprogramowania i produktów oprogramowania komputerowego, systemów operacyjnych, programów i usług komputerowych, badania, rozbudowy i pisania oprogramowania komputerowego, a zwłaszcza usług konsultacyjnych i informacyjnych w zakresie komputerów i systemów komputerowych, programowania, projektowania sprzętu i oprogramowania.

Zarzuciła, że pozwany narusza jej prawa wyłączne, świadcząc - pod firmą *A L* - usługi szkoleniowe i doradcze w zakresie oprogramowania komputerowego, w tym programowania i wykorzystywania języków programowania oraz obsługi aplikacji biurowych Microsoft. W używanym przezeń oznaczeniu odróżniający jest element słowny *L*, identyczny ze znakami powoda. IT jest elementem opisowym, skrótem od angielskiego Information Technology (technologie informatyczne), często używanym w obrocie.

Na poparcie swych żądań zaoferowała liczne dowody z dokumentów, katalogów, materiałów reklamowych i wydruków ze stron internetowych. (k.2-312, 316-389)

#### **A zażądał oddalenia powództwa i zwrotu kosztów procesu.**

Przyznając, że prowadzi działalność gospodarczą pod nazwą *A L* w Poznaniu, zaprzeczył, aby świadczone przezeń usługi szkoleniowe, należące do klasy 41 klasyfikacji nicejskiej były podobne do towarów i usług, dla których chronione są wspólnotowe znaki towarowe **LOGICA**. Powódka zajmuje się wdrażaniem zintegrowanych systemów informatycznych wspomagających zarządzanie przedsiębiorstwami, on zaś nie oferuje licencji, nie zajmuje się wdrażaniem, tworzeniem, ani szkoleniami w tym zakresie. Prowadzi szkolenia z inżynierii oprogramowania, przekazywania umiejętności samodzielnego tworzenia prostych programów komputerowych i stron internetowych przy wykorzystaniu języków programowania Java, PHP lub C++.

Zaprzeczył także podobieństwo kwestionowanego oznaczenia i znaków towarowych powódki. W przekonaniu pozwanego, elementem odróżniającym jest jego imię i nazwisko, zaś element *L* używany jest wyłącznie pomocniczo. Stwierdził, że powódka nie udowodniła renomy znaków towarowych **LOGICA**, które mają niską zdolność odróżniającą i są mało znane w Polsce. Nie wykazała także czerpania przez pozwanego nienależnych korzyści z tytułu rzekomego posługiwania się znakiem **LOGICA**, ani tego, że jego działania szkodzą odróżniającemu charakterowi tego znaku.

Pozwany zarzucił, że żądania powódki są nadmierne. Na poparcie swych twierdzeń zaoferował dowody z dokumentów, wydruków ze stron internetowych i przesłuchania go w charakterze strony. (k.394-538)

#### **Sąd ustalił, że :**

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (public limited company) prawa Wielkiej Brytanii *L Plc.* z siedzibą w Reading prowadzi – na skalę międzynarodową - działalność gospodarczą w zakresie technologii komputerowych. Stworzona przez nią grupa *L*, reprezentowana przez przedsiębiorstwa działające w 36 krajach, w tym w Polsce (*L* spółka z o.o. w Krakowie) świadczy usługi związane z dostarczaniem i wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań informatycznych, w tym doradztwem i szkoleniami z zakresu oprogramowania komputerowego. Jest ceniona i nagradzana za wysoką jakość towarów i usług, rzetelność i profesjonalizm. Bierze udział w targach i konferencjach, podejmuje działania promocyjne i reklamowe wiążące się z nakładami finansowymi, budując swą pozycję rynkową i znajomość swych znaków towarowych. (bezsporne - tak też – prospekty, katalogi, publikacje prasowe, wydruki ze stron internetowych, fotografie, faktury k.95-235, 438-444) Grupa *L* współpracuje ze

znanymi producentami oprogramowania komputerowe-go, jak Microsoft, SAP, Oracle. Jej oferta jest kompatybilna z powszechnie stosowanym oprogramowaniem i wykorzystuje najnowsze dostępne rozwiązania. (bezsporne - tak też k.211-214)

L Plc. w Reading służy prawa do wspólnotowych znaków towarowych zarejestrowanych przez Urząd Harmonizacji Rynku Wewnętrznego w Alicante 22 XI 2009 r. :

- słownego **LOGICA** nr 593697, z pierwszeństwem od 24 V 2007 r.,



- słowno-graficznego

nr 6426761, z pierwszeństwem od 12 XI 2007 r.

chronionych m.in. dla towarów w klasie 9 klasyfikacji nicejskiej : oprogramowania komputerowego, produktów oprogramowania komputerowego, systemów operacyjnych i programów komputerowych; dla usług w klasie 42 klasyfikacji nicejskiej : usług komputerowych, badania i rozbudowy oprogramowania komputerowego, pisanie takiego oprogramowania, a zwłaszcza usług konsultacyjnych i informacyjnych w zakresie komputerów, systemów komputerowych, programowania komputerów, oprogramowania komputerowego, projektowania sprzętu i oprogramowania komputerowego oraz elektronicznych urządzeń komunikacyjnych. (tak też – świadectwa rejestracji OHIM k.44-93)

A prowadzi, pod firmą *A L* w Poznaniu, działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług szkoleniowych i doradczych w zakresie oprogramowania komputerowego, w tym programowania i wykorzystywania języków programowania oraz obsługi aplikacji biurowych Microsoft. Swe usługi oferuje za pośrednictwem strony internetowej pod adresem [www.logicait.pl](http://www.logicait.pl) – w należącej do pozwanego domenie logicait.pl. (bezsporne – tak też zaświadczenie k.94, listy referencyjne k.236-242, wydruki ze stron internetowych k.243-250, 272-285, 444-529, informacja Krajowego Rejestru Domen k.251, umowy i faktury k.406-437, zeznania pozwanego k.557-558). Usługi te mają charakter komplementarny wobec towarów i usług, dla których chronione są wspólnotowe znaki towarowe **LOGICA**. (normatywna ocena Sądu)

Zgłaszając swą działalność do ewidencji prowadzonej w Urzędzie Miasta Poznania A wskazał oznaczenie L, jako element firmy i nazwę prowadzonego przezeń przedsiębiorstwa w odniesieniu do usług szkolenia, doradztwa w zakresie informatyki, działalności związanej z oprogramowaniem, technologiami informatycznymi i komputerowymi. (bezsporne – tak też zaświadczenie k.94)

Na stronie internetowej pozwanego wyeksponowane zostało oznaczenie **L**, za jego pomocą odbiorcy usług A identyfikują ich pochodzenie od pozwanego. Oznaczenie **L** służy mu także w działaniach reklamowych w Internecie. (dowód : listy referencyjne k.236-242, wydruki ze stron internetowych k.243-250, 272-285, 444-529)

**Sąd zważył co następuje :**

Prawo znaków towarowych stanowi zasadniczy element systemu niezakłóconej konkurencji, którego wprowadzenie i zachowanie jest jednym z celów TWE. W systemie tym przedsiębiorstwa powinny mieć pełną możliwość przyciągania do siebie klientów dzięki wysokiej jakości ich towarów lub usług, co jest uzależnione od istnienia oznaczeń odróżniających, pozwalających na ich identyfikację. (tak wyroki Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z 17 X 1990 r. w sprawie C-10/89 *HAG*, z 4 X 2001 r. w sprawie C-517/99 *Merz&Krell* i z 12 XI 2002 r. w sprawie C-206/01 *Arsenal Football Club*)

Podstawową funkcją znaku towarowego jest zagwarantowanie konsumentowi lub końcowemu odbiorcy możliwości określenia pochodzenia towaru lub usługi oznaczonych znakiem, odróżnienia ich (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*)

Prawo wyłączne zostało przyznane, aby umożliwić właścicielowi znaku towarowego ochronę jego szczególnych interesów, zadbanie o to, aby znak ten mógł spełniać właściwe mu funkcje gwarantowania konsumentom wskazania pochodzenia towaru lub usługi oraz ich jakości (gwarancyjną), komunikacyjną, reklamową i inwestycyjną. Wykonywanie tego prawa winno być zastrzeżone dla 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*)

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), które reguluje w sposób całościowy kwestie związane ze wspólnotowymi znakami towarowymi dla towarów lub usług, w szczególności zasady rejestracji, wynikające z niej prawa oraz ich ochronę. Przepisy o charakterze materialno-prawnym rozporządzenia, jako część *acquis communautaire* stanowią

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

Wspólnotowy znak towarowy wywołuje ten sam skutek w całej Unii Europejskiej, może on być zarejestrowany, zbyty, być przedmiotem zrzeczenia się lub decyzji stwierdzającej wygaśnięcie praw właściciela lub unieważnienie znaku, którego używanie może być zakazane jedynie w odniesieniu do całej Unii. (art.1 ust.2) Znak ten uzyskuje się w efekcie rejestracji (art. 6) przez Urząd Harmonizacji Rynku Wewnętrznego (OHIM) na okres 10 lat od daty dokonania zgłoszenia (z możliwością przedłużenia). (art. 46) Prawa z rejestracji są skuteczne wobec osób trzecich z dniem publikacji. (art. 9 ust.3 zd.1)

Art. 9 rozporządzenia przyznaje uprawnionemu prawo do wyłącznego i niezakłóconego używania znaku oraz zakazania innym osobom, nie mającym jego zgody, używania w obrocie:

- a.** identycznego ze znakiem oznaczenia dla identycznych towarów lub usług;
- b.** oznaczenia, gdy, z powodu jego identyczności lub podobieństwa do znaku oraz identyczności albo podobieństwa towarów lub usług, których dotyczy ten znak i oznaczenie, istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd opinii publicznej, które obejmuje także prawdopodobieństwo ich skojarzenia.
- c.** oznaczenia identycznego lub podobnego do znaku w odniesieniu do towarów lub usług, które nie są podobne do tych, dla których zarejestrowano znak, w przypadku gdy cieszy się on renomą w Unii Europejskiej i gdy używanie oznaczenia bez uzasadnionej przyczyny przysparza naruszczeniowi nienależną korzyść albo jest szkodliwe dla odróżniającego charakteru lub renomy wspólnotowego znaku towarowego. (art. 9 ust.1)

Ocena identyczności lub podobieństwa znaku i przeciwstawianego mu oznaczenia powinna się opierać na ich zgodności wizualnej, fonetycznej i znaczeniowej (konceptyjnej). Znak i oznaczenie należy porównywać całościowo, przy czym decydujące są elementy dominujące, a nie opisowe. Oznaczenie może być uznane za identyczne z wcześniejszym znakiem, tylko wtedy, gdy powtarza – bez dokonywania zmian lub uzupełnień – wszystkie elementy tego znaku, lub gdy rozpatrywane jako całość, wykazuje nieznaczne różnice, niedostrzegalne dla przeciętnego konsumenta. (tak wyrok Trybunału z 20 III 2003 r. C-291/00 *LTJ Diffusion*)



Znak i oznaczenie są do siebie 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*) Dla stwierdzenia, czy w konkretnym przypadku są do siebie podobne, konieczne jest dokonanie oceny cech wizualnych, fonetycznych i znaczeniowych, a także ich całościowego oddziaływania znaku i oznaczenia 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*)

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*)

Całościowa ocena zakłada pewną współzależność między branymi pod uwagę czynnikami, w szczególności podobieństwem znaków oraz podobieństwem towarów lub usług, których one dotyczą, przy czym niski stopień podobieństwa towarów i usług może być równoważony znaczącym stopniem podobieństwa znaków 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 naruszcyciela, w przekonaniu, 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 postrzegania określonego konsumenta, przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności konkretnego przypadku, szczególnie zaś 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*)

Ocena prawdopodobieństwa wprowadzenia w błąd w zakresie podobieństwa wizualnego, fonetycznego lub koncepcyjnego przeciwstawionych sobie znaku i oznaczenia 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 on 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 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 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*) Ocena podobieństwa nie może ograniczyć się do zbadania tylko jednego z elementów tworzących złożony znak towarowy i porównania go z innym znakiem (oznaczeniem). 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 jednak, gdy wszystkie pozostałe 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*, z 12 VI 2007 r. w sprawie C-334/05 *Shaker* i z 20 IX 2007 r. w sprawie C 193/06 *Nestlé*)

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 jest znany, tym bardziej wzmocniony jest jego charakter odróżniający. Przy dokonywaniu oceny, czy znak 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 czas używania, wielkość inwestycji dokonanych w celu jego promocji, udział procentowy zainteresowanych grup odbiorców, którym znak 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.)

**Stosując te reguły do okoliczności faktycznych ustalonych przez Sąd należy uznać, że** używając wysoce podobnego oznaczenia oferowanych usług, podobnych do towarów i usług dla których chronione są wspólnotowe znaki towarowe **LOGICA**, pozwany stwarza ryzyko konfuzji konsumenckiej, naruszając prawa wyłączne L Plc. w Reading. Nie da się bowiem wykluczyć, że nabywcy towarów lub usług powódki, zainteresowani także usługami szkoleniowymi w zakresie oprogramowania, zdecydują się skorzystać z oferty pozwanego, przekonani, iż element L w jego firmie wskazuje na powiązanie prawne lub gospodarcze stron. Ryzyko konfuzji konsumenckiej wzmacnia formuła działania powodowej spółki, którą w poszczególnych państwach reprezentują przedsiębiorstwa posługujące się w firmie oznaczeniem L z krajowymi dodatkami.

Pozwany prowadzi działalność gospodarczą pod firmą *A L*, ale dla oznaczania swych usług szkoleniowych używa skrótu **L**, które jest także elementem odróżniającym nazwy domeny internetowej [logica.it](http://logica.it), której pozwany jest abonentem. Usługi swe oferuje i reklamuje za pośrednictwem strony internetowej pod adresem [www.logica.it](http://www.logica.it), na której wyeksponuje również oznaczenie **L**. Sąd podziela przekonanie powódki, że elementem dystynktywnym w oznaczeniu usług, przedsiębiorstwa i firmy pozwanego jest słowo **L**. Element **IT** ma charakter czysto opisowy, nawiązujący do dziedziny informatyki, w której prowadzi się szkolenia. Imię i nazwisko pozwanego (obligatoryjne w firmie osoby fizycznej – art. 43<sup>4</sup> k.c.) wskazuje właściciela

przedsiębiorstwa oferującego usługi, nie wykluczając jego powiązań z uprawnioną do znaku **LOGICA**.

Jak zaś wskazał Europejski Trybunał Sprawiedliwości w wyroku z 6 X 2005 r. wydanym w sprawie C-120/04 *Medion*, w przypadku identyczności lub podobieństwa towarów lub usług prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd może występować w odczuciu odbiorców, jeżeli sporne oznaczenie składa się przynajmniej z zestawienia nazwy przedsiębiorstwa i zarejestrowanego znaku towarowego posiadającego zwykły charakter odróżniający, który mimo iż samodzielnie nie tworzy całościowego wrażenia wywieranego przez złożone oznaczenie, to zachowuje w nim niezależną pozycję nadającą charakter odróżniający. (por. także cytowany przez powoda wyrok Sądu Najwyższego z 4 VII 2005 r. III CK 33/05)

Dystynktywny element oznaczenia pochodzenia usług pozwanego jest identyczny ze słownym wspólnotowym znakiem towarowym nr 5935697 i bardzo podobny do wspólnotowego znaku towarowego nr 6426761, którego grafika nie ma tak istotnej zdolności odróżniającej żeby zdominować elementu słownego.

W ocenie Sądu, usługi oferowane przez pozwanego są podobne do towarów i usług, dla których chronione są znaki **LOGICA**, komplementarne wobec nich. Fakt, że nie należą one do tej samej klasy klasyfikacji nicejskiej nie może być uznany za decydujący. (por. wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 13 XII 2004 r. w sprawie T-8/03 *Emilio Pucci*) Należy je uznać za powiązane z nimi (np. szkolenie w zakresie programowania komputerów i samo programowanie), analogicznie do usługi sprzedaży zaliczanej do klasy 35 klasyfikacji nicejskiej i, należących do różnych klas, towarów będących przedmiotem sprzedaży.

Pozwany w żaden sposób nie wykazał, że istniejący w Unii Europejskiej rynek informatyczny dzieli się na wyspecjalizowane części, ani tego, że przedsiębiorcy oferujący towary i usługi w zakresie oprogramowania i programowania komputerów nie zajmują się prowadzeniem szkoleń i innego rodzaju działalności edukacyjnej, zapewniających efektywne korzystanie z oprogramowania i podnoszenie umiejętności osób zajmujących się programowaniem. Przeczą temu wydruki ze stron internetowych zaoferowane przez powoda (k.255-299). W przekonaniu Sądu, ich rozdzielanie nie jest uzasadnione.

Należy przy tym wyjaśnić, że nie ma znaczenia, jakie towary i usługi faktycznie oferuje powódka, a tym bardziej odrębna od niej spółka z o.o. *L*. Działania pozwanego są odnoszone do tych towarów i usług, dla których chronione są wspólnotowe znaki towarowe **LOGICA**. Obrona pozwanego przed stawianym mu niesłusznie zarzutem naruszenia praw z rejestracji, w sytuacji

nieużywania przez powódkę tych znaków w odniesieniu do towarów i usług podobnych do jego własnych, powinna zmierzać do ich wygaszenia przez złożenie pozwu wzajemnego lub wniosku do OHIM, co w niniejszej sprawie nie miało miejsca. Z tej przyczyny Sąd oddalił wnioski i dowody pozwanego zmierzające do wykazania charakteru i zakresu działalności prowadzonej przez spółkę z o.o. L. Należy zwrócić uwagę, że jednolity charakter wspólnotowego znaku towarowego gwarantuje udzielenie ochrony w Unii Europejskiej bez konieczności używania znaku na całym jej terytorium. Zarzut braku renomy i nieznajomości znaków powoda w Polsce, wobec swobodnego przepływu osób, towarów i usług, sam w sobie nie może wykluczyć istnienia ryzyka konfuzji konsumenckiej.

Wbrew przekonaniu pozwanego, w innych niż Włochy państwach Unii Europejskiej, znak towarowy **LOGICA** (szczególnie w warstwie wizualnej), zastrzeżony dla towarów i usług informatycznych, ma charakter pierwotnie wysoce odróżniający. Używanie znaków przez powódkę wzmacnia ich dystynktywność, tak że znający je i pamiętający, konsumenci zwrócą uwagę ten właśnie element w firmie i nazwie przedsiębiorstwa pozwanego.

Szczególnie wysokie prawdopodobieństwo wprowadzenia nabywców w błąd łączy się z używaniem przez pozwanego spornego oznaczenia L w nazwie domeny internetowej, której A jest abonentem i adresie strony internetowej [www.logica.it.pl](http://www.logica.it.pl), na której informuje o ofercie swego przedsiębiorstwa i reklamuje swoje usługi. Działania A, który – bez zgody L Plc. – posługuje się oznaczeniami podobnymi do wspólnotowych znaków towarowych LOGICA dla usług podobnych do towarów i usług objętych specjalizacją, stwarzając ryzyko konfuzji konsumenckiej, kwalifikuje się, jako naruszenie stypizowane w art. 9 ust. 1b rozporządzenia.

W ocenie Sądu, powód nie wykazał w tym postępowaniu, że sporne znaki towarowe są znakami renomowanymi. Nie jest wystarczające przedstawienie dowodów podejmowania działań promocyjnych i reklamowych, oceny jakości oferowanych przez grupę L towarów i usług, bez wykazania pozycji rynkowej i znajomości znaków **LOGICA** w relatywnym kręgu konsumentów.

Aktualne orzecznictwo Sądów wspólnotowych utożsamia zaś 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<sup>bis</sup> 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 nimi zainteresowanych. 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.

Sąd podziela zarzut pozwanego, że zaoferowany w sprawie materiał dowodowy nie pozwala na ustalenie, że wspólnotowe znaki towarowe **LOGICA** (nr 5935697 i nr 6426761) są znakami renomowanymi i powinny podlegać ochronie na podstawie art. 9 ust.1b rozporządzenia. Twierdzenia i dowody zgłoszone przez powódkę na poparcie renomy Sąd uwzględnił przy ocenie wtórnej zdolności odróżniającej tych znaków.

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 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 uznaje, że pozwany naruszył lub że z jego strony istnieje groźba naruszenia wspólnotowego znaku towarowego, wydaje, o ile nie istnieją szczególne powody, decyzję

zakazującą pozwanemu określonych 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.

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

Zważywszy, że A używa dla podobnych usług wysoce podobnego oznaczenia, wywołując ryzyko konfuzji konsumenckiej, **Sąd uznał zasadność stawianego mu przez powódkę zarzutu naruszenia jej praw.** Zgłoszone przez L plc żądania tylko w części jednak zasługiwały na uwzględnienie :

**W pkt 1.** żąda ona zakazania pozwanemu naruszania jej praw do wspólnotowych znaków towarowych **LOGICA** - CTM-5935697, CTM-6426761, poprzez działania polegające na używaniu w obrocie gospodarczym oznaczenia **L** zwłaszcza w postaci „L” lub „A L” w tym w nazwie domeny internetowej [www.logica.it](http://www.logica.it) - dla oferowania i oznaczania usług, oznaczenia przedsiębiorstwa oraz jako elementu firmy. Sąd uznał za zasadne – na podstawie art. 9 ust. 2 w zw. z art. 102 ust. 1 rozporządzenia - zakazanie pozwanemu naruszania praw L Plc. do wspólnotowych znaków towarowych **LOGICA** nr nr 5935697, 6426761, to jest używania w obrocie gospodarczym oznaczenia **L**, w związku z oferowaniem usług, w firmie i dla oznaczenia przedsiębiorstwa - L lub A L oraz w nazwie domeny internetowej [logica.pl](http://logica.pl). Sąd oddalił żądanie w pozostałym zakresie, wyznaczanym określeniem zwłaszcza, powódka nie wykazała bowiem naruszenia ani istnienia groźby naruszenia jego praw przez używanie innych niż wskazane oznaczeń.

**W pkt 2.** domaga się ona stwierdzenia, że pozwany w wyniku rejestracji domeny o nazwie [logica.it](http://logica.it) naruszył prawa powódki do wspólnotowych znaków towarowych **LOGICA**. Żądanie to oparte jest na podstawie art. 189 k.p.c., który to przepis, aczkolwiek zamieszczony w *Kodeksie postępowania cywilnego*, ma charakter materialno-prawny, stanowiąc podstawę

dochodzenia roszczeń. Powództwo o ustalenie stosunku prawnego lub prawa może być uwzględnione wtedy, gdy spełnione są dwie przesłanki merytoryczne: interes prawny oraz wykazanie prawdziwości twierdzeń powoda o tym, że dany stosunek prawny lub prawo rzeczywiście istnieje. Pierwsza z tych przesłanek warunkuje określony skutek tego powództwa, decydując o dopuszczalności badania i ustalania prawdziwości twierdzeń powoda. Wykazanie zaś istnienia drugiej z przesłanek decyduje o zasadności powództwa. Interes prawny powoda musi być zgodny z prawem, z zasadami współżycia społecznego oraz z celem, któremu ma służyć art. 189 k.p.c. (tak Sąd Najwyższy w wyroku z 27 VI 2001 r. II CKN 898/00). Nie może on być rozumiany subiektywnie, wg odczucia powoda, ale obiektywnie, tj. na podstawie rozumnej oceny sytuacji, w której występuje on z tego rodzaju powództwem. (tak Sąd Najwyższy w wyroku z 28 XI 2002 r. II CKN 1047/00).

Istnienie interesu prawnego jest kwestionowane formalnie w tych sytuacjach, w których występuje równocześnie także inna forma ochrony praw powoda. Nie zachodzi on z reguły, gdy może on na innej drodze osiągnąć w pełni ochronę swoich praw (tak Sąd Najwyższy w wyroku z 22 XI 2002 r. IV CKN 1519/00), gdy może np. w procesie o świadczenie, ukształtowanie prawa lub stosunku prawnego, a nawet w drodze orzeczenia o charakterze deklaratorywnym, uzyskać pełną ochronę swych praw. Kryterium interesu prawnego w żądaniu ustalenia nie przesądza o dopuszczalności wytoczenia powództwa z art. 189 k.p.c., decyduje natomiast o tym, czy w konkretnych okolicznościach, powództwo to jest zasadne. Konsekwencją niewykazania przez powoda istnienia interesu prawnego jest oddalenie powództwa. (tak Sąd Najwyższy w wyroku z 6 VI 1997 r. II CKN 201/97, M. Prawn. 1998/2/3) W przypadku tego rodzaju powództwa sąd ma obowiązek badania z urzędu, czy po stronie powoda występuje interes prawny w ustaleniu. (tak Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z 9 II 1999 r. I ACa 1105/98, Prok.i Pr. 2000/2/35)

Powódka w żaden sposób nie zdefiniowała i nie wykazała interesu prawnego w ustaleniu. Jego istnienie należy, zdaniem Sądu, wykluczyć w sytuacji, gdy równocześnie dochodzi ona zakazania naruszeń (pkt 1.), których ustalenia żąda. Stwierdzenie naruszenia jej praw stanowi bowiem przesłankę nakazania A zaniechania naruszeń i usunięcia ich skutków. W braku interesu prawnego Sąd orzekł o oddaleniu powództwa w tej części. (*a contrario* art. 189 k.p.c.)

**W pkt 3.** L Plc. wnosi o nakazanie pozwanemu - w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku - usunięcia skutków naruszenia praw powoda przez dokonanie zmiany firmy i usunięcie z niej elementu „L”, oraz stosowną modyfikację danych w ewidencji działalności gospodarczej. Żądania te są w istocie sposobem wykonania obowiązków nałożonych na pozwanego w pkt 1. pozwu. Dopiero wówczas, gdy A dobrowolnie nie zaprzestanie używania kwestionowanego oznaczenia, uzasadnione stanie się podjęcie przez L plc odpowiednich działań w postępowaniu egzekucyjnym, na podstawie art. 1050 i nast. k.p.c.



**W pkt 4.** powódka wnosi o nakazanie pozwanemu - w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku - usunięcia skutków naruszenia przez wycofanie z obrotu i zniszczenie, opatrzonych oznaczeniem L, wszelkich: materiałów reklamowych lub innych przedmiotów wykorzystywanych do prowadzenia działalności gospodarczej, ewentualnie usunięcie z nich oznaczenia L, w tym usunięcia oznaczenia L ze strony internetowej pozwanego oraz z reklam umieszczonych w Internecie.

Żądanie to Sąd uznał za uzasadnione – na podstawie art. 286 p.w.p. w zw. z art. 102 ust. 1 rozporządzenia – wyłącznie w części obejmującej nakazanie pozwanemu, aby w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się wyroku, usunął skutki naruszenia przez wycofanie z obrotu i zniszczenie, opatrzonych oznaczeniem L, materiałów reklamowych wykorzystywanych w związku z prowadzeniem działalności gospodarczej, lub usunął z nich oznaczenie L, w tym ze strony internetowej oraz z reklam umieszczonych w Internecie. Sąd oddalił natomiast powództwo w odniesieniu do nieokreślonych *innych przedmiotów wykorzystywanych do prowadzenia działalności gospodarczej*.

**W pkt 5.** domaga się nakazania pozwanemu podania wyroku do publicznej wiadomości, a w przypadku nieopublikowania informacji we wskazanym terminie, upoważnienia jej do opublikowania ogłoszenia na koszt pozwanego.

Sąd oddalił powództwo w tej części jako nieusprawiedliwione. Oparte na przepisach prawa krajowego (art. 287 ust. 2 w zw. z art. 292 ust. 1 p.w.p.), żądanie to nie zostało w żaden sposób umotywowane. Powódka nie wskazała, czy – w jej zamiarze – publikacja orzeczenia ma zapobiec naruszeniom w przyszłości, czy też usunąć skutki powstałych już naruszeń. Nie wskazała, do jakiego kręgu osób powinna trafić informacja o prawach wyłącznych L Plc. i bezprawnych działaniach A. Treść i forma ani zakres podania wyroku do publicznej wiadomości nie zostały w żaden sposób umotywowane. Zgłoszony już na tym etapie postępowania - wniosek o upoważnienie do zastępczego wykonania orzeczenia, nie ma podstawy prawnej.

**O kosztach Sąd orzekł na zasadzie art. 100 zdanie pierwsze k.p.c., obciążając nimi obydwie strony po połowie, stosownie do wyniku postępowania.** 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.)

Opłaty za czynności adwokackie przed organami wymiaru sprawiedliwości określa rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z 28 IX 2002 r. w sprawie opłat za czynności adwokackie oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu. Zasądzając opłatę sąd bierze pod uwagę niezbędny nakład pracy, a także

charakter sprawy i wkład pracy adwokata w przyczynienie się do jej wyjaśnienia i rozstrzygnięcia. (§ 2 ust.1.) Podstawę stanowią określone w rozdziałach 3-5 stawki minimalne. Opłata nie może być wyższa od sześciokrotnej 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 adwokata wynosi 840 zł (§ 11 ust. 1 pkt 18). Zważywszy charakter sprawy, jej wagę, stopień skomplikowania i czas trwania postępowania, Sąd uznał, że adekwatne do nakładu pracy pełnomocników stron jest wynagrodzenie w podwójnej minimalnej wysokości.

W efekcie, pozwany zobowiązana jest zwrócić powodowi połowę poniesionej przezeń opłaty sądowej od pozwu (2.055 zł).