

Sygn. akt XXII GWwp 23/13



WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 13 października 2014 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XXII

Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych

w składzie następującym:

Przewodniczący SSO Beata Piwowska

Protokolant koordynator prawny Andrzej Boboli

po rozpoznaniu na posiedzeniu jawnym w dniu 29 września 2014 r. w Warszawie

sprawy z powództwa **PP** spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w S

przeciwko **JMP** Spółce Akcyjnej w K

- o zakazanie czynów nieuczciwej konkurencji

1. oddała powództwo;
2. zasądza od PP spółki z o.o. w S na rzecz JMP S.A. w K kwotę 2.400 (dwa tysiące czterysta) złotych tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

Uzasadnienie

13 września 2013 r. *PP* spółka z o.o. w S wniosła o:

I. zakazanie pozwanej *JMPS.A.* w K naruszania jej praw do wzorów wspólnotowych zarejestrowanych w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego w Alicante pod numerami 002155887-0005, 002155887-0006, 002155887-0013, 002155887-0014, 002155887-0017, 002155887-0018, 002155887-0021, 002155887-0022, 002155887-0044, 002155887-0045, 002155887-0046 i 002155887-0047, tj. oferowania, wprowadzania do obrotu, reklamy oraz składowania w celu oferowania produktów w postaci, przedstawionych na zdjęciach: mazaków stempli naśladujących zarejestrowane na rzecz powódki wzory wspólnotowe nr 002155887-0005 i 002155887-0006, mazaków artystycznych naśladujących zarejestrowane na rzecz powódki wzory wspólnotowe nr 002155887-0013 i 002155887-0014, magicznych mazaków do dmuchania naśladujących zarejestrowane na rzecz powódki wzory wspólnotowe nr 002155887-0017 i 002155887-0018, kredek wysuwanych naśladujących zarejestrowane na rzecz powódki wzory wspólnotowe nr 002155887-0021 i 002155887-0022, farb do malowania palcami naśladujących zarejestrowane na rzecz powódki wzory wspólnotowe nr 002155887-0044 i 002155887-0045, farb w tubach z pędzelkiem naśladujących zarejestrowane na rzecz powódki wzory wspólnotowe nr 002155887-0046 i 002155887-0047;

II. nakazanie pozwanej wycofania z obrotu, na jej koszt, produktów określonych w pkt I.1-6;

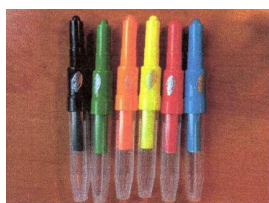
III. nakazanie pozwanej, na jej koszt, zniszczenia wszystkich materiałów reklamowych, w tym katalogów i ofert, zawierających wizerunki produktów określonych w pkt I.1-6. (sprawa sygn. akt XXII GWwp 21/13)

W piśmie procesowym złożonym 25 listopada 2013 r. spółka *PP* rozszerzyła powództwo, domagając się zaniechania przez *JMP S.A.* w K dokonywania przeciwko niej czynów nieuczciwej konkurencji, określonych w art. 3 ust. 1 oraz art. 13 ust. 1 u.z.n.k., poprzez zakaz produkowania, oferowania, wprowadzania do obrotu i reklamowania przez pozwaną produktów naśladujących produkty powódki w postaci:

1. mazaków artystycznych charakteryzujących się tym, że: (i) mają podłużny, owalny korpus, zwężający się ku dołowi, (ii) w dolnej części korpusu, przed przezroczystą nasadką występuje przewężenie ułatwiające trzymanie i posługiwanie się mazakami, (iii) na przewężeniu widoczne są półkoliste linie, (iv) nasadki mają zwężający się kształt, przy czym węższa część nasadki jest osadzona w szerszej części



2. flamastrów dmuchanych charakteryzujących się tym, że: (i) mają podłużny, owalny korpus, złożony z przezroczystej tuby, w której mocowany jest wkład flamastrów i nasadki, przez którą wdmuchuje się powietrze, (ii) kształt nasadki, przez którą wdmuchuje się powietrze zwęża się „schodkowo” ku wlotowi powietrza, (iii) nasadka jest zakończona małą półkulą, (iv) przezroczysta tuba, w której mocowany jest wkład flamastrów ma kształt walca przechodzącego w ścięty rózek

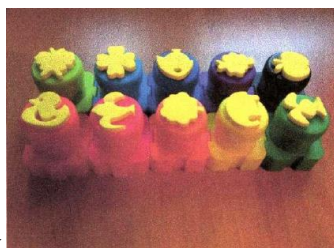


3. kredek ołówkowych wysuwanych charakteryzujących się tym, że: (i) mają podłużny, owalny korpus jednakowej grubości, (ii) górna część kredek, służąca do wykręcania rysika ma żebrowaną powierzchnię i kształt walca, (iii) dolna część kredek, przez którą wysuwa się rysik jest pół-



przezroczysta

4. farb do malowania palcami z pieczętkami charakteryzujących się tym, że: (i) składają się z łączonych ze sobą pojemniczków, (ii) dolna część pojemniczków ma podstawę kwadratu, a górna część pojemniczków ma kształt walca zamykanego za pomocą nakrętki, (iii) na każdej nakrętce umieszczona jest pieczętka o określonym kształcie; (iv) dolna część pojemniczków na dwóch bokach podstawy posiada wcięcia, a na dwóch kolejnych bokach wypustki, umożliwiające łączenie



pojemniczków

5. farb w tubach z pędzelkiem, charakteryzujących się tym, że: (i) mają podłużny, owalny korpus, zwężający się ku dołowi, zakończony nakrętką (ii) w dolnej części korpusu, przed przezroczystą nakrętką występuje przewężenie, ułatwiające trzymanie i posługiwanie się tubkami, (iii) na

korpusie występuje wyżłobiony element z napisem „PUSH”, zachodzący częściowo na przewężenie w korpusie, (iv) nakrętka jest przezroczysta i ma kształt ściętego u góry stożka , (v) pod nakrętką



mieszczą się przezroczyste włoski pędzelka (k.3-299)

Żądania te zostały wyłączone do rozpoznania i rozstrzygnięcia w osobnej sprawie.

Wydane 26 listopada 2013 r. postanowienie o jej przekazaniu do rozpoznania miejscowo właściwemu Sądowi Okręgowemu w Poznaniu zostało uchylone przez Sąd Apelacyjny w Warszawie 18 lutego 2014 r. (k.300, 400)

JMP S.A. w K zażądała oddalenia powództwa i zwrotu kosztów procesu. Zakwestionowała legitymację czynną spółki *PP* oraz pierwszeństwo używania przez nią wzorów ucieleśnionych w przedstawionych produktach. (k.417-528)

Sąd ustalił:

PP spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w S, utworzona umową zawartą 13 grudnia 2007 r., wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego 23 stycznia 2008 r., prowadzi działalność gospodarczą m.in. w zakresie handlu hurtowego i detalicznego produktami szkolnymi i edukacyjnymi. (dowód: odpis z KRS k.282-283) W jej ofercie znajdują się m.in. przeznaczone dla dzieci mazaki artystyczne, flamastry dmuchane, kredki ołówkowe wysuwane, farby do malowania palcami z pieczętkami oraz farby w tubach z pędzelkiem. (bezsporne) Wyłącznym dystrybutorem tych towarów jest *P D*. (dowód: katalogi reklamowe *C* k.16, odpis z KRS k.278-279, zeznania świadka R M-P k.618,)

Mazaki artystyczne, flamastry dmuchane, kredki ołówkowe wysuwane, farby do malowania palcami z pieczętkami oraz farby w tubach z pędzelkiem są obecne na rynku od 2009-2010 roku, sprzedawane w opakowaniach jednostkowych i zbiorczych opatrzonych oznaczeniami *C* i *CK*, najpierw przez *P* spółkę z o.o. w S, prowadzącą działalność gospodarczą od stycznia 2007 r. (dowód: odpis z KRS k.276-277, faktury k.17-20, katalog *C* na rok 2010/2011 k.16), a następnie przez *P D* spółkę z o.o. w S która od 2011 r. ponosiła koszty działań promocyjnych i reklamowych. (dowód: katalogi reklamowe k.16, 461-474, faktury k.21, 161-165, odpis z KRS k.278-279, zeznania świadka R M-P k.618, wydruki ze stron internetowych k.22-23, 160, 183-191, 194-230, 456-460, zestawienie dystrybutorów k.192-193, informacje handlowe k.232-233)

Podobne produkty były obecne na rynku polskim także wcześniej. (dowód: zeznania świadka K P k. 816, wydruki ze stron internetowych k.475-502, oświadczenia k.511-521)

Spółka P od 2010 r. podejmowała działania mające na celu promocję marki *Colorino* m.in. w ramach ogólnopolskich sympozjów i warsztatów z nauczycielami. (dowód: ulotka k.159) Kierowała je także do klientów i kontrahentów za pośrednictwem katalogów, ulotek i strony internetowej. (dowód: katalogi k.16, faktury k. 17-20, zrzut ze strony internetowej k.160).

15 kwietnia 2010 r. marka *Colorino* została zgłoszona w OHIM jako graficzny wspólnotowy

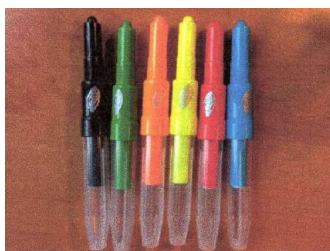


znak towarowy . 21 lipca 2013 r. Urząd dokonał rejestracji znaku pod nr 009029877 na rzecz spółki P, obecnie uprawnioną do niego jest PP, która 14 czerwca 2011 r. nabyła prawo od spółki PD. (dowód: wydruk z internetowej bazy OHIM i świadectwo rejestracji k.166-171, umowa k.172-175, zawiadomienie OHIM k.176-182)



Mazaki artystyczne powódki mają podłużny, owalny korpus, który jest wąski na dole i szeroki na górze (w miejscu, w którym znajduje się końcówka pisząca mazaka), tworząc tym samym kształt stożka. W miejscu, w którym mazak powinien być trzymany przez jego użytkownika jest czarne przewężenie. Pisząca końcówka chroniona jest przezroczystą zatyczką. Kolor korpusu i piszącej końcówki mazaka odpowiada kolorowi tuszu. Pod przewężeniem znajduje się srebrne, owalne oznaczenie z elementem słownym *Colorino kids*. Mazaki sprzedawane są w opakowaniach składających się z dwóch części: tekturowej podstawy i plastikowej, przezroczystej osłonki z przodu. Na tekturowym tle dominują trzy kolory: żółty, niebieski i pomarańczowy. Z przodu, w lewym górnym rogu opakowania znajduje się znak *Colorino kids*. W prawym górnym rogu biało-czerwony napis *Farby bez wody, bez kapania, bez bałaganu!* W środku opakowania, pod plastikową osłonką, znajduje się niebiesko-czerwona etykieta z fantazyjną, żółto-czarną pszczołą. Niżej granatowy napis *Mazaki artystyczne* i mniejszy, żółty napis *Paint Brush Pens*. Po prawej stronie etykiety widoczna jest końcówka fioletowego mazaka i pozostawiony przez niego fioletowy ślad, kwiatek z fioletowymi płatkami i żółtym środkiem. Identyczny kwiatek znajduje się w lewym dolnym rogu opakowania. Z tyłu opakowania w lewym górnym rogu znak *Colorino Kids*. Pod oznaczeniem czerwony napis *Mazaki artystyczne*, poniżej mniejszy, żółty napis *Paint Brush Pens*.

Flomasteriu teptukiniu glaiuku rinkinys Pinselmalstift. W prawym górnym rogu fioletowy mazak, a po lewej stronie, na środku opakowania, cztery różnokolorowe mazaki. Na dole opakowania znajdują się informacje o produkcie w kilku językach, informacje o jego użytkowaniu i importerze .



Flamastry dmuchane mają podłużny, owalny korpus, składający się z dwóch części. Pierwsza stopniami rozszerza się od końca flamastra do jego środka. Jej kolor odpowiada kolorowi tuszu. W okolicach środka widoczne jest srebrne, owalne oznaczenie z elementem słownym *Colorino Kids*. Druga część, przezroczysta, rozszerza się od końca flamastra do jego środka. Wewnątrz widać wkład flamastra. Flamastry sprzedawane są w tekturowych, niebiesko-pomarańczowo-żółtych opakowaniach, po sześć. Z przodu opakowania, na górze znajdują się dwa nieregularne wycięcia przez które widać flamastry. W lewym górnym rogu (ponad



wycięciami) znak

. Na opakowaniu dominuje fantazyjna, niebieska ośmiornica z biało-czarnymi oczami i czerwonym uśmiechem. Po lewej stronie fioletowy napis *Spray pens*. Pod ośmiornicą niebieski napis *Flamastry dmuchane*, niżej mniejszy żółty napis *Blowpens flomasteriai piesiantys puciant Pustefix-Fasermaler*. W prawym rogu opakowania cyfra 6 w niebieskim kółku. W lewym dolnym rogu dwie kartki z kolorowymi rysunkami. Na środku opakowania zielony flamastr ze znakiem towarowym *Colorino* w kolorze zielonym. Na odwrocie, w prawym górnym rogu znak *Colorino kids*. Z tyłu opakowania, na całej jego powierzchni, informacje o flamastrach i sposobie ich używania w językach polskim i angielskim. Na dole graficzne wskazówki dotyczące używania.



Kredki ołówkowe wysuwane

mają podłużny, owalny korpus w

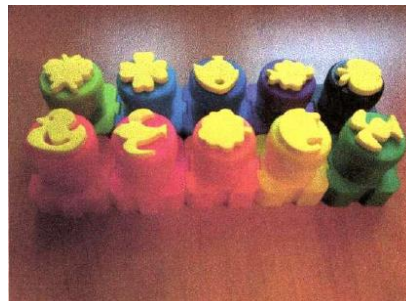


białym kolorze, na którym widnieje znak

i fantazyjny napis: *Just, Twist Coloured*

pencils, na skrajach białego korpusu grafika w kształcie fal. Oznaczenia i fale w kolorze kredki. Z jednej strony kredki znajduje się pokrętło w kolorze kredki pozwalające wysunąć wkład (rysik), z drugiej przezroczysta końcówka w kształcie stożka. Kredki sprzedawane są po 12 w miękkich, przezroczystych opakowaniach zamykanych na zatrzask. Na kolorowej etykiecie znak *Colorino kids*.

Na dole napisy *Coloured pencils* i *Kredki ołówkowe* na kolorowym tle. Po prawej stronie etykiety czerwony, fantazyjny napis *Just Twist*. W prawym dolnym rogu biała liczba 12, w prawym górnym rogu symetryczny kwiatek z fioletowym środkiem i kolorowymi płatkami z napisem w środku *Juicy colours*. Etykieta znajduje się zarówno z przodu jak i z tyłu opakowania.



Farby do malowania palcami z pieczętkami mają kształt pojemniczków w kolorze farby, których dolna część ma formę graniastoslupa o podstawie kwadratu, a górna część ma kształt walca zamykanego za pomocą nakrętki. Na nakrętce umieszczono pieczętkę wykonaną z żółtej gąbki w kształcie zwierząt i roślin. Podstawa pojemniczków ma po dwóch stronach wypustki i wcięcia, które pozwalają łączyć je, jak puzzle. Na pojemniczkach nie ma żadnych oznaczeń. Przezroczyste opakowanie farb ma kształt graniastoslupa. W środku znajduje się 10 pojemniczków. Do opakowania dołączona jest



pomarańczowo-niebieska etykieta. Na górze znak Na środku pomarańczowy napis *Farby do malowania palcami*. Pozostałe elementy etykiety to m.in.: fantazyjna, czarno-biała krowa, dwa małe kwiatki oraz dłoń pokazująca kciuk, znajdujące się w niebieskim pierścieniu z napisem *Super jakość High quality*.



Farby w tubach z pędzelkiem mają podłużny, owalny korpus w kolorze farby, wąski na dole i szeroki na górze (w miejscu, w którym znajduje się końcówka malująca pędzelka). W miejscu, w którym pędzel powinien być trzymany przez znajduje się przewężenie. Malująca końcówka pędzelka chroniona jest przezroczystą zatyczką. Na końcu pędzelka przeciwnym do końcówki malującej znak *Colorino Kids*. Pędzelki pierwotnie sprzedawane były w opakowaniach składających się z dwóch elementów: tekturowego, kolorowego tła i plastikowej, przezroczystej osłonki z przodu. W lewym górnym rogu opakowania znak *Colorino Kids*. W prawym górnym rogu niebieski napis *Farby w tubach z pędzelkiem*. Na środku opakowania (na plastikowej osłonce) fantazyjny różnokolorowy napis *Squeeze to Paint*. Poniżej niebiesko-zielona grafika, pomarańczowe kółko z niebieskim pierścieniem dookoła i pięścią, z wyciągniętym kciukiem w

środku oraz zielony pędzelek. Opakowanie zawierało 6 pędzelków ułożonych poprzecznie, jeden nad drugim. W nowym opakowaniu zewnętrznym wprowadzono następujące zmiany:

- na tekturowym tle kolor żółty dominuje nad pozostałymi (pomarańczowym i niebieskim),
- w prawym górnym rogu biały napis *Bez wody/ bez kapania/ bez bałaganu!* i różowy okrąg z dwoma wyrazami: *Mess* i *Free* na kolorowym tle,
- napis *Squeeze to Paint* w białym kolorze na kolorowym tle, za nim, po lewej stronie, cztery krople w różnych kolorach,
- pod napisem *Squeeze to Paint* dużo mniejszy czarny napis *Farby w tubach z pędzelkiem*.



(dowód: dowody rzeczowe)

JMP S.A. w K prowadzi działalność m.in. w zakresie sprzedaży detalicznej (dowód: odpis z KRS k.285-299). W 2012 r. w sieci handlowej B sprzedawała pod nazwą handlową ELEFUN wymienione produkty nabywane od spółki PD. W końcu 2012 r. pozwana rozpoczęła negocjacje z PD dotyczące sprzedaży artykułów *Colorino* w sklepach B w 2013 r. Rozmowy nie doprowadziły do zawarcia umowy. (dowód: zeznania świadka R M-P k.816, korespondencja elektroniczna k.234-266)

W 2013 r. pozwana nadal oferowała artykuły szkolne wyprodukowane przez firmę B, których dystrybutorem była spółka J. (dowód: katalogi k.24-35, 606, wydruki ze stron internetowych k.36-154, 155-158) Były to:

1. Mazaki, które mają podłużny, owalny korpus, wąski na dole i szeroki na górze (w kształcie stożka). W miejscu, w którym mazak powinien być trzymany znajduje się czarne przewężenie. Pisząca końcówka mazaka chroniona jest przezroczystą zatyczką. Korpus i końcówka mazaka są kolorze tuszu. Na mazakach nie ma żadnych oznaczeń. Sprzedawane w opakowaniach zawierających 8 mazaków, a składających się z dwóch części: tekturowej podstawki i plastikowej, przezroczystej osłonki z przodu, przez którą widać wszystkie mazaki. Na górze opakowania kolorowe napisy *mazaki artystyczne, małe pędzle!* i *8 sztuk*. Za mazakami (na białym tle) widoczna fantazyjna kolorowa grafika (m.in. żółty samochód wyścigowy, flaga w biało-czarne kwadraty, muchomor z niebieskim kapeluszem i chmura, gwiazdy, ślady farby i napisy w stylu graffiti). Z tyłu kolorowe wzory i fantazyjne grafiki (m.in. uśmiechnięte wisienki, czerwony uśmiechnięty spray, granatowo-niebieski diament, biało-szara chmura, pomarańczowa, uśmiechnięta gwiazdka, czarno biały samochód wyścigowy). Na odwrocie pudełka (na środku opakowania) duży biały prostokąt z informacjami dot. importera i przeznaczenia produktu. W prawym górnym rogu różowy napis

YOURMIN, pod nim czerwono-żółty napis *IS FREE*. Z tyłu opakowania biały napis *BIG CITI LIFE*. Na górze czarny napis *mazaki artystyczne*, czerwony *małe pędzle!* i czarny *8 sztuk*.

2. Flamastry, które mają podłużny, dwuczęściowy, owalny korpus. Pierwsza część rozszerza się stopniami od końca flamastra do jego środka w kolorze tuszu, druga przezroczysta rozszerza się od końca flamastra do jego środka. Wewnątrz przezroczystej kapsułki widać wkład. Flamaster jest najszerszy w punkcie, w którym łączą się obie części, czyli na środku korpusu. Wkład ma podłużny, owalny korpus, zwężający się w miejscu, w którym znajduje się końcówka pisząca. Na mazaku brak jest jakichkolwiek oznaczeń, w szczególności wskazujących na pochodzenie produktu. Sprzedawane w tekturowym opakowaniu po 8 sztuk. Na opakowaniu dominuje kolor biały. Na przedniej części znajduje się odwrócony, zielony trójkąt z czarnym napisem *magiczne mazaki do dmuchania*, poniżej nieco mniejszy czerwony napis *dmuchaj i rozpylaj kolor* i czarny *8 sztuk*. Z przodu fantazyjne grafiki przedstawiające: żółty samochód wyścigowy, flagę w biało-czarne kwadraty, śmiejący się spray, czarny melonik i pomarańczową gwiazdkę, śmiejącego się białego rożka lodowego w wafelku odznaczającego się wielkością, uśmiechnięte wisienki oraz granatowo-niebieski diament na tle biało-szarej chmury. Obok ciemnogrnatowy napis *TAKE BRAKE*. Z tyłu opakowania duże kolorowe wzory i fantazyjne grafiki, m.in. uśmiechnięte wisienki, czerwony uśmiechnięty spray, granatowo-niebieski diament, biało-szara chmura, pomarańczowa, uśmiechnięta gwiazdka, czarno biały samochód wyścigowy, itd. Na odwrocie pudełka duży biały prostokąt, na którym umieszczono informacje dot. importera i przeznaczenia produktu. W prawym górnym rogu różowy napis *YOURMIND*, pod nim czerwono-żółty napis *IS FREE*. Z tyłu opakowania biały napis *BIG CITI LIFE*.

3. Kredki ołówkowe, które mają podłużny, owalny korpus w kolorze białym, na którym znajdują się dwa napisy: *PRZEKRĘĆ* na tle, którego kolor odpowiada kolorowi rysika, wygięty i podkreślony napis *mnie*. Na obu skrajach białego korpusu grafika w kształcie fal. Na korpusie małe, fantazyjne gwiazdki i spirale. Wszystkie wzory i oznaczenia w kolorze rysika. Z jednej strony kredki znajduje się pokrętko w kolorze rysika pozwalające wysuwać wkład, z drugiej przezroczysta końcówka w kształcie stożka, z której on się wysuwa. Kredki sprzedawane są w tekturowych, opakowaniach po 8 sztuk. Na opakowaniu dominuje kolor biały. Na przedniej jego części znajduje się odwrócony, zielony trójkąt z kolorowymi napisami: *zestaw kredek, przekręć aby wysunąć rysik* i *12 sztuk*. Z przodu opakowania fantazyjne grafiki (żółty samochód wyścigowy, flaga w biało-czarne kwadraty, czerwony, śmiejący się spray, czarny melonik i pomarańczowa gwiazdka, śmiejący się biały rożek lodowy w wafelku, małe uśmiechnięte wisienki i granatowo-niebieski diament na tle biało-szarej chmury). Obok wisienek ciemnogrnatowy napis *TAKE BRAKE*. Z tyłu opakowania kolorowe wzory i te same fantazyjne grafiki. Na odwrocie (na środku opakowania) duży biały prostokąt z informacjami dot. importera i przeznaczenia produktu. W prawym górnym rogu różowy napis *YOURMIND*, pod nim czerwono-żółty napis *IS FREE*. Z tyłu opakowania biały napis *BIG CITI LIFE*.

4. Farby do malowania palcami z pieczętkami, które mają kształt pojemniczków w kolorze farby, których dolna część ma formę graniastosłupa o podstawie kwadratu, a górna kształt walca zamykanego za pomocą nakrętki. Obie części są mniej więcej równej wysokości. Na nakrętce, wykonane z żółtej gąbki, pieczętki w kształcie zwierząt i roślin. Podstawa pojemniczka ma po dwóch stronach wypustki i wcięcia, pozwalające je łączyć, jak puzzle. Na pojemniczkach nie ma żadnych oznaczeń, w szczególności wskazujących na pochodzenie produktu. Opakowanie farb ma kształt graniastosłupa i jest przezroczyste. Wewnątrz znajduje się 10 pojemniczków. Z przodu kolorowa etykieta. Na jej środku turkusowy napis na białym tle *Farby do malowania palcami*, a poniżej nieco mniejszy, różowy napis *z zabawnymi pieczętkami*. W dolnej części napisy w ramkach: *super zabawa dla Twojego dziecka, farbki wielokrotnego użytku – 10 kolorów i 10 różnych kształtów pieczętek oraz Nabieramy farbę na palec i malujemy, lub nakładamy farbę na gąbkę i stemplujemy*. Na etykiecie przedstawione są odcisnięte ręce w różnych kolorach oraz fotografie chłopca i dziewczynki, po obu stronach napisu *Farby do malowania palcami*. W lewym dolnym rogu informacja o importerze i przeznaczeniu produktu.

5. Farby w tubach z pędzelkiem, które mają podłużny, owalny korpus, który jest wąski na dole i szeroki na górze (końcówka malująca pędzelka), tworząc kształt stożka. W miejscu, w którym pędzel powinien być trzymany znajduje się przewężenie. Malująca końcówka chroniona jest przezroczystą zatyczką. Kolor korpusu pędzelka odzwierciedla kolor farby. Na pędzelku brak jakichkolwiek oznaczeń, w szczególności wskazujących na pochodzenie produktów. Pędzelki oferowane są w opakowaniach składających się z dwóch części: tekturowego tła i plastikowej, transparentnej osłonki z przodu. W każdym opakowaniu znajduje się 8 pędzelków w różnych kolorach ułożonych poprzecznie. Na tekturowym tle dominuje kolor biały, na górze zielony trapez, którego dłuższa podstawa stanowi jednocześnie szerokość opakowania. Na górze opakowania kolorowe napisy *farby w tubach, z pędzlem!* i *8 sztuk*. Za pędzelkami (na białym tle) widać fantazyjną grafikę przedstawiającą m.in. żółty samochód wyścigowy i flagę w biało-czarne kwadraty, muchomora z niebieskim kapeluszem i chmurę, gwiazdy, uśmiechnięte wisienki, ślady farby i napisy w stylu graffiti. Z tyłu opakowania kolorowe wzory i fantazyjne grafiki w tym, m.in. uśmiechnięte wisienki, czerwony uśmiechnięty spray, granatowo-niebieski diament, biało-szara chmura, pomarańczowa, uśmiechnięta gwiazdka, czarno biały samochód wyścigowy, itd. Na odwrocie pudełka (na środku opakowania) duży biały prostokąt, na którym umieszczono informacje dot. importera i przeznaczenia produktu. Po prawej stronie różowy napis *YOURMIND*, a pod nim czerwono-żółty napis *IS FREE*. Z tyłu opakowania widoczny biały napis *BIG CITI LIFE*. (bezsporne: tak też dowody rzeczowe)

Produktów tych nie ma aktualnie w sprzedaży. (brak dowodu przeciwnego – tak też oświadczenie k.523-525)

Sąd zważył:

Zgodnie z jej art. 1, ustawa z 16/04/1993 r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* reguluje zapobieganie i zwalczanie nieuczciwej konkurencji w działalności gospodarczej - w interesie publicznym, przedsiębiorstw oraz klientów, nie może jednak być traktowana jako instrument służący wyeliminowaniu konkurencji w ogóle, w celu zachowania przez przedsiębiorcę dominującej pozycji rynkowej. (tak Sąd Apelacyjny w Lublinie w wyroku z 30/09/1998 r. sygn. akt I ACa 281/98 Apel.-Lub.1999/1/1)

W uzasadnieniu wyroku z 11/07/2002 r. (I CKN 1319/00 OSNC 2003/5/73) Sąd Najwyższy stwierdził m.in.: *założeniem ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jest ochrona atrakcyjnej siły przedsiębiorcy oraz jej oddziaływanie na krąg odbiorców. Chodzi o rozgraniczenie między działaniem uczciwym i zgodnym z prawem, a wykraczającym poza ustanowione reguły, nie zaś o ochronę konkretnego osiągnięcia. Ustawa ma zatem na celu zapewnienie prawidłowości zachowania się i działania podmiotów gospodarczych w warunkach wolnej konkurencji i dostępu do rynku na równych prawach. Realizacja konstytucyjnej zasady wolności gospodarczej uzasadnia (...) poszukiwanie równowagi między wolnością rynku i swobodą obrotu a celami ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, określonymi w art. 1.*

Stosownie do art. 3 ust. 1, 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.

Działanie konkurencyjne ma charakter celowy, ukierunkowane jest na wzmocnienie bądź utrzymanie pozycji na rynku danego przedsiębiorcy, który jednak niekoniecznie musi mieć świadomość skutków jakie rzeczywiście może wyrzucić, bez znaczenia jest przewidywanie przezeń możliwości naruszenia interesów innych uczestników obrotu. Konkurencyjne są wyłącznie działania zewnętrzne, adresowane do innych uczestników wymiany rynkowej, mające na celu zdobycie klientów dla oferowanych przez nich towarów przez zwiększenie własnej efektywności gospodarczej bądź osłabienie cudzej. Zagrożenie interesów musi mieć charakter bezpośredni i realny. Muszą one być zdolne wywierać wpływ na innych przedsiębiorców-konkurentów (albo na konsumentów), niekorzystnie oddziaływać na ich sytuację, naruszając ich interesy gospodarcze. Decyduje o tym sposób, w jaki działanie konkurenta jest odbierane przez potencjalnych adresatów. Obowiązek wskazania i udowodnienia naruszenia lub zagrożenia jego

interesów gospodarczych, a także winy naruszciciela obciąża występującego z zarzutem nieuczciwej konkurencji.

Naruszenie prawa odnosi się do bezwzględnie 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 rozumieć należy podobnie do zasad współżycia społecznego, jako normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej. 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 może, ale 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. (por. M.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 26/09/2002 r. III CKN 213/01 OSNC 2003/12/169) Sprzeczność z dobrymi obyczajami, jako klauzula generalna, podlega ocenie sądu z punktu widzenia treści, motywów i celu działania konkurencyjnego. Obiektywnie niezgodne z dobrymi obyczajami są działania (lub zaniechania) sprzeczne ze zwyczajami uznanymi przez daną społeczność, obowiązującymi w określonym środowisku.

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

- ❑ wymienione w ustawie czyny 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 określone w definicji art. 3 ust. 1 odnoszą się do czynów wymienionych w art. 5-17, a klauzula generalna pełni funkcję korygującą w stosunku do przepisów szczególnych. 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, sprzeczności z dobrymi obyczajami), uznanie go za czyn nieuczciwej konkurencji nie jest możliwe.

Prawo konkurencji hołduje zasadzie *priori tempore potior iure*. Udzielenie ochrony zmierza do zabezpieczenia słuszných interesów tego przedsiębiorcy, który poniósł określone nakłady na zaprojektowanie, wprowadzenie do obrotu i promocję określonego produktu, czy na rozpoznawalność jego oznaczenia. Powołany przez powódkę przepis art. 13 ust. 1 u.z.n.k. (niezależnie od również powoływanej klauzuli generalnej) nie stanowi od tej zasady wyjątku. Warunkiem uzyskania ochrony jest w każdym przypadku wykazanie pierwszeństwa rynkowego oraz zaistnienie okoliczności wskazanych w rozdziale 2. u.z.n.k. (*Czyny nieuczciwej konkurencji* - art. 5-17) lub deliktu tam nieujętego, ale odpowiadającego hipotezie art. 3 ust. 1.

Art. 13 ust. 1 stypizuje, jako czyn nieuczciwej konkurencji, naśladowanie gotowego produktu, polegające na tym, że za pomocą technicznych środków reprodukcji jest kopiowana zewnętrzna jego postać, jeżeli może wprowadzić klientów w błąd co do tożsamości producenta lub produktu. *Niedozwolone naśladownictwo może [...] nie tylko dotyczyć identyczności kopii i oryginału, ale da się także rozciągnąć na przypadki odmienności wymiarów. Wystarczy taki stopień podobieństwa, który spowoduje, że przeciętny nabywca na podstawie całościowego wrażenia nie odróżni produktu wtórnego od tego pierwotnego.* (M. Orliński Glosa do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 11/07/2002 r., I CKN 1319/00. PPH 2004/2/54)

Samo naśladownictwo nie jest więc zabronione, jeżeli nie stwarza ryzyka wprowadzenia klientów w błąd co do tożsamości producenta lub produktu. Bezwzględny zakaz naśladownictwa produktów wytwarzanych przez innego przedsiębiorcę prowadziłby do powstania nieograniczonego żadnym terminem monopolu eksploatacji określonego rozwiązania technicznego i uniemożliwiałaby lub co najmniej utrudniała wchodzenie na rynek innym przedsiębiorcom, prowadzącym podobną działalność. Pozostawałoby to w sprzeczności z porządkiem prawnym opartym na zasadzie wolności gospodarczej i regułach uczciwej konkurencji. Samo naśladownictwo produktów innego przedsiębiorcy, nie korzystającego ze szczególnej ochrony jego praw wyłącznych, nie jest sprzeczne z regułami konkurencji i nie uzasadnia przyjęcia istnienia czynu nieuczciwej konkurencji. (tak Sąd Najwyższy w wyroku z 11/08/2004 r. II CK 487/03)

Do oceny możliwości wystąpienia konfuzji między porównywalnymi produktami przyjmuje się model należycie poinformowanego, uważnego i rozsądnego przeciętnego konsumenta. Tak określony wzorzec nie może być jednak definiowany w oderwaniu od ustalonych – odrębnie dla każdej sprawy – warunków obrotu i realiów życia gospodarczego. Możliwość

konfuzji, o której mowa w art. 13 ust. 1 u.z.n.k., zachodzi wówczas, gdy dla przeciętnego odbiorcy zewnętrzna postać porównywanych produktów jest tego rodzaju, że nie jest możliwe odróżnienie oryginału od kopii. Nie jest konieczne, aby oba produkty były identyczne. Wystarczające jest podobieństwo na tyle wysokie, że przeciętny nabywca, na podstawie ogólnego i całościowego wyrażenia nie odróżnia wyrobu naśladującego od oryginalnego. Możliwości wystąpienia konfuzji nie wyłączają przy tym drobne różnice występujące w produktach obu stron. Ocenę należy dokonać przy uwzględnieniu wszystkich okoliczności towarzyszących wyborowi towaru przez klienta. Niewątpliwie znaczna różnica w jakości porównywalnych produktów, dostrzegalna wzrokowo w chwili podejmowania decyzji o ich nabyciu, może niekiedy wyłączać możliwość konfuzji. (tak Sąd Najwyższy w wyroku z 6/03/2014 r. V CSK 202/13) Wyczerpujące i wyraźne oznaczenie producenta na opakowaniu towaru oraz trwałe umieszczenie znaku towarowego bezpośrednio na produkcie wprowadzanym do obrotu wyłącza możliwość wywołania błędu zarówno co do tożsamości producenta, jak i produktu. (tak Sąd Najwyższy w wyroku z 14/11/2008 r. V CSK 162/08) Decydujące znaczenie dla wyłączenia ryzyka konfuzji może mieć zatem odmienne opakowanie produktu, zawierające odróżniające oznaczenia i informację o jego pochodzeniu. (por. wyrok Sądu Najwyższego z 16/01/2009 r. V CSK 241/08)

Stwierdzenie, że zachowanie pozwanego nie wyczerpuje wszystkich przesłanek, stypizowanego w art. 13 ust. 1 u.z.n.k. niedozwolonego naśladownictwa, nie jest wystarczająca do oddalenia powództwa, a jedynie skutkuje koniecznością oceny zachowania pozwanego w świetle przesłanek wskazanych w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Poszczególne czyny nieuczciwej konkurencji wymienione art. 5-17 u.z.n.k. nie tworzą bowiem zamkniętego katalogu. Za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu u.z.n.k. może być zatem uznane także działanie nie wymienione w art. 5-17 u.z.n.k., jeżeli tylko odpowiada wymogom wskazanym w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Przepis ten pełni zarówno funkcję uzupełniającą jak i korygującą. Oznacza to, że czynem nieuczciwej konkurencji jest zachowanie, którego nie można zakwalifikować zgodnie z art. 5-17 u.z.n.k., jeżeli jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, a ponadto narusza interes przedsiębiorcy lub klienta bądź mu zagraża. Może też być to zachowanie określone w art. 5-17 u.z.n.k. (co samo w sobie oznacza sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami) i które ponadto stanowi zagrożenie bądź naruszenie interesu przedsiębiorcy. W konsekwencji, art. 3 ust. 1 u.z.n.k. może być samodzielną podstawą uznania określonego zachowania jako czynu nieuczciwej konkurencji i to bez względu na to, czy zachowanie to stwarza możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd, m.in. co do pochodzenia towarów. (tak Sąd Apelacyjny w Krakowie w wyroku z 21/01/2014 r. I ACa 1434/13)

Zgodnie z poglądem przyjętym w literaturze i orzecznictwie, legitymacja procesowa (bierna lub czynna) należy do przesłanek materialnych (merytorycznych), przez które należy rozumieć okoliczności stanowiące w świetle norm prawa materialnego warunki poszukiwania ochrony prawnej na drodze sądowej. Skoro legitymacja procesowa jest przesłanką merytoryczną, o której istnieniu przesądzają nie przepisy procesowe lecz prawa materialnego, mające zastosowanie w konkretnym stanie faktycznym, jej brak nie prowadzi do odrzucenia pozwu ale do oddalenia powództwa. (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z 14/11/2013 r. I ACa 629/13, wyrok Sądu Najwyższego z 6/04/2004 r. I CK 628/03)



Powódka zarzuca *JMP* S.A. produkowanie, wprowadzanie do obrotu, oferowanie i reklamowanie produktów naśladujących jej artykuły szkolne. Działania te mają wyczerpywać znamiona czynów nieuczciwej konkurencji stypizowanych w art. 13 ust. 1 i art. 3 ust. 1 u.z.n.k. W ocenie Sądu, zaoferowany mu materiał dowodowy nie pozwala na ustalenie, że spółce *PP* przysługuje pierwszeństwo wytwarzania produktów o określonym wyglądzie, które są kopiowane i wprowadzane do obrotu przez pozwaną, co wywołuje ryzyko konfuzji konsumenckiej. Sąd podziela stanowisko pozwanej, zarzucającej, że powódce nie służy ochrona przed czynami nieuczciwej konkurencji, której domaga się w tym postępowaniu.


Wnosząc o ochronę jej interesów gospodarczych przed czynami nieuczciwej konkurencji, których względem niej dopuszczać się ma *JMP* S.A., spółka *PP* nie wskazywała na swoje pierwszeństwo. Nie wynika ono w żadnym razie z materiału dowodowego (katalogi, faktury, wydruki ze stron internetowych, zeznania świadka R M-P, który przekonuje raczej, że podmiotami wprowadzającymi na polski rynek kopiowane produkty oraz podejmującymi działania i ponoszącymi koszty związane z ich promocją i reklamą były spółki *P* lub *P D*. Ich ewentualne powiązania gospodarcze z powódką, czy współpraca (o czym miał zeznawać wnioskowany do przesłuchania w charakterze strony MO) nie mają znaczenia dla rozstrzygnięcia sporu. Każda z nich może bowiem chronić przed czynami nieuczciwej konkurencji wyłącznie swój własny interes gospodarczy. Współpraca nie może uzasadniać przypisywania sobie pierwszeństwa rynkowego, ani wypracowania pozycji rynkowej określonego produktu, kosztem ponoszonych nakładów. Aby móc skutecznie żądać ochrony przed naruszeniami, powódka powinna była udowodnić, że to ona jako pierwsza na polskim rynku wyprodukowała wskazane artykuły szkolne i wypracowała ich obecną pozycję, na czym sprzedając skopiowane produkty, pasożytuje pozwana. Przedstawienie dowodów na te okoliczności nie stwarza większych trudności, co widać choćby po materiale dotyczącym spółek *P* i *P D*, chyba że one nie istnieją, tak jak nie miały miejsca fakty, na których mogłoby się oprzeć powództwo o zakazanie naruszeń oparte na podstawie art. 13 ust. 1 lub art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Rozszerzając powództwo, którego przedmiotem była pierwotnie ochrona przed naruszeniami praw z rejestracji wzorów wspólnotowych spółka PP nie przedstawiła twierdzeń, a tym bardziej dowodów mogących stanowić podstawę do ustalenia, że jej pierwszeństwo rynkowe w produkcji artykułów szkolnych o określonym wyglądzie powinno być chronione na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Jakkolwiek bowiem – co do zasady - istnieje w tym przypadku możliwość żądania kumulatywnej ochrony, to odmienny jest jej przedmiot (prawo wyłączne / interes gospodarczy), inne zatem okoliczności powinny być przywołane i udowodnione. Posiadanie praw z rejestracji wzorów wspólnotowych nie zapewnia uprawnionemu automatycznej ochrony przed kopiowaniem produktu, w którym zostały one zawarte lub zastosowane. Tymczasem na takiej właśnie podstawie opiera swe żądania zakazowe P P. (str. 25 pozwu) Zasadniczą różnicę stanowi także sposób oceny naruszenia, którą na gruncie art. 13 ust. 1 u.z.n.k. odnosi się do konsumenta, który ze względu na skopiowanie produktu przy pomocy technicznych środków reprodukcji mógłby być wprowadzony w błąd. Całkowicie odmienny przedmiot ochrony, który powinien być skonkretyzowany przez samego powoda, objęty jest klauzulą generalną art. 3 ust. 1 u.z.n.k.



Dodatkowo należy podnieść, że prawomocnym już wyrokiem wydanym w sprawie sygn. akt XXII GWwp 21/13 w dniu 10/02/2014 r., ze względu na brak wymaganej nowości i indywidualnego charakteru, Sąd stwierdził nieważność wzorów wspólnotowych zarejestrowanych pod numerami: 002155887-0013, 002155887-0014, 002155887-0017, 002155887-0018, 002155887-0021, 002155887-0022, 002155887-0044 i 002155887-0045, które zastosowane są w produktach, do których odnoszą się żądania pozwu:

- **002155887-0013:** 0013.1  , 0013.2  ,

0013.3  , 0013.4  ;




- **002155887-0014:** 0014.1  ;


- **002155887-0017:**

0017.1  , 0017.2  , 0017.3  , 0017.4  ;

- **002155887-0018:** 0018.1  ;

- **002155887-0021:**

0021.1  , 0021.2  , 0021.3  ;

- 002155887-0022: 0022.1  ;

- 002155887-0044:

0044.1  , 0044.2  , 0044.3  , 0044.4  ;

- 002155887-0045: 0045.1  , 0045.2  .

Także więc ochrona wzorów nie może stanowić przesłanki wskazującej na rynkowe pierwszeństwo spółki *PP*. Uznając, że okoliczność ta została wykazana, zgodnie z twierdzeniem pozwanej, zeznaniami świadka *KP* oraz wydrukami ze stron internetowych i fotografiami, Sąd postanowił o oddaleniu jej wniosku o dopuszczenie dowodu z zeznań świadka *PS*, zmierzających do wykazania braku pierwszeństwa.

Zawarte w motywach pisma z 25/11/2013 r. twierdzenia o okolicznościach faktycznych nie wskazywały jasno na spełnienie przesłanek żądanej ochrony interesu gospodarczego przed czynami nieuczciwej konkurencji. Łączyły w sobie przedstawienie współpracy trzech podmiotów – spółek *P*, *PP* i *PD*, kwestie dotyczące znaku towarowego („marki”) *Colorino* oraz nieuczciwe postępowanie pozwanej wobec spółki *PD* przy zawieraniu umowy handlowej na 2013 r. (z czego nie wyciąga żadnych konsekwencji, formułując żądania zakazowe adekwatne do naganego, w jej opinii, postępowania pozwanej). Powódka nie dostrzega problemu legitymacji czynnej, niejako utożsamiając ze sobą spółki *P*, *PP* i *PD*, działania dwóch pozostałych przedstawiając jako własne. (np. strona 9 pozwu)

Teoretyczne rozważania o kopiowaniu produktów należy uznać za częściowo tylko przydatne, skoro zabrakło twierdzeń o okolicznościach faktycznych i dowodów na ich poparcie, odnoszących się do kwestii najistotniejszych dla rozstrzygnięcia sporu, w rozumieniu art. 227 k.p.c., tj. określenia w czym konkretnie powódka upatruje naruszenia jej interesu prawnego, wykazania pierwszeństwa rynkowego oraz nie samego kopiowania produktów lecz wynikającego z niego ryzyka konfuzji konsumenckiej, pomimo całkowicie odmiennych opakowań produktów i wyraźnego wskazania ich pochodzenia. Ostatecznie także powódka nie dowiodła, że stan naruszenia trwa w dacie orzekania, bądź też pomimo zaprzestania sprzedaży kopiowanych produktów istnieje realna groźba naruszenia jej interesów gospodarczych w przyszłości.

W ocenie Sądu, jak wynika ze szczegółowych ustaleń stanu faktycznego, odmienne opakowania w jakich oferowane są do sprzedaży produkty stron wyłączają możliwość uznania, że kwestionowane produkty pochodzą od spółki PP. Sąd podziela zarzuty zgłoszone w tym zakresie przez pozwaną (str. 25-31 odpowiedzi na pozew). Nawet więc gdyby dowiedzione zostało jej pierwszeństwo rynkowe, powódka nie mogłaby skutecznie żądać ochrony przed czynami nieuczciwej konkurencji na podstawie przepisu art. 13 ust. 1 u.z.n.k.

Nie może ona także żądać zakazania JMP S.A. działań noszących znamiona pasożytowania na dorobku wypracowanym przez osobę trzecią, budowa pozycji rynkowej spornych produktów i czynione w związku z tym nakłady, dowodzone w tym postępowaniu odnoszą się bowiem do spółek P i PD, nie zaś do PP spółki z o.o. w S.

Z powołanych względów Sąd orzekł o oddaleniu powództwa, jako nieudowodnionego. (*a contrario* art. 13 ust. 1 i art. 3 ust. 1 u.z.n.k.) O kosztach Sąd orzekł na zasadzie art. 98 k.p.c. – odpowiedzialności za wynik sporu.

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.) 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 dnia 28 IX 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu. Zasadzając opłatę za czynności radcy prawnego sąd bierze pod uwagę niezbędny nakład pracy, a także charakter sprawy i wkład pracy pełnomocnika w przyczynienie się do jej wyjaśnienia i rozstrzygnięcia. (§ 2 ust. 1.) Podstawę zasądzenia opłaty stanowią określone w rozdziałach 3-4 stawki minimalne. Opłata nie może być wyższa od sześciokrotnej stawki minimalnej, ani wartości przedmiotu sporu. (§ 2 ust. 2.) Wysokość stawki minimalnej zależy od wartości przedmiotu sprawy lub jej rodzaju. (§ 4 ust. 1.) Przy wartości przedmiotu sprawy powyżej 10.000 zł do 50.000 zł stawki minimalne wynoszą 2.400 zł. (§ 6. pkt 5.)

Zważywszy charakter sprawy, jej wagę i stopień skomplikowania, a w szczególności trafność zgłaszanych zarzutów, które skutkowały oddaleniem powództwa oraz czas trwania Sądu uznał za uzasadnione przyznanie pełnomocnikowi pozwanej, wykonującemu zawód radcy prawnego wynagrodzenia w minimalnej wysokości. (2.400+17 zł tytułem opłaty skarbowej od pełnomocnictwa)