

## POSTANOWIENIE

Dnia 6 czerwca 2012 r.

**Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XXII**

**Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych**

w składzie następującym :

Przewodniczący SSO Beata Piwowarska

po rozpoznaniu na posiedzeniu niejawnym w dniu 6 czerwca 2012 r. w Warszawie

sprawy z wniosku **U** z siedzibą w Nyon

przeciwko **K** Spółce Akcyjnej w Poznaniu

- o udzielenie zabezpieczenia

**postanawia:** oddalić wniosek.

## UZASADNIENIE

5 VI 2012 r. stowarzyszenie prawa szwajcarskiego *U* z siedzibą w Nyon wniosła o udzielenie zabezpieczenia jej roszczeń o :

1. zaniechanie naruszeń jej praw do słownych wspólnotowych znaków towarowych **EURO2012** (CTM 004327854) i **POLAND UKRAINE 2012** (CTM 005760012), tj. roszczenia określonego w art. 102 rozporządzenia (WE) nr 207/2009 z 26 II 2009 r. w sprawie *wspólnotowego znaku towarowego*, poprzez nakazanie *K* S.A. z siedzibą w Poznaniu zaniechania używania na czas trwania procesu oznaczeń **EURO 2012** i **EURO 2012 POLAND-UKRAINE** we wszelkiego rodzaju przekazach reklamowych;
2. zaniechanie deliktu nieuczciwej konkurencji z art. 10 ust. 1 u.z.n.k., polegającego na wprowadzającym w błąd oznaczaniu towarów, tj. roszczenia określonego w art. 18 ust. 1 pkt 1 u.z.n.k., poprzez nakazanie *K* S.A. zaniechania używania na czas trwania procesu

oznaczenia **EURO 2012** i **EURO 2012 POLAND-UKRAINE** we wszelkiego rodzaju przekazach reklamowych;

3. zaniechanie deliktu nieuczciwej konkurencji z art. 3 ust. 1 u.z.n.k., polegającego na konkurencji pasożytniczej (w tym na wykorzystywaniu cudzej renomy), tj. roszczenia określonego w art. 18 ust. 1 pkt 1 u.z.n.k., poprzez nakazanie *K S.A.* zaniechania na czas trwania procesu prowadzenia wszelkich form reklamy, w tym reklamy telewizyjnej, radiowej, internetowej (w tym na portalu społecznościowym FACEBOOK i na portalu YOUTUBE), zewnętrznej, na opakowaniach produktów oraz we wszelkich innych formach, zawierającej następujące elementy:
  - hasło lub logo z elementem słownym „**5 STADION**”, w tym poprzez zakazanie używania elementu słownego „**5 STADION**” w adresie domeny internetowej [www.5stadion.pl](http://www.5stadion.pl), lub
  - słowa **EURO 2012** oraz słów **EURO 2012 POLAND-UKRAINE**, lub
  - sformułowania „**mecz otwarcia**”

oraz poprzez nakazanie obowiązanej zaniechania, do czasu prawomocnego zakończenia postępowania, wprowadzania do obrotu flag w polskich barwach narodowych z logo z elementem słownym „**5 STADION**”, produktów oznaczonych logo z elementem słownym „**5 STADION**” i produktów w opakowaniach, na których znajduje się logo z elementem słownym „**5 STADION**”, także w ramach akcji collect&get;

Wniosła przy tym o zagrożenie *K S.A.* - na wypadek naruszenia obowiązków określonych w postanowieniu o udzieleniu zabezpieczenia - nakazaniem zapłaty na rzecz uprawnionej kwoty 75.000 zł za każdy dzień trwania stanu sprzecznego z tym postanowieniem.

Bardzo obszerne, jednak nie dość jasno sformułowane motywy wniosku, w których ocena prawna zdominowała przedstawienie faktów i dowodów, które mogły mieć istotne znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy, w rozumieniu art. 227 k.p.c., przemawiały za skierowaniem wniosku na rozprawę, celem wyjaśnienia nasuwających się wątpliwości, Sąd uznał jednak, iż odwleczenie w czasie wydania orzeczenia uczyni ewentualne zabezpieczenie całkowicie bezprzedmiotowym. Rozstrzygnął przeto o oddaleniu wniosku, tak jak został on sformułowany i udokumentowany.

Przysłał roszczenia, z którymi *U* zamierza wystąpić na drogę sądową znajdując uzasadnienie w dwóch aktach prawnych - rozporządzeniu (WE) nr 207/2009 z 26 II 2009 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego oraz ustawie z 16 IV 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, działania obowiązanej wymagały zatem odrębnej oceny z punktu widzenia naruszenia praw wyłącznych *U* i jej interesów gospodarczych.

## **I. Naruszenie praw do znaków towarowych :**

Załączone do wniosku dokumenty urzędowe, prywatne oraz wydruki ze stron internetowych pozwalają na **ustalenie przez Sąd, że : U** z siedzibą w Nyon jest organizatorem finałowych turniejów Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, w tym także czternastego turnieju, który odbędzie się w Polsce i na Ukrainie w okresie od 8 czerwca do 1 lipca 2012 r. W imieniu 53 federacji członkowskich U koordynuje organizację turnieju EURO 2012, m.in. przygotowania, organizację spotkań piłkarskich, sprzedaż biletów, stworzenie pakietów zakwaterowania, transmisje, akredytacje oraz sprzedaż praw telewizyjnych i reklamowych.

Mistrzostwa są dużym wydarzeniem sportowym, a równocześnie atrakcyjną i efektywną platformą działań marketingowych. Komercjalizując rozgrywki piłkarskie U umożliwia zainteresowanym przedsiębiorcom korzystania z ich siły medialnej i marketingowej, w tym poprzez różne metody komunikowania się z fanami futbolu, będącymi równocześnie konsumentami. Udziela licencji na używanie jej znaków towarowych, zawiera umowy sponsorskie, pozwalające na łączenie przedsiębiorcy i oferowanych przezeń towarów lub usług z imprezą EURO 2012, na wyłączone korzystanie ze znaków towarowych U w odniesieniu do określonych kategorii towarów i usług.

U służą prawa wyłączne do słownych wspólnotowych znaków towarowych, zarejestrowanych w związku z U EURO 2012 : **EURO 2012**, zarejestrowanego w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego 12 II 2008 r. pod nr 4327854, **POLAND UKRAINE 2012** zarejestrowanego w OHIM 12 II 2008 r. pod nr 5760012, m.in. dla piwa, a także do słownych krajowych znaków towarowych **POLAND UKRAINE 2012** (R-197876) – prawo udzielone decyzją Urzędu Patentowego RP z 26 X 2007 r. oraz **EURO 2012** (R-230681) - prawo udzielone decyzją z 20 X 2010 r., m.in. dla piwa.

K S.A. w Poznaniu nie jest uprawniona do używania znaków towarowych U, z którą nie łączy jej umowy sponsorska ani licencyjna. Prowadząc działania reklamowe piwa TYSKIE obowiązana nie używa obecnie oznaczeń, które byłyby identyczne lub podobne do znaków towarowych U. (brak dowodu przeciwnego)

## **Sąd zważył co następuje :**

Prawo znaków towarowych stanowi zasadniczy element systemu niezakłóconej konkurencji, którego wprowadzenie i zachowanie jest jednym z celów T. 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 zidentyfikowanie (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 gwarantowanie konsumentowi lub końcowemu odbiorcy możliwości określenia pochodzenia towaru lub usługi oznaczonych znakiem, odróżnienia (bez ewentualności wprowadzenia w błąd) ich 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*)

Z orzecznictwa Trybunału wynika, że prawo wyłączne zostało przyznane właścicielowi znaku, aby umożliwić mu ochronę jego szczególnych interesów, zadbanie o to, aby znak ten mógł spełniać właściwe mu funkcje zagwarantowania 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*)

Rejestracja znaku towarowego skutkuje powstaniem po stronie uprawnionego sfery wyłączności, w której granicach będzie on mógł używać tego znaku z wyłączeniem innych osób. Przepis art. 9 rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z 26 II 2009 r. w sprawie *wspólnotowego znaku towarowego* przyznaje uprawnionemu prawo do wyłącznego i niezakłóconego używania zarejestrowanego znaku oraz prawo do zakazania innym osobom, które nie posiadają jego zgody, używania w obrocie m.in.:

- a. oznaczenia identycznego ze wspólnotowym znakiem towarowym dla identycznych towarów;
- b. oznaczenia, w przypadku gdy, z powodu jego identyczności lub podobieństwa do wspólnotowego znaku towarowego oraz identyczności lub podobieństwa towarów, których dotyczy ten znak i oznaczenie, istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd opinii publicznej; które obejmuje prawdopodobieństwo ich skojarzenia. (ust.1)

Skutki wspólnotowego znaku towarowego podlegają wyłącznie przepisom rozporządzenia. Zgodnie z ust. 2 art. 9, w celu zapewnienia uprawnionemu realizacji jego praw z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego mogą być zakazane, w szczególności, następujące działania :

- a. umieszczanie oznaczenia na towarach lub na ich opakowaniach,
- b. oferowanie towarów, wprowadzanie ich do obrotu lub ich magazynowanie w tym celu pod takim oznaczeniem lub oferowanie i świadczenie usług pod tym oznaczeniem,

- c. przywóz lub wywóz towarów pod takim oznaczeniem,
- d. używanie oznaczenia w dokumentach handlowych i w reklamie.

W odniesieniu do krajowego prawa ochronnego na znak towarowy, art. 296 ust. 1 ustawy z 30 VI 2000 r. *prawo własności przemysłowej* stanowi, że osoba, której prawo to zostało naruszone może żądać zaniechania naruszania, wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści, a w razie zawinionego naruszenia również naprawienia wyrządzonej szkody. Sposoby naruszenia, zasadniczo odpowiadające tym z art. 9 ust. 1 cyt. rozporządzenia, definiuje ust. 2 art. 296 p.w.p. Przedstawiona tu ocena dokonywana z punktu widzenia rozporządzenia znajdzie zatem zastosowanie także do praw krajowych ze względu na tożsame regulacje 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), którą do polskiego porządku prawnego implementowała ustawa *Prawo własności przemysłowej*.

Art. 101 rozporządzenia zobowiązuje sądy do stosowania jego przepisów w sprawach wspólnotowych znaków towarowych. (ust.1) W kwestiach nieuregulowanych, sąd stosuje prawo krajowe, w tym przepisy procesowe obowiązujące w Państwie Członkowskim, w którym ma on swoją siedzibę, odnoszące się do powództw dotyczących krajowego znaku towarowego. (ust.3) Uznając, że pozwany naruszył lub że z jego strony istnieje groźba naruszenia wspólnotowego znaku sąd wydaje, o ile nie istnieją szczególne powody, decyzję zakazującą działań stanowiących naruszenie lub stwarzających groźbę naruszenia. Dla zapewnienia przestrzegania tego zakazu, Sąd stosuje środki zgodne z przepisami swojego ustawodawstwa krajowego. (art. 102 ust.1) Zgodnie z art. 103, do sądów Państwa Członkowskiego może być złożony wniosek o zastosowanie środków tymczasowych (w tym zabezpieczających) w odniesieniu do wspólnotowego znaku towarowego, które stosuje się, na mocy prawa do znaku krajowego. (ust.1) Zabezpieczenia roszczeń przedsiębiorcy w tym zakresie udziela się na zasadach ogólnych.

Art. 730 § 1 k.p.c. dopuszcza udzielenie zabezpieczenia w każdej sprawie cywilnej podlegającej rozpoznaniu przez sąd lub sąd polubowny, zarówno przed wszczęciem postępowania jak i w jego toku. (§ 2.) Zgodnie z art. 730<sup>1</sup> k.p.c. wniosek powinien zawierać uprawdopodobnienie roszczenia oraz wskazanie interesu prawnego w udzieleniu zabezpieczenia, który istnieje wówczas, gdy brak zabezpieczenia uniemożliwi albo poważnie utrudni wykonanie zapadłego w sprawie orzeczenia lub w inny sposób uniemożliwi albo poważnie utrudni osiągnięcie celu postępowania w sprawie. Przy wyborze sposobu zabezpieczenia sąd uwzględnia interesy stron w takiej mierze, aby uprawnionemu zapewnić należytą ochronę prawną, a obowiązane go nie obciążać ponad potrzebę. Jeżeli przedmiotem

zabezpieczenia nie jest roszczenie pieniężne, sąd udziela zabezpieczenia w taki sposób, jaki stosownie do okoliczności uzna za odpowiedni, nie wyłączając sposobów przewidzianych do zabezpieczenia roszczeń pieniężnych, w szczególności może unormować prawa i obowiązki stron lub uczestników na czas trwania postępowania. (art. 755 § 1 pkt 1 k.p.c.)

**W ocenie Sądu, U nie uprawdopodobniła zasadności żądań zakazowych, z którymi w przyszłości zamierza wystąpić na drogę sądową przeciwko K S.A.** Z załączonego do wniosku materiału dowodowego nie wynika, że obecnie (wymagana w art. 102 rozporządzenia, aktualność naruszenia) obowiązana używa oznaczeń identycznych lub podobnych do znaków towarowych **EURO 2012** lub **POLAND UKRAINE 2012**. Uprawniona odwołuje się do kampanii reklamowej CHCEMY KIBICOWAĆ, składając wydruk ze strony internetowej pod adresem [www.chcemykibicowac.pl](http://www.chcemykibicowac.pl) z marca 2012 r. Nie przedstawia jednak dowodu na to, że strona jest aktywna, a wbrew oświadczeniu złożonemu 16 IV 2012 r. K S.A. używa w reklamie oznaczeń identycznych lub podobnych do znaków U. W szczególności nie składa wydruku kodu źródłowego http umożliwiającego Sądowi ustalenie, że używanie kwestionowanych oznaczeń w metatagach narusza prawa wyłączne U.

Należy przy tym mieć na względzie bogate orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości UE, odnoszące się do naruszeń praw do znaków towarowych w Internecie, które wskazuje na potrzebę weryfikacji zarzutów wkroczenia w sferę wyłączności wynikającej z udzielenia prawa do znaku towarowego, przez pryzmat konkretnych okoliczności sprawy. Ocenę naruszenia uzależnia od naruszenia funkcji jakie pełnić ma znak towarowy. Inaczej też niż chce tego uprawniona, Trybunał definiuje konsumenta, a właściwie użytkownika Internetu będącego odbiorcą przekazu reklamowego z użyciem cudzego znaku towarowego i ryzyko konfuzji konsumenckiej. (np. wyroki z 23. III 2010 r. w sprawach połączonych C-236/08 do C-238/08 *G, G*, z 22 IX 2011 r. w sprawie C-323/09 *I*) Szczegółowe przedstawianie poglądów orzecznictwa wspólnotowego wykracza poza ramy tego uzasadnienia, tym bardziej, że rozważania takie miałyby charakter czysto teoretyczny, Sąd nie dysponuje bowiem żadnymi dowodami konkretnych działań, które mogłyby ocenić z punktu widzenia naruszenia w Internecie lub w innym przekazie reklamowym praw U do znaków towarowych.

Kolejny zarzut uprawnionej odnosi się do akcji reklamowej „**5 STADION**”. Jakkolwiek nie zostało to jasno powiedziane, U zdaje się raczej upatrywać w działaniach K S.A. naruszenia reguł uczciwej konkurencji niż praw do znaków towarowych. Załączone do wniosku wydruki ze strony internetowej pod adresem [www.5stadion.pl](http://www.5stadion.pl) nie dowodzą, że w ramach tej akcji obowiązana używa oznaczeń identycznych lub podobnych do znaków towarowych **EURO 2012** / **POLAND UKRAINE 2012**. Nie mogą zatem uzasadniać zarzutu naruszenia praw wyłącznych U.

Uprawniona odwołuje się także do wiadomości elektronicznej z maja 2012 r., w której treści zawarto jej znaki towarowe **CIESZ SIĘ EURO 2012 Z TWOJĄ BECZUŁKĄ Z PIWEM, EURO 2012 POLAND-UKRAINE, TYSKIE**. Na podstawie wydruków korespondencji e-mail nie można jednak ustalić kto jest nadawcą kwestionowanego przekazu. Uprawniona twierdzi, że reklamę tę rozpowszechniła drogą elektroniczną (do skrzynek mailowych) *K S.A.* za pośrednictwem portalu *najlepszeoferty.com*, rozsyłającego oferty marketingowe od firmy *B* oraz jej partnerów, do których należy obowiązana, nie ma to jednak żadnego oparcia w materiale dowodowym. Zdaniem Sądu, ocena tego dowodu, jego pochodzenia i charakteru, a także wiarygodności wymagałaby poważnej weryfikacji, choćby w zestawieniu z innymi dowodami, co w sytuacji rozstrzygnięcia sprawy na posiedzeniu niejawnym nie jest możliwe. Wątpliwości Sądu przemawiają za odrzuceniem tego dowodu jako podstawy ustalenia, że obowiązana używa w reklamie swych towarów znaków towarowych *U*. Nie jest np. jasne, dlaczego w wiadomości



użyto nie znaku słowno-graficznego (w jednej z wielu wersji) lecz jego formy słownej, niespotykanej w żadnym innym z zaprezentowanych przekazów reklamowych. W kontekście reklamy piwa TYSKIE, całkowicie niezrozumiałe są dla Sądu sformułowania : « DANE TECHNICZNE Nazwa: Polski Związek Piłki Nożnej Zarząd: Miodowa 1, Warszawa Rok założenia: 1919 Członkostwo w U: 1954 Członkostwo w FIFA: 1923 Prezes: Grzegorz Lato » Nie wiadomo kim jest nadawca wiadomości « Euro 2012 Tyskie » ani kto jest użytkownikiem strony internetowej pod adresem [www.najlepszeoferty.com](http://www.najlepszeoferty.com).

Zważywszy, że obowiązana nie posługuje się oznaczeniami identycznymi ani podobnymi do znaków towarowych **EURO 2012** lub **POLAND UKRAINE 2012**, bezprzedmiotowe wydaje się dokonywanie oceny elementów odróżniających i opisowych oraz ocena istnienia ryzyka konfuzji konsumenckiej. Na marginesie tylko należy zauważyć, że znaki *U* mają charakter zdecydowanie opisowy i niewielką pierwotną zdolność odróżniającą, każda ocena wkroczenia w sferę wyłączności musiałaby uwzględniać to, że także inni przedsiębiorcy – poza uprawnioną, sponsorami i licencjobiorcami – powinni mieć możliwość używania poszczególnych elementów tych znaków w przekazie o charakterze informacyjnym, na warunkach określonych w art. 12 rozporządzenia i art. 156 p.w.p.

Uprawniona przekonuje, że działania obowiązanej godzą w funkcję oznaczenia pochodzenia jaką pełnić mają znaki towarowe **EURO 2012** i **POLAND UKRAINE 2012**, z tezą tą jednak nie można się zgodzić. Uprawniona pomija bowiem, że znaki używane przez nią w związku z organizacją Mistrzostw, nie tyle służą oznaczeniu pochodzenia opatrzonych nimi towarów i usług, co właśnie relacji sponsorskich. W przekonaniu Sądu, ewentualne, dowodne wykazanie, że *K S.A.* używa znaków w sposób zdefiniowany w art. 9 ust. 1 rozporządzenia (art.

296 ust. 2 p.w.p.) uzasadniałoby dokonanie oceny z punktu widzenia realizacji funkcji gwarancyjnej, reklamowej, czy też inwestycyjnej. Jest to jednak niemożliwe z braku okoliczności faktycznych, do których taka ocena prawna mogłaby być odniesiona.

Sąd nie znajduje także podstaw do udzielenia uprawnionej ochrony przynależnej renomowanym znakom towarowym (art. 9 ust. 1c rozporządzenia, art. 296 ust. 2 pkt 3 p.w.p.). Załączony do wniosku materiał dowodowy w żadnym razie nie pozwala na ustalenie renomy znaków **EURO 2012** i **POLAND UKRAINE 2012**, zgodnie z regułami określonymi w wyrokach Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z 14 IX 1999 r. w sprawie C-375/97 *General Motor* (por. także wyroki Sądu Pierwszej Instancji z 13 XII 2004 r. w sprawie T-8/03 *Emilio Pucci*, z 25 V 2005 r. w sprawie T-67/04 *SPA-Finders*, z 6 II 2007 r. w sprawie T-477/04 *TDK*). Twierdzenia i dowody zaoferowane przez uprawnioną nie pozwalają ponadto na dokonanie oceny stanu faktycznego wg reguł przedstawionych w odpowiedzi na pytanie prejudycjalne udzielonej przez ETS w wyroku z 27 XI 2008 r. w sprawie C-252/07 *INTEL*.

Nieuprawdopodobnienie przez U przyszłych roszczeń o zakazanie naruszeń praw wyłącznych do wspólnotowych i krajowych znaków **EURO 2012** i **POLAND UKRAINE 2012** skutkowało oddaleniem wniosku w jego pkt 1. (*a contrario* art. 730<sup>1</sup> k.p.c. w zw. z art. 102 rozporządzenia i art. 296 ust. 1 p.w.p.)

## II. Naruszenie reguł uczciwej konkurencji.

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



oznaczenie towarów lub usług, naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa, nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy, naśladownictwo produktów, pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie, utrudnianie dostępu do rynku, przekupstwo osoby pełniące funkcję publiczną, a także nieuczciwa lub zakazana reklama, organizowanie systemu sprzedaży lawinowej oraz prowadzenie lub organizowanie działalności w systemie konsorcyjnym. (ust.2) Uznanie działania za czyn nie-uczciwej 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 dnia 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, o którym 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 ustalane przez organizacje samorządu zawodowego*

*kodeksy etyczne.* (tak: Marian Kępiński *Problemy ogólne nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.* Ruch Prawniczy Ekonomiczny i Socjologiczny 1994/2/1) Pojęcie dobrych obyczajów odczytuje się najczęściej w ujęciu ekonomiczno-funkcjonalnym, przywiązującym wagę nie do przestrzegania dobrych obyczajów w ogóle lecz do zachowania przedsiębiorców w działalności gospodarczej, odchodząc od dokonywania oceny z punktu widzenia ogólnych zasad etyczno-moralnych, gdzie istotne kryterium stanowiło poczucie godności ogółu ludzi myślących sprawiedliwie i 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, Beata Gadek op.cit. s.127-144)

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

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

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

Przedstawiony w motywach wniosku, bardzo obszerny wywód mający uzasadniać zarzut dopuszczenia się przez K S.A. czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 10 ust. 1 u.z.n.k. oraz spełniającego przesłanki klauzuli generalnej z art. 3 ust 1 u.z.n.k. nie może być, zdaniem Sądu, wystarczający dla udzielenia – na tej podstawie prawnej - zabezpieczenia

przyszłych roszczeń, o których mowa w pkt 2 i 3 wniosku, przez zastosowanie sankcji zakazowych na czas trwania postępowania.

Zgodnie z art. 10 ust. 1, czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich.

W ocenie Sądu, uprawniona nie zaoferowała dowodów umożliwiających ustalenie, że obowiązana dopuszcza się tego typu działań. Nie przekonuje o tym w szczególności oznaczenie towaru (piwo TYSKIE) w przekazie reklamowym „5 STADION”. Żaden z jego elementów nie wskazuje na to, że obowiązana stwarza możliwość wprowadzenia klientów w błąd co do pochodzenia jej towaru. Odwoływanie się do wydarzenia sportowego jakim jest finał piłkarskich Mistrzostw Europy, nie jest wystarczające do przyjęcia, że klienci K S.A. mogą zostać wprowadzeni w błąd co do tego, że jest ona sponsorem EURO 2012, lub jest w inny sposób (gospodarczo, prawnie lub personalnie) powiązana z U.

Należy przy tym zauważyć, że rozsądny konsument ma świadomość relacji sponsorskich i innych powiązań, które wyrażają się poprzez używanie znaków towarowych **EURO 2012**, czy **POLAND UKRAINE 2012**, w praktyce, z reguły słowno-graficznych. Nieposługiwanie się oznaczeniami identycznymi ani podobnymi do tych znaków jest wyraźnym sygnałem braku jakichkolwiek powiązań pomiędzy stronami. **Zarzut naruszenia art. 10 ust. 1 u.z.n.k. jest zatem chybiony.**

Uprawniona przekonuje, że jej szeroko zakrojone działania zmierzające do komercjalizacji finałowego turnieju Mistrzostw Europy w 2012 r., którego jest organizatorem, powinny wyłączać dopuszczalność stosowania przez przedsiębiorców, którzy nie są sponsorami ani licencjobiorcami jej znaków towarowych, jakichkolwiek odniesień do tego wydarzenia sportowego. Stanowczo sprzeciwia się budowaniu polityki handlowej, marketingowej, czy promocyjnej na skojarzeniach z Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej. Dążenie do uzyskania wyłączności w sferze komercjalizacji imprezy jest oczywiście zrozumiałe i zgodne z interesami gospodarczymi uprawnionej, jednakże obiektywna ocena tego rodzaju zjawiska, nie tylko gospodarczego ale również społecznego, a w szczególności stwierdzenie, czy działania przedsiębiorców w jakikolwiek sposób nawiązujących do wydarzenia sportowego mogą być uznane za sprzeczne z dobrym obyczajem handlowym wymaga pogłębionej analizy, poznania szerszego kontekstu rynkowego i racji obu stron. Zbyt uproszczone decyzje, przyznające słuszność uprawnionej, mogłyby w efekcie doprowadzić do naruszenia równowagi rynkowej, a

w konsekwencji godzić w interes publiczny, który także podlega ochronie, stosownie do art. 1 u.z.n.k.

Bardzo rozbudowane zarzuty U oparte są nie tyle na faktach, co na ich interpretacji. Uprawniona stara się – w ocenie Sądu, w sposób zbyt uproszczony i jednostronny – przedstawiać znaczenie każdego z elementów przekazu zawartego w akcji reklamowej „**5 STADION**”, a także istniejących pomiędzy nimi powiązań. Przedstawia fakty, pod z góry założoną tezę, która nie może być przyjęta przez Sąd za podstawę rozstrzygnięcia. U zdaje się przekonywać, że każdy przedsiębiorca zainteresowany przedstawieniem swojej oferty w kontekście realnego zjawiska gospodarczego i społecznego jakim są Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej powinien skorzystać z jej oferty sponsorowania imprezy lub licencjonować znaki towarowe. W przekonaniu Sądu, swoboda prowadzenia działalności gospodarczej przemawia za istnieniem przestrzeni, w której funkcjonować będą przedsiębiorcy niezwiązani w żaden sposób z organizatorem imprezy. Ich działania, o ile nie naruszają prawa i dobrych obyczajów handlowych, nie mogą być uznane za sprzeczne z regułami uczciwej konkurencji, w szczególności z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. W warunkach gospodarki wolnorynkowej, uprawniona nie może skutecznie zakazywać innym przedsiębiorcom prowadzenia – bez jej zgody - działalności mającej jakikolwiek związek z wydarzeniem sportowym, które jest równie jak dla U, istotne dla kibiców, których różnorakie potrzeby przedsiębiorcy ci zaspakajają. Postępując zgodnie z prawem i dobrymi obyczajami handlowymi, nie stwarzając przekonania o istnieniu powiązań z U, nie godząc w jej renomę, powinni oni mieć możliwość podejmowania działań handlowych, promocyjnych, czy reklamowych w realiach zorganizowanych przez Polskę i Ukrainę finałów Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej.

Przekaz zawarty na stronie internetowej pod adresem [www.5stadion.pl](http://www.5stadion.pl) nie uzasadnia, zdaniem Sądu, stawianego obowiązanej zarzutu, że akcja „**5 STADION**” może być traktowana, jako przypadek ambush marketingu, jako podejmowana przez podmiot, niebędący jej sponsorem, w celu osiągnięcia komercyjnych korzyści wynikających z wywołania skojarzeń powiązania z U EURO 2012. Argumentacja uprawnionej nie przekonuje także za uznaniem, że K S.A. godzi w renomę U, akcja „**5 STADION**”. jest bowiem wyraźnie nakierowana na kibica piłkarskiego, a organizacja Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej nie może uzasadniać całkowitego zawłaszczania przez U wszelkich elementów związanych z tą dyscypliną sportu, takich jak stadion, mecz, piłkarze, kibice, które funkcjonują w świadomości społecznej, a także gospodarczej. U zdaje się dążyć do zmonopolizowania wszystkich dziedzin życia społecznego i gospodarczego, o ile tylko w jakimkolwiek zakresie łączą się one z turniejem EURO 2012, co nie może zasługiwać na akceptację Sądu. W działalności gospodarczej należy odróżnić nawiązania do wydarzeń sportowych, kulturalnych, czy politycznych od związków z organizatorami tego rodzaju imprez, w tym także od budowania własnej pozycji rynkowej, z bezprawnym lub

sprzecznym z dobrymi obyczajami handlowymi, wykorzystaniem renomy organizatorów. W tym przypadku, nawiązania do imprezy sportowej, jako zjawiska społecznego, nie wkraczają w sferę, w której na ochronę zasługują prawa i interesy gospodarcze U. Także więc przyszłe roszczenia z pkt 2 i 3 wniosku, wynikające z zarzutów naruszenia art. 10 ust. 1 oraz art. 3 ust. 1 u.z.n.k., nie zostały przez uprawnioną należycie uprawdopodobnione.

Wobec nieuprawdopodobnienia przez U przyszłych roszczeń, **Sąd postanowił o oddaleniu wniosku.** (*a contrario* art. 730<sup>1</sup> k.p.c. w zw. z art. 9 ust. 2 rozporządzenia oraz art. 10 ust. 1 i art. 3 ust. 1 u.z.n.k.).