



## WYROK

### W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 26 kwietnia 2019 roku

Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XXII Sąd Unijnych Znaków Towarowych i Wzorów  
Wspólnotowych

w składzie:

Przewodniczący: SSO Ewa Dietkow

Protokolant: protokolant sądowy Patrycja Chantaj

po rozpoznaniu na rozprawie 17 kwietnia 2019 roku w Warszawie

sprawy z powództwa **K. L.**

przeciwko **M. N.**

o ochronę prawa z rejestracji znaku towarowego

1. oddała powództwo;
2. zasądza od powódki na rzecz pozwanej kwotę 1.697,00 PLN (tysiąc sześćset dziewięćdziesiąt siedem złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu.

SSO Ewa Dietkow

Uzasadnienie

W pozwie złożonym 25 września 2018 roku powódka K. L. wniosła o

1. nakazanie zaniechania przez pozwaną M. N. działań naruszających prawa powódki do zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym RP pod numerami R.242994 i R.242995 znaków towarowych, poprzez zakazanie pozwanej używania oznaczenia o treści „patandrub” w obrocie gospodarczym, a mianowicie w nazwie domen internetowych „ocochodzizpatandrub.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com.pl”,
2. stwierdzenie, że używanie przez pozwaną oznaczenia o treści „patandrub” w nazwie domen internetowych „ocochodzizpatandrub.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com.pl” stanowi naruszenie praw wyłącznych powódki do znaków towarowych zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym RP pod numerami R.242994 i R.242995,
3. oraz o zasądzenie kosztów procesu.

W piśmie złożonym 4 grudnia 2018 roku powódka K. L. zmieniła powództwo w ten sposób, że w miejsce roszczeń dochodzonych dotychczas w pozwie wniosła o:

1. nakazanie zaniechania przez pozwaną M. N. działań naruszających prawa powódki do zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym RP pod numerami R.242994 i R.242995 znaków towarowych, poprzez zakazanie pozwanej używania oznaczenia o treści „patandrub” w obrocie gospodarczym w nazwach jakichkolwiek domen internetowych”,
2. stwierdzenie, że używanie przez pozwaną oznaczenia o treści „patandrub” w nazwie domen internetowych „ocochodzizpatandrub.pl”, „ocochodzizpatandrub.com.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com” stanowi naruszenie praw wyłącznych powódki do znaków towarowych zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym RP pod numerami R.242994 i R.242995.

Pozwana M.N. wniosła o oddalenie powództwa i zasądzenie od powódki na jej rzecz kosztów procesu.

Sąd Okręgowy ustalił:

Powódka K.L. jest właścicielką słownego znaku towarowego **PAT&RUB** zarejestrowanego w



Urzędzie Patentowym RP pod nr 242995 oraz słowno-graficznego znaku **PAT&RUB** zarejestrowanego pod nr 242994 z pierwszeństwem od dnia zgłoszenia 29/06/2010 r. dla towarów w klasach klasyfikacji nicejskiej:

**3.** środki kosmetyczne, perfumeryjne i higieniczne do pielęgnacji ciała, rąk, paznokci i włosów, mydła, mydła kosmetyczne, mydła dezodorujące, mydła do golenia, mydła lecznicze, mydła przeciwpotowe, mydła przeciwpotowe do stóp, mydła toaletowe, mydła zapachowe, mydła dezynfekujące, środki perfumeryjne, olejki eteryczne, olejki esencjonalne, olejki do celów kosmetycznych, olejki do celów perfumeryjnych, olejki toaletowe, kosmetyki, preparaty kosmetyczne do kąpieli, maseczki kosmetyczne, mleczka kosmetyczne, kosmetyki upiększające, kremy kosmetyczne, płyny do pielęgnacji włosów, farby, lakiery do włosów, preparaty do kręcenia włosów, środki do czyszczenia zębów, pasty, proszki, płyny do zębów, dezodoranty osobiste, perfumy, wody toaletowe, wody kolońskie, pianki, kremy do golenia, kremy po goleniu, płyny po goleniu

**5.** środki higieniczne o charakterze leczniczym do skóry, rąk, paznokci i włosów w postaci kremów, emulsji, żeli, lotionów, toników i pianek, balsamy do celów leczniczych

**25.** odzież, obuwie, nakrycia głowy, bielizna, bielizna damska, bielizna męska i dziecięca, bielizna wchłaniająca pot, kąpielówki, kostiumy kąpielowe, legginsy, piżamy, wyroby pończosznice, rajstopy, rajtuzy, skarpetki, szlafroki, odzież gimnastyczna i sportowa

**28.** gry i zabawki, artykuły sportowe i gimnastyczne nie ujęte w innych klasach, ozdoby choinkowe;

- dowód – świadectwa ochronne k. 4651, wydruki z systemu UP k. 53-56.

Powódka używa znaków towarowych **PAT&RUB** w obrocie gospodarczym między innymi w sprzedaży, reklamie i promocji kosmetyków oraz produktów pielęgnacyjnych – dowód – fotografia strony patandrub.eu k. 77-89, regulamin sklepu internetowego patandrub k. 91-96, wydruki z portalu (...) k. 98-128. Pozwana jest prezesem zarządu i współnikiem A. spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Konstancinie-Jeziornie oraz N. spółki z

ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Konstancinie-Jeziornie – dowód – odpisy z KRS k. 178-191, sklep internetowy k. 193-194, 198-200. Zarządzana przez pozwaną spółka A. zawarła z powódką w 2008 roku umowę o współpracy, na podstawie której A. produkowała i wprowadzała do obrotu kosmetyki naturalne oznaczane znakami towarowymi PAT&RUB – bezsporne. Współpraca A. z powódką zakończyła się w lipcu 2016 roku w związku z rozwiązaniem umowy łączącej strony – bezsporne. Skutkiem zakończenia współpracy było wygaśnięcie licencji udzielonej A. przez powódkę do korzystania ze znaków towarowych PAT&RUB oraz zaprzestanie wykorzystywania przez A. tych znaków do oznaczania własnych produktów – bezsporne. Spółka A. wprowadziła na rynek (...) kosmetyki oznaczane znakiem towarowym N. , których obecnym producentem jest zarządzana przez pozwaną spółka N. – bezsporne. Spółka . została zarejestrowana w KRS 4 lipca 2016 roku, za pośrednictwem której powódka wspólnik i prezes zarządu stworzyła serię kosmetyków oznaczonych znakiem towarowym PAT&RUB – odpis z KRS k. 64-69, fotografia strony <https://patandrub.eu>, w tym regulamin sklepu k. 77-96. Pozwana jest abonentem domen internetowych „ocochodzizpatandrub.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com.pl” ponownie od listopada 2018 roku oraz od 3 października 2016 roku jest abonentem domeny „ocochodzizpatandrub.com” – informacja z bazy whois k. 1199-1203, wydruk strony k. 1205, NASK k. 170, 171. Na stronie [www.ocochodzizpatandrub.com.pl](http://www.ocochodzizpatandrub.com.pl) pozwana nie publikuje żadnych treści – wydruk ze strony k. 1205. Na stronie [www.ocochodzizpatandrub.pl](http://www.ocochodzizpatandrub.pl) pozwana publikuje informację o historii współpracy stron, produkowaniu i tworzeniu receptur kosmetyków Pat&Rub w latach 2008-2016 oraz opartych na tych samych recepturach kosmetyków N. w celu poinformowania klientek o różnicy produktów pochodzących od powódki od produktów pozwanej pod marką N. – dowód - fotografie strony k. 134-144. Opublikowane przez pozwaną informacje są następującej treści:

„Nazywam się M.H. i jestem pomysłodawcą oraz właścicielem firmy kosmetycznej A. , a tym samym również twórcą kosmetyków PAT&RUB i N. . Jestem pomysłodawczynią, założycielką i właścicielką firmy kosmetycznej A. a. Ponadto, co jest dla mnie powodem do wyjątkowej dumy, jestem twórczynią oraz właścicielką receptur tak lubianych przez Klientów kosmetyków PAT&RUB (produkowanych w latach 2008-2016), oraz młodszej, opartej na tych samych recepturach ciągle doskonalonej marki – N. .

W 2008 roku zawarłam umowę z K. R. n, zgodnie z którą miała ona promować markę PAT&RUB. K.R. zaprzestała aktywnych działań marketingowych w 2013 roku, nie udało

nam się wypracować porozumienia, w związku z czym rozwiązałam umowę z K. w marcu 2016 roku.

**Celem tej strony jest opowiedzenie prawdziwej historii marki PAT&RUB, przedstawienie mnie i mojej firmy, która przez ponad 8 lat pracowała na renomę i pozycję kosmetyków PAT&RUB. To A. zdobywała i dopieszczała klientów marki PAT&RUB. W tej chwili K. R. próbuje swoje nowe kosmetyki promować jako kontynuację, ulepszenie tego co było. Nie może tego robić, ponieważ K. nie ma dostępu do dawnych receptur PAT&RUB i nie może ich ulepszać. Nie może też używać tych samych nazw linii produktowych i kosmetyków (a robi to). Prawa do nazw kosmetyków i linii przysługują wyłącznie A. i używamy ich w marce N. . Mam nadzieję, że ta strona pozwoli mnie i mojej firmie ochronić niesprawiedliwie nadwyreżoną przez K.R. reputację.**

Od ponad dwóch miesięcy jestem obiektem nieustającego, opartego o nieprawdziwe doniesienia, bardzo przykrego ataku ze strony osoby, którą niegdyś darzyłam zaufaniem – K. R. . Spotkało mnie bardzo gorzkie doświadczenie, czuję się wykorzystana przez kogoś, o kim naiwnie myślałam jako o swojej przyjaciółce. Dziś, gdy słyszę K. opowiadającą o tym, jak zaczęła swoją wspaniałą przygodę z kosmetykami naturalnymi, wiem, że słucham mojej – nie jej – historii. Pragnę by ta strona internetowa była źródłem rzetelnych informacji dla naszych Klientów.

Jak każdy twórca dbam o swoje dzieło i dołożę wszelkich starań, by owoce mojej wieloletniej, ciężkiej pracy nie zostały zniszczone na skutek krzywdzących, niesprawiedliwych ataków. Ufam, że uda mi się dowieść prawdy przed sądem. Złożyliśmy trzy pozwy przeciwko naruszeniom K. R. i jej spółki E. . Sprawę przejęcia profilu na (...) skierowaliśmy do prokuratury. W Urzędzie Patentowym zgłosiliśmy naruszenia w sprawie rejestracji wymyślonych przeze mnie nazw linii kosmetyków.

Tu pragnę gorąco podziękować wszystkim, którzy mnie wspierają i ze mną tworzą A. . Kochani, nikt tak dobrze, jak Wy, nie wie, kto naprawdę stał za stworzeniem kosmetyków PAT&RUB.

M.H.”

- dowód – fotografia strony k. 134-135. Na stronie jest link do informacji: Moje życie moja pasja, Niesłuszne zarzuty, Wyjątkowe receptury – dowód – fotografia strony k. 134. Treść linku Moje życie moja pasja jest następująca:

„**HISTORIA KOSMETYKÓW NATURALNYCH**

Moją pasją są kosmetyki naturalne. Od lat sprowadzałam je z różnych krajów, studiowałam ich receptury, porównywałam składniki, analizowałam działanie, nie mogąc wyjść z podziwu, jak wielką siłą drzemie w naturze. Jedenaście lat temu uznałam, że jestem gotowa, by stworzyć polską markę kosmetyków naturalnych, która dorównywałaby jakością najlepszym markom zagranicznym szczycącym się długoletnią tradycją oraz niezaprzeczalnym prestiżem. Punktem odniesienia były dla mnie trzy marki – (...) D. , (...) W. i (...) L. . Dwie pierwsze podziwiałam za konsekwencję i absolutną naturalność receptur, trzecią – za rozmach: bogactwo surowców, szeroki wachlarz aromatów, stawianie na przyjemność użytkowania. W 2003 roku starałam się o sprowadzenie marki L. do naszego kraju, aby P. miały szansę poznać jej unikalne właściwości, jednakże w tamtym czasie firma nie była jeszcze niestety gotowa na wejście na nasz rynek. Technolodzy L. przekazali mi jednak informację, skąd czerpali swoją wiedzę o recepturach. Jej nieocenionym źródłem okazał się (...), związany z W. emigrant, S.K. . Pomyślałam więc, że skoro P. potrafi, to i P. z pewnością się uda. Przysięgam sobie, że stworzę kosmetyki moich marzeń: naturalne, o składach nawet lepszych od składów marki D.H. i bardziej urzekających niż L..

Nie jestem chemikiem, ale świetnie znałam potencjał (...) przemysłu kosmetycznego. Od 2006 roku pracowałam więc nad recepturami z doskonałym w swym trudnym fachu technologiem. Receptury te w 2007 roku przekuły się w konkretny projekt, a światło dzienne ujrzały rok później pod marką PAT&RUB. Wielką radością było dla mnie nie tylko tworzenie najwyższej jakości, bardzo skutecznych kosmetyków, lecz także kreowanie ich nazw. Wszak każdy rodzic nadaje swemu dziecku imię.

W mojej firmie, którą nazwałam A., udało mi się stworzyć wspaniałą, niemal w całości damski zespół, z którego jestem bardzo dumna i który do dziś ze mną pracuje. Są w nim specjaliści wielu dziedzin, ludzie, którym ufam i których uznaję za doskonałych ekspertów. Razem udało nam się zbudować nieprzeciętną grupę pasjonatów, którzy darzą się wielkim szacunkiem, a swe relacje opierają na więzach prawdziwej przyjaźni. Relacje te nie zamykają się jednak w murach firmy – wielu naszych klientów regularnie do nas dzwoni i pisze, stworzyliśmy z nimi serdeczną i opartą na wiedzy o kosmetykach naturalnych relację. Rozwinęliśmy wyjątkowo silną sprzedaż (...). Szukamy nowych rozwiązań, wymyślamy nowe produkty, tworzymy ich nazwy. Jesteśmy pasjonatami ekologii, natury i braterskich relacji.

W 2007 do swojego projektu zaprosiłam moją dobrą znajomą i sąsiadkę – K. R. . Ja byłam producentem i właścicielem receptur, jej zadaniem było promowanie moich kosmetyków. W celu zacieśnienia współpracy firma A. przekazała K. R. prawa do znaku PAT&RUB, który

wcześniej był własnością A.. Jako szef A. i inicjatorka tej współpracy przystałam na takie rozwiązanie po to, by K. mogła łatwiej identyfikować się z moim projektem. W zamian za prawa do znaku K.R. zapłacić miała A. symboliczną kwotę, której przez 8 lat nie zapłaciła. Uczyniła to dopiero w dniu 19 września 2016 i to dopiero po tym gdy czytając jej oświadczenia dotyczące znaku i kosmetyków Pat&Rub pisemnie zwróciliśmy jej na to uwagę. Uzyskując od A. prawa do znaku K.R. tym samym otrzymała prawa wyłącznie do logotypu, czyli znaku graficznego, ja zaś nadal pozostawałam i pozostaję właścicielką całej reszty, w tym – co najistotniejsze – receptur oraz renomy marki. Sądzę, że już sama konstrukcja biznesowa pokazuje, że obdarzyłam K. pełnym zaufaniem i zakładałam naszą długofalową współpracę i obopólne korzyści. Dziś widzę, jak wielki popełniłam wtedy błąd.

W 2013 roku K.R. zaprzestała aktywnego angażowania się w promocję marki PAT&RUB. Powodem takiej sytuacji stały się różnice w poglądach na temat marki i zasad dalszej współpracy pomiędzy nami. Ponieważ nie jestem osobą konfliktową, wielokrotnie próbowałam znaleźć satysfakcjonującą obie strony formę współpracy, lecz niestety okazało się to niemożliwe. Nie jestem też osobą gołosłowną – wszystkie moje propozycje oraz pomysły można odnaleźć w korespondencji mailowej, którą prowadziłam z K.. Nasza kooperacja utknęła w martwym punkcie, uznałam więc, że jedynym racjonalnym wyjściem z tej niekomfortowej sytuacji jest wypowiedzenie K. R. umowy o współpracę, co uczyniłam 3 marca 2016 roku. Tym samym moja firma zobowiązała się zrezygnować z produkcji kosmetyków pod marką PAT&RUB i wyprzedać pod marką P&R jedynie zapasy magazynowe.

Postanowiłam wszelkie swe siły ukierunkować na promocję naszej młodszej marki N. opartej o te same receptury, którą wykreowałam 3 lata wcześniej, w PAT&RUB. Kosmetyki N. przez te 3 lata podbijały rynki zagraniczne, teraz więc postanowiłam wypromować je na rynku (...). K. R. wiedziała o tych zamierzeniach. Premiera kosmetyków na rodzimym gruncie odbyła się dnia 7 lipca 2016.

7 lipca okazał się dla mnie i firmy A. czarnym dniem, właśnie od tamtego momentu staliśmy się obiektem niesprawiedliwych i niczym nieuzasadnionych ataków ze strony K. R.. Nie mam wątpliwości, że ich celem jest sabotowanie rozwoju marki N. poprzez bezpardonowe uderzenie w renomę mojej firmy. Dodatkowo, w odczuciu moim i moich współpracowników, K. a postanowiła stworzyć wrażenie, że marka PAT&RUB jest jej własnym dziełem. Z doniesień medialnych można było wysnuć niepojęty dla mnie wniosek, że K.R. od początku istnienia marki była jej właścicielką i twórczynią. Moja firma przedstawiana była jako jedynie dystrybutor produktów. Jak łatwo



się domyślić, określanie A. dystrybutorem jest dla nas szokujące i bardzo krzywdzące. K.R. była w mojej firmie tylko kilka razy, zaś w fabryce przed 3 marca 2016 była tylko raz... Mój zespół jej w zasadzie nie zna, widywał ją jedynie na wydarzeniach promocyjnych PAT&RUB. Nikt, kto pracuje w A. od 2013 roku, nie poznał K. R., nie posiada ona żadnych udziałów w A.. Czy to nie mówi samo za siebie?

Moja firma – A. – jest jedynym właścicielem kosmetyków i ich receptur do tej pory sprzedawanych pod marką PAT&RUB, jedynym ich producentem i dystrybutorem. Stworzenie receptur, linii kosmetyków, ich nazw, produkcja i promowanie marki PAT&RUB, a także stworzenie marki N. to ponad 10 lat mojego życia, zainwestowane rodzinne pieniądze, stworzenie unikalnej wartości na rynku kosmetyków naturalnych. Zgodnie z zawartą umową, K.R. miała jedynie świadczyć usługi marketingowe i promować markę, za co zresztą domaga się obecnie od firmy ogromnych kwot pieniędzy. Nie potrafię beczynnienie patrzeć, gdy ktoś inny przywłaszcza sobie dzieło mojego życia. A moje receptury i rzesze zadowolonych Klientów zarówno w P. , jak i poza jej granicami, są właśnie dziełem mojego życia. Dlatego wystąpiłam na drogę sądową.

M. H. Właściciel A. – dowód – fotografia strony k. 136-138. Treść informacji „Prawda o PAT&RUB” jest następująca:

#### „HISTORIA KOSMETYKÓW NATURALNYCH

„Istnieją miliony oblicz prawdy, ale prawda jest tylko jedna”  
H.H.

Dnia 11 lipca 2016 roku, czyli zaledwie cztery dni po premierze marki N. na rynku p(...) (co, moim zdaniem, nie jest dziełem przypadku) K. R. wydała oświadczenie, którego treść zszokowała mnie i moich współpracowników. Dlatego uznałam, iż szereg kwestii poruszonych w tym oświadczeniu wymaga solidnego sprostowania.

*1. K. R. : "Jestem właścicielem znaku towarowego i marki Pat&Rub. Jestem producentem kosmetyków Pat&Rub. Jestem właścicielem receptur kosmetyków Pat&Rub."*

K.R. jest właścicielką znaku towarowego PAT&RUB od momentu przekazania jej praw do niego przez A. , jednakże wbrew temu, co można przeczytać w jej oświadczeniu, K. nigdy nie była producentem kosmetyków PAT&RUB. Nie jest także właścicielem oryginalnych receptur kosmetyków tej marki. Oczywiście jest, że posiadanie prawa do znaku towarowego nie jest jednoznaczne z posiadaniem prawa do receptur. Jeżeli K.R. pragnie zgodnie z prawem produkować i sprzedawać kosmetyki pod nazwą Pat&Rub będą to kosmetyki całkowicie odmienne od Pat&Rub produkowanego i sprzedawanego uprzednio przez A..



2. KR: *"Pracuję z tymi samymi technologami i kosmetologami co od początku. Produkuję kosmetyki w tym samym zakładzie produkcyjnym co od początku."*

K.R. nigdy wcześniej nie prowadziła działalności gospodarczej w tym zakresie, nie współpracowała z jakimkolwiek technologami ani zakładami produkcyjnymi. Co więcej, nie spotykała się z nimi i nie uczestniczyła w tworzeniu kosmetyków PAT&RUB. Twierdzenia o kontynuowaniu współpracy z dotychczasowymi kontrahentami mają więc służyć wywołaniu mylnego wrażenia, jakoby to K.R. osobiście odpowiadała dotychczas za produkcję, dystrybucję i sprzedaż kosmetyków PAT&RUB, zaś produkty, które zamierza oferować w przyszłości, były tymi samymi produktami, co produkty A..

3. KR: *"Będę ścigać sędawnie wszystkich, którzy będą bez mojej zgody używać nazwy Pat&Rub i linii kosmetyków Pat&Rub."*

Według umowy pomiędzy firmą A. a K. R. po rozwiązaniu/wygaśnięciu Umowy Spółka A. była nadal uprawniona do wykorzystywania znaku towarowego PAT&RUB do czasu i dla celów wyprzedania istniejących w tym czasie zapasów magazynowych. Nie zamierzamy do promocji marki N. używać logotypu PAT&RUB, ale mamy prawo twierdzić, że „dawne” PAT&RUB zostało przez nas stworzone.

4. KR: *"A. Sp. z o.o. powinna już dawno temu złożyć wniosek o ogłoszenie upadłości bo od dawna nie jest w stanie pokryć swoich zobowiązań."*

Całkowicie nieprawdziwe są twierdzenia dotyczące złej sytuacji finansowej . . Nie ma również żadnych podstaw do ogłoszenia upadłości A. . Spółka nie jest bowiem niewypłacalna, generuje zyski z prowadzonej działalności gospodarczej i reguluje swoje wymagalne zobowiązania pieniężne. Zdaniem moim i moich wieloletnich współpracowników K.R. wnioskowała o upadłość Spółki w złej wierze, licząc na to, że informacja o toczącym się postępowaniu negatywnie wpłynie na wizerunek A. .

5. KR: *"Wypełniałam wszystkie zobowiązania z umowy z A. Sp. z o.o. oraz dokonywałam działań pozakontraktowych w celu promocji marki, nigdy dodatkowo nie wynagradzanych."*

Pomiędzy A. a K.R. istnieje spór dotyczący wysokości należnego jej wynagrodzenia za usługi marketingowe. Nieprawdą jest, że K. R. wypełniła wszystkie zobowiązania zawarte w umowie z A. oraz dokonywała działań pozakontraktowych w celu promocji marki. K. od 2013 roku bezsprzecznie przestała się angażować w promocję marki PAT&RUB. Obecnie kwestionujemy w sądzie wysokość dochodzonej przez K. wierzytelności.

6. KR: *"A. sp. z o.o. próbuje także żerować na mojej marce Pat&Rub i podszywając się pod nią (np. używając bezprawnie logotypu Pat&Rub) wypromować swoją markę. Firma ta od wielu miesięcy nie chce przekazać mi domeny internetowej patandrub.pl oraz administracji*

*strony Pat&Rub na (...), o co wielokrotnie występowałam. Składamy w ciągu następnych dni kolejne wnioski w tej sprawie do sądu."*

Domena patandrub.pl od samego początku należała do firmy A. . Profil na (...) również założyła i prowadziła przez lata firma A.. Oczywistym jest, że zakończenie współpracy w żaden sposób nie może skutkować automatycznym przeniesieniem praw do domeny na K.R..  
M.H.

*Właściciel A. " – dowód – fotografia strony k. 139-140. W części strony Wyjątkowe Receptury treść informacji jest następująca:*

*„Receptury kosmetyków PAT&RUB, które weszły na rynek w 2008 roku i wchodziły w kolejnych latach do lata 2016, zostały stworzone przeze mnie oraz współpracujących ze mną technologów i kosmetologów. Na podstawie umowy z tymi technologami, nabyłam całość praw do tych receptur. Co ważne, K.R. nie uczestniczyła w tworzeniu tych receptur, nie była również stroną wspomnianych umów nabycia praw do nich. K.R. posiada znak towarowy PAT&RUB, co oznacza, że może z powodzeniem rozwijać swoją nową markę. Nie może jednak do tego celu wykorzystywać należących do mnie receptur. Nie ma też, co oczywiste, prawa naśladować w jakikolwiek sposób linii produktowych A. . Jest to sprzeczne z zasadami uczciwej konkurencji i mogłoby to wprowadzić w błąd Klientów przyzwyczajonych do wysokiej jakości kosmetyków i oczekujących tych samych składów. Chcę więc podkreślić, że cokolwiek zostanie wyprodukowane przez K. R. , nie jest możliwe, aby były to te same lub ulepszone kosmetyki PAT&RUB, które dotychczas produkowała wyłącznie A..*

*W tej chwili są już na rynku kosmetyki K.R. , w większości pod nazwami linii i produktów wymyślonych przeze mnie, o ładząco podobnych aromatach i rodzajach produktów w danej linii (balsamy, scruby itp.). Kosmetyki K.R. naśladują zapachy dawnych kosmetyków PAT&RUB, przy czym mają inny skład. K.R. wypowiada się o tych kosmetykach jako ulepszonej wersji poprzedników. Jest to ewidentna próba przekazania Klientom nieprawdziwej informacji, że to, co teraz produkuje firma K.R. E. a, jest kontynuacją dawnego PAT&RUB produkowanego i stworzonego przez A.. Jest to również próba przejęcia Klientów, wykorzystania dorobku wieloletniej pracy A..*

*Prawa do nazw poszczególnych kosmetyków i serii przysługują tylko A. nigdy nie były przedmiotem umów z K.R. . Nazwy te są teraz wykorzystywane przez moją drugą markę N. . Zagadnienie nazewnictwa serii poruszyło mnie szczególnie. W portfolio A. znajduje się kilka linii kosmetyków, które z różnych powodów są mi wyjątkowo bliskie, moi współpracownicy*

doskonale wiedzą, że były one moim oczkiem w głowie. Nie mogę więc uwierzyć, że ktoś promuje kosmetyki używając nazw identycznych z nazwami wymyślonymi przeze mnie.

Dawne kosmetyki PAT&RUB, produkowane według moich receptur, posiadały certyfikat Nature. Kosmetyki N. także posiadają ten certyfikat. Nie mają go nowe kosmetyki PAT&RUB. My ufamy, że jedynie certyfikacja potrafi ocenić, czy kosmetyk może nazywać się organicznym lub naturalnym. Posiadanie certyfikatu oznacza też, że w fabrykach, w których produkujemy nasze kosmetyki, został przeprowadzony wymagający audyt jakości produkcji.

Renoma marki PAT&RUB na (...)ryнку jest niezaprzeczalna. Kosmetyki są rozpoznawalne i słusznie kojarzone z bardzo wysoką jakością. Jest to jednak zasługą nie tylko świetnego produktu i wysiłku, jaki w promocję włożyła firma A. . To moja firma stworzyła zarówno markę, jak i jej renomę.

Aktualnie ja i moi współpracownicy wszystkie swe siły wkładamy w udane wprowadzenie do P. marki N. . Staramy się, by stała się ona mocnym i rozpoznawalnym elementem(...)ryнку kosmetyków naturalnych. Fakt, że dopiero po premierze N. na rynku (...) (7.07.2016 r.) K. rozpoczęła atak medialny skierowany przeciwko A. , świadczy o tym, że jest to strategia godząca w nową markę N. , a tym samym – w interesy A. . Przykładem tego typu działań było wywieszenie informacji o domniemanym zadłużeniu A. w miejscu publicznym, przesyłanie monitów o zadłużeniu w sposób umożliwiający zapoznanie się z ich treścią przez osoby trzecie, czy wreszcie opublikowanie informacji o zadłużeniu w mediach. Czarę goryczy przelewa fakt, że K.R. w wielu wypowiedziach używa sformułowań: „moja marka”, „moje kosmetyki”, „klienci mojej marki”. Zdaniem moim i moich współpracowników ten dobór słów jasno wskazuje na to, iż usiłuje ona stworzyć wrażenie, że osobiście wypracowała pozycję rynkową kosmetyków przez ostatnie 8 lat, co jest oczywistą nieprawdą. Nowe kosmetyki K.R. nie powinny w żaden sposób podszywać się pod kosmetyki produkowane przez A. pod marką PAT&RUB do lata 2016. Ponieważ jednak tak się dzieje, wystąpiliśmy na drogę sądową.

M. H.

*Właściciel A. ” – dowód – fotografia strony k. 142-143.*

Informacje tej samej treści pozwana publikuje na stronie [www. \(...\) .com](http://www. (...) .com) – wydruk ze strony k. 1319-1320. Poprzez obie strony [www. \(...\) .pl](http://www. (...) .pl) oraz [www. \(...\) .com](http://www. (...) .com) pozwana nie oferuje żadnych towarów lub usług, nie prowadzi też sprzedaży – dowód – treść stron cytowana powyżej. Domeny „(...)” nie zawierają odesłania do jakiegokolwiek sklepu internetowego ani innych kanałów sprzedażowych – dowód – treść stron jw.

Pomiędzy stronami oraz zarządzanymi przez nich spółkami toczyło się i toczy wiele postępowań sądowych dotyczących roszczeń o ochronę dóbr osobistych, popełnienie czynów nieuczciwej konkurencji, a także ochronę prawa do znaku towarowego – bezsporne.

Zdaniem powódki nazwy domen używanych w obrocie przez pozwaną inkorporują wprost znaki towarowe zarejestrowane na rzecz powódki. Towary objęte rejestracją znaków towarowych powódki oraz towary których dotyczą treści umieszczone pod spornymi domenami przez pozwaną należą do kategorii kosmetyków, a więc są to towary jednorodnjawowe. Z tego względu prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd przeciętnego odbiorcy obejmujące w szczególności ryzyko skojarzenia oznaczenia i nazw domen pozwanej ze znakami towarowymi powódki, zdaniem powódki, należy uznać za wysokie. Ponadto powódka podniosła, że dla samego prawa posługiwania się znakami powódki w nazwach domen internetowych, do których prawa przysługują pozwanej, okoliczności związane z relacją stron mogą mieć znaczenie o tyle, że wskazują jednoznacznie iż powódce przysługują prawa wyłączne do tych znaków. Wszelkie kwestie odnoszące się do treści znajdujących się na stronach internetowych oraz kontekstu, w jakim zostały opublikowane mają, zdaniem powódki, znaczenie poboczne, gdyż domena wie dzie odrębny byt prawny od zawartości strony internetowej, dla której została zarejestrowana.

Sąd Okręgowy ocenił materiał dowodowy:

Stosownie do przepisów art. 3 k.p.c. i art. 232 k.p.c. każda ze stron procesu zobowiązana jest dawać wyjaśnienia co do okoliczności sprawy zgodnie z prawdą i przedstawiać dowody. Dowody przedstawione przez strony nie były kwestionowane. Okoliczności faktyczne będące przedmiotem ustaleń Sądu nie były pomiędzy stronami sporne, a zatem na podstawie art. 229 k.p.c. nie wymagały one dowodu.

Sąd pominął w ustaleniach oraz w ocenie wyrok Sądu Polubownego ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji z 2 lutego 2017 roku, sygn. 39/16/PA oraz postanowienie Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 25 maja 2017 roku sygn. akt I ACo 18/17 wydane w sprawie domeny „patandrub.pl”. Sąd nie jest związany (w sposób o którym mowa w art. 365 k.p.c.) oceną prawną dokonaną przez sąd polubowny w sprawie dotyczącej używania przez pozwaną innej domeny. Sąd dokonał oceny normatywnej wykorzystania przez pozwaną w domenach internetowych [www. \(...\) .pl](http://www. (...) .pl), [www. \(...\) .com](http://www. (...) .com) oraz [www. \(...\) .com](http://www. (...) .com) słownego znaku towarowego PAT&RUB, należącego do powódki. Bez znaczenia

w sprawie jest ewentualne wysokie pozycjonowanie domen internetowych pozwanej wobec oceny dokonanej przez Sąd.

Sąd Okręgowy zważył:

Zgodnie z art. 153 ust. 1 ustawy z 30 czerwca 2000 roku *Prawo własności przemysłowej* (tekst jedn. Dz. U z 2017 roku poz. 776, dalej p.w.p.), przez uzyskanie prawa ochronnego nabywa się wyłączność używania znaku towarowego w sposób zarobkowy lub zawodowy na całym obszarze Rzeczypospolitej Polskiej, polegającego w szczególności na:

1. umieszczaniu znaku na towarach objętych prawem ochronnym lub ich opakowaniach, oferowaniu i wprowadzaniu tych towarów do obrotu, ich imporcie lub eksporcie oraz składowaniu w celu oferowania i wprowadzania do obrotu, a także oferowaniu lub świadczeniu usług pod tym znakiem;
2. umieszczaniu znaku na dokumentach związanych z wprowadzaniem towarów do obrotu lub związanych ze świadczeniem usług;
3. posługiwaniu się nim w celu reklamy. (art. 154 p.w.p.)

Przepis art. 296 ust. 2 p.w.p. przyznaje natomiast właścicielowi prawo do wyłącznego i niezakłóconego używania znaku towarowego oraz zakazania innym osobom, które nie mają jego zgody, używania w obrocie gospodarczym:

1. znaku identycznego do zarejestrowanego znaku towarowego w odniesieniu do identycznych towarów;
2. znaku identycznego lub podobnego do zarejestrowanego znaku towarowego w odniesieniu do towarów identycznych lub podobnych, jeżeli zachodzi ryzyko wprowadzenia odbiorców w błąd, które obejmuje w szczególności ryzyko skojarzenia znaku ze znakiem towarowym zarejestrowanym;
3. znaku identycznego lub podobnego do renomowanego znaku towarowego, zarejestrowanego w odniesieniu do jakichkolwiek towarów, jeżeli takie używanie może przynieść używającemu nienależną korzyść lub być szkodliwe dla odróżniającego charakteru bądź renomy znaku wcześniejszego.

Zgodnie z art. 296 ust. 1 p.w.p. osoba, której prawo ochronne na znak towarowy zostało naruszone, lub osoba, której ustawa na to zezwala, może żądać od osoby, która naruszyła to prawo, zaniechania naruszania, wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści, a w razie zawinionego naruszenia również naprawienia wyrządzonej szkody: na zasadach

ogólnych albo poprzez zapłatę sumy pieniężnej w wysokości odpowiadającej opłacie licencyjnej albo innego stosownego wynagrodzenia, które w chwili ich dochodzenia byłyby należne tytułem udzielenia przez uprawnionego zgody na korzystanie ze znaku towarowego.

Pozwana korzysta z domen internetowych „ocochodzizpatandrub.pl”, „ocochodzizpatandrub.com.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com” w taki sposób, że nie doznała uszczerbku którakolwiek z funkcji znaku towarowego. Pozwana w samej nazwie domeny „ocochodzizpatandrub” określiła funkcję w jakiej użyła znaku „patandrub” – informacyjną. Sąd podziela stanowisko pozwanej, że **dopóki słowny znak towarowy „patandrub” jest przez nią używany w nazwach domen internetowych wyłącznie w celu poinformowania klientów o odróżnieniu oferowanych przez nią kosmetyków od kosmetyków oferowanych przez powódkę i o konflikcie z powódką (a więc w charakterze ogólnoinformacyjnym), to takie używanie nie jest bezprawne ani nie generuje ryzyka wprowadzenia odbiorców w błąd.** Zgodnie z rozstrzygnięciem Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej w sprawie C-323/09 (...), używanie znaku towarowego innego przedsiębiorcy w charakterze innym niż oznaczenie towaru lub usługi, w okolicznościach konkretnej sprawy może stanowić naruszenie znaku towarowego uprawnionego. W ww. wyroku Trybunał stwierdził jednak, że w celu skutecznego powołania się przez uprawnionego na tego typu naruszenie, musi dojść do wystąpienia lub musi pojawić się możliwość wystąpienia negatywnego wpływu na funkcję znaku towarowego (przy czym nie ma znaczenia, czy jest to funkcja podstawowa, czy też jedna z pozostałych). Odnosząc się do zagadnienia wpływu naruszenia prawa ochronnego na funkcje znaku towarowego należy podkreślić, że funkcje znaku towarowego nie zostały wskazane w żadnym przepisie dyrektywy 2015/2436, ani rozporządzenia 207/2009. Prymat i potrzeba szczególnej ochrony funkcji odróżnienia (oznaczenia) pochodzenia zostały wskazane przez ustawodawcę unijnego w motywie 16 dyrektywy 2015/2436. Ujmując funkcję odróżnienia pochodzenia w sposób możliwie najprostszy, trzeba wskazać, że jest to zdolność znaku do odróżnienia oznaczonych nim towarów od innych występujących na rynku. Obok tej głównej funkcji znaku towarowego, doktryna i piśmiennictwo wyróżniają funkcje jakościową (gwarancyjną) i reklamową, a także komunikacyjną i inwestycyjną. Pierwsza z nich ma na celu skojarzenie określonego standardu jakości towaru lub usługi ze znakiem towarowym. Z kolei funkcja reklamowa jest elementem promowania towaru lub usługi. Funkcja komunikacyjna stanowi kompilację trzech wskazanych powyżej funkcji, bowiem ma ona umożliwić odbiorcy wskazanie pochodzenia towaru lub usługi o określonej jakości, będąc jednocześnie formą

reklamy tego towaru lub usługi na rynku. Wreszcie funkcja inwestycyjna ma umożliwić powstanie lub utrzymanie reputacji uprawnionego. Udzielenie ochrony funkcjom innym niż podstawowa, a więc nawet przy braku ryzyka wprowadzenia w błąd, co do pochodzenia towaru lub usługi, jest standardem przyjętym w orzecznictwie Trybunału, jak choćby przywołane powyżej rozstrzygnięcie w wyroku C-323/09 (...). W wyroku w sprawie C-63/97 (...), Trybunał uznał, że „używaniem znaku towarowego” jest również użytek na potrzeby poinformowania odbiorców o świadczonych przez siebie usługach. W późniejszym orzecznictwie Trybunał wydał wyrok o całkowicie odmiennej treści, uznał w sprawie C-2/00 (...), że posługiwanie się cudzym znakiem towarowym w celu informacyjnym nie zostało zakwalifikowane jako używanie tego znaku. Stanowczo jednak powiązanie funkcji znaku towarowego z naruszeniem prawa ochronnego jest związane z teorią funkcji znaku towarowego sformułowaną w wyroku w sprawie C-206/01 (...). W odpowiedzi na pytanie, **czy na podstawie dyrektywy 2008/95/WE właściciel znaku towarowego jest upoważniony do zakazania wszelkiego używania przez osoby trzecie w obrocie handlowym oznaczenia identycznego z jego znakiem towarowym** Trybunał stwierdził, że „przewidziane w art. 5 ust. 1 lit. a) dyrektywy wyłączne prawa zostały przyznane po to, aby umożliwić właścicielowi znaku towarowego ochronę jego szczególnych interesów jako właściciela znaku, tzn. zapewnienie tego, aby znak towarowy mógł spełniać właściwe mu funkcje. **Wykonywanie tychże praw winno być zatem zastrzeżone dla przypadków, w których używanie oznaczenia przez osoby trzecie naraża na szwank w sposób rzeczywisty lub potencjalny funkcje znaku towarowego, a w szczególności jego zasadniczą funkcję, jaką jest gwarantowanie konsumentom pochodzenia danego towaru.**”. W wyroku w sprawie C-487/07 (...) wskazał ponadto, że ochronie podlegają wszystkie pełnione przez znak towarowy funkcje (przy czym katalog tychże funkcji jest katalogiem otwartym). Wypracowana przez Trybunał linia orzecnicza nakazuje przyjmować, że ochrona znaku towarowego, pomimo znacznego zakresu, nie jest ochroną absolutną. Naruszenie znaku towarowego może być w realiach konkretnej sprawy stwierdzone tylko wówczas, gdy postępowanie potencjalnie naruszające wpłynie negatywnie na którąkolwiek z funkcji znaku towarowego. I tak naruszenie znaku towarowego nie musi polegać na posłużeniu się tymże znakiem w celu oznaczenia własnego towaru lub usługi (wyrok w sprawie C-323 (...)). Powódka uznaje, że każde użycie przez pozwaną chronionego oznaczenia w Internecie stanowi naruszenie jej prawa ochronnego, z którego wynikają roszczenia przewidziane w art. 296 ust. 1 p.w.p.. Tak jednak nie jest. „Podstawy uwzględnienia roszczenia nie stanowi samo wykorzystanie oznaczenia w adresie internetowym, ale takie posłużenie się nim, które prowadzi do zakłócenia funkcji znaku przez



wprowadzenie niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd co do pochodzenia towaru lub usługi albo do naruszenia funkcji reklamowej znaku” – tak wyrok Sądu Najwyższego z 11 grudnia 2013 roku, sygn. akt IV CSK 191/13, LEX nr 1438415.

Pozwana wykazała, że posługiwanie się przez nią w nazwie domeny internetowej słownym znakiem towarowym powódki miało jedynie cel informacyjny. Chodziło o wyraźne odróżnienie produktów pochodzących od powódki, od produktów spółek A. i N. oraz ochronę pozwanej i należącej do niej spółki A. przed (zdaniem pozwanej), bezprawnymi działaniami powódki, która (zdaniem pozwanej) przypisuje sobie tworzenie kosmetyków oznaczanych znakiem towarowym PAT&RUB, a których receptury należały do pozwanej. Pozwana umożliwiła swoim dotychczasowym klientom, tj. tym, które kupowały kosmetyki produkowane przez przedsiębiorstwo pozwanej, a oznaczane do lipca 2016 roku znakami towarowymi PAT&RUB, poznanie stanowiska reprezentowanej przez nią spółki co do konfliktu z powódką i wyrobienia sobie własnego (klienta) poglądu w oparciu o stanowiska obu stron – stanowisko powódki było prezentowane w mediach społecznościowych i na stronie produktów E. .

Na stronach internetowych pod domenami „ocochodzizpatandrub” pozwana nie informuje klientów o swoich produktach, ale o tym, że zarządzana przez nią A. była do lipca 2016 roku producentem, a od początku twórcą receptur linii kosmetyków oznaczanych znakiem towarowym PAT&RUB: **„Celem tej strony jest opowiedzenie prawdziwej historii marki PAT&RUB, przedstawienie mnie i mojej firmy, która przez ponad 8 lat pracowała na renomę i pozycję kosmetyków PAT&RUB. To A. zdobywała i dopieszczała klientów marki PAT&RUB. W tej chwili K.R. próbuje swoje nowe kosmetyki promować jako kontynuację, ulepszenie tego co było. Nie może tego robić, ponieważ K. nie ma dostępu do dawnych receptur PAT&RUB i nie może ich ulepszać. Nie może też używać tych samych nazw linii produktowych i kosmetyków (a robi to). Prawa do nazw kosmetyków i linii przysługują wyłącznie A. i używamy ich w marce N. ”.** Pozwana wyraźnie informuje klientki: „K.R. jest właścicielką znaku towarowego PAT&RUB od momentu przekazania jej praw do niego przez A. , jednakże wbrew temu, co można przeczytać w jej oświadczeniu, K. nigdy nie była producentem kosmetyków PAT&RUB. Nie jest także właścicielem oryginalnych receptur kosmetyków tej marki. Oczywiście jest, że posiadanie prawa do znaku towarowego nie jest jednoznaczne z posiadaniem prawa do receptur. Jeżeli K.R. pragnie zgodnie z prawem produkować i sprzedawać kosmetyki pod nazwą Pat&Rub będą to kosmetyki całkowicie odmienne od Pat&Rub produkowanego i sprzedawanego uprzednio przez A.”. Zdaniem Sądu treść domen

internetowych „ocochodzizpatandrub” nie wprowadza w błąd co do pochodzenia znajdujących się pod nimi stron internetowych, gdyż każdy kto będzie chciał znać odpowiedź na pytanie „o co chodzi z patnadrub?” otworzy stronę i przeczyta informację o historii konfliktu stron i historii kosmetyków oznaczanych tym znakiem, pochodzącą od pozwanej. Pozwana wybrała taką formę, a więc „o co chodzi z...”, aby dotrzeć do klientek PAT&RUB zainteresowanych historią tych kosmetyków, a nie klientek zarządzanych przez nią spółek A. czy N. i kosmetyków przez nich produkowanych. Klientki kosmetyków PAT&RUB nie wejdą na stronę pozwanej, gdyż na swoich stronach pozwana informuje i sprzedaje inne kosmetyki. Tak więc używanie przez pozwaną znaku towarowego powódki w nazwie domen internetowych odpowiada zarówno potrzebom pozwanej, jak i nabywcom kosmetyków do lipca 2016 roku oznaczanych znakiem towarowym PAT&RUB. Wbrew pogładowi powódki za realizację celu informacyjnego może być uznane użycie znaków towarowych w domenie internetowej, gdyż nie chodzi o samo wykorzystanie oznaczenia w adresie internetowym, ale takie posłużenie się nim, które prowadzi do zakłócenia funkcji znaku przez wprowadzenie niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd co do pochodzenia towaru lub usługi albo do naruszenia funkcji reklamowej znaku.

Używając znaku towarowego powódki w nazwie domeny pozwana nie postępuje sprzecznie z uczciwymi praktykami rynkowymi. Pozwana nie oferuje bowiem usług lub towarów oznaczonych znakiem towarowym powódki. Wykorzystywanie przez pozwaną domen internetowych „ocochodzizpatandrub.pl”, „ocochodzizpatandrub.com.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com” nie generuje ryzyka wprowadzenia w błąd co do pochodzenia produktów oznaczonych znakiem towarowym PAT&RUB. Pozwana nie oferuje do sprzedaży z pośrednictwem domen internetowych o nazwach „ocochodzizpatandrub.pl”, „ocochodzizpatandrub.com.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com” jakichkolwiek towarów lub usług. Publikacje tej samej treści, dostępne na stronach „ocochodzizpatandrub.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com” nie służyły reklamie jakichkolwiek produktów, za pośrednictwem tych stron nie można było czegośkolwiek kupić. Witryny powyższe miały cel wyłącznie informacyjny. Nabywcy nie są wprowadzani w błąd co do pochodzenia towarów, gdyż posłużenie się przez pozwaną tym znakiem odsyła „o co chodzi...” do treści zamieszczonej na stronie internetowej, a w treści strony pozwana wyraźnie informuje o tym kto jest właścicielem znaku towarowego i jakie kosmetyki obecnie produkuje – inne niż pod tym znakiem do 2016 roku.

Roszczenie w pkt 2 pozwu ma charakter roszczenia o ustalenie na podstawie art. 189 k.p.c.

W oparciu o tę podstawę prawną powód może żądać ustalenia przez sąd istnienia lub nieistnienia stosunku prawnego lub prawa, gdy ma w tym interes prawny. Oceniając zasadność roszczenia opartego na treści art. 189 k.p.c. Sąd ocenia, czy spełnione zostały dwie przesłanki:

- interes prawny - określany jako przesłanka skuteczności,
- prawdziwość twierdzeń powoda o tym, czy dany stosunek prawny lub prawo rzeczywiście istnieje (lub nie istnieje) - określona jako przesłanka zasadności powództwa.

Przesłanki te muszą być spełnione łącznie – tak stanowisko Sądu Apelacyjnego w Katowicach w wyroku z 15 grudnia 2017 r., V ACa 187/17, Lex nr 2418144. Zatem to interes prawny decyduje o dopuszczalności badania i ustalania prawdziwości twierdzeń powoda, że wymieniony w powództwie stosunek prawny lub prawo istnieje bądź nie istnieje. Interes prawny w rozumieniu art. 189 k.p.c. jest to obiektywna (czyli rzeczywiście istniejąca), a nie tylko hipotetyczna (czyli w subiektywnym odczuciu strony) potrzeba prawna uzyskania wyroku odpowiedniej treści, występująca wówczas, gdy powstała sytuacja rzeczywistego naruszenia albo zagrożenia naruszenia określonej normy prawnej. Praktycznie rzecz biorąc, interes prawny występuje wówczas, gdy sam skutek, jaki wywoła uprawomocnienie się wyroku ustalającego, zapewni powodowi ochronę jego prawnie chronionych interesów, czyli definitywnie zakończy spór istniejący lub prewencyjnie zapobiegnie powstaniu takiego sporu w przyszłości, a jednocześnie interes ten nie podlega ochronie w drodze innego środka – utrwalone orzecznictwo sądów i tylko tytułem przykładu można powołać wyrok SA w Białymstoku z dnia 9 listopada 2017 r. sygn. akt I ACa 444/17, Lex nr 2412765. Nie zachodzi zatem interes prawny w rozumieniu art. 189 k.p.c., gdy zainteresowany może osiągnąć w pełni ochronę swych praw na innej drodze, zwłaszcza w drodze powództwa o zasądzenie świadczeń pieniężnych lub niepieniężnych. Powódka nie ma interesu prawnego w żądaniu ustalenia, że używanie przez pozwaną oznaczenia o treści „patandrub” w nazwie domen internetowych „ocochodzizpatandrub.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com.pl” stanowi naruszenie praw wyłącznych powódki do znaków towarowych zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym RP pod numerami R.242994 i R.242995, gdyż oceniając roszczenia o ochronę prawa do znaku towarowego Sąd dokonuje oceny czy używanie przez pozwaną oznaczenia o treści „patandrub” w nazwie domen internetowych „ocochodzizpatandrub.pl” oraz „ocochodzizpatandrub.com.pl” stanowi naruszenie praw wyłącznych powódki do znaków towarowych.

To wszystko mając na uwadze Sąd orzekł jak w wyroku.

O kosztach procesu Sąd orzekł stosownie do wyniku sporu na podstawie art. 98 § 1 i § 3 k.p.c.. Na koszty poniesione przez pozwaną składa się opłata za czynności adwokata określona co do wysokości w § 8 ust. 1 pkt 19 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z 22 października 2015 roku w sprawie opłat za czynności adwokackie (Dz. U. poz. 1800 ze zm.) w kwocie 1.680,00 PLN oraz opłata skarbową 17,00 PLN.

SSO Ewa Dietkow