



## WYROK

### W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 17 września 2015 r.

**Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XXII**

**Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych**

w składzie następującym:

Przewodniczący SSO Beata Piwowarska

Protokolant sekretarz sądowy Katarzyna Ziomek-Wawryniuk

po rozpoznaniu na rozprawie w dniu 7 września 2015 r. w Warszawie

sprawy z powództwa **Z.**

przeciwko **W.**

- ochronę praw z rejestracji wspólnotowych znaków towarowych i zaniechanie czynów nieuczciwej konkurencji oraz o zapłatę

1. oddala powództwo;
2. zasądza od Z. na rzecz W. kwotę 1.457 (tysiąc czterysta pięćdziesiąt siedem) złotych tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

## UZASADNIENIE

20/07/2015 r. Z. prowadząca działalność gospodarczą pod firmą D. .w P. wniosła o:

1. nakazanie W. prowadzącej działalność gospodarczą pod firmą S. w C. zaniechania naruszania prawa ochronnego na wspólnotowy znak towarowy DOM UBEZPIECZENIOWY SPECTRUM nr 010780104 oraz czynów nieuczciwej konkurencji polegających na używaniu w obrocie gospodarczym, w związku ze świadczeniem lub oferowaniem usług pośrednictwa ubezpieczeniowego, usług agentów i brokerów ubezpieczeniowych oraz usług doradztwa związanego z ubezpieczeniami, w tym do oznaczania miejsc oferowania i świadczenia tych usług, oznaczeń zawierających:

- element słowno-graficzny składający się z czerwonej kuli w białej siatce z białą strzałką w dolnej części kuli, pod którą umieszczony jest napis STREFA UBEZPIECZEŃ wykonany wielkimi drukowanymi literami



w kolorze granatowym:

- element graficzny bez względu na kolorystykę oraz orientację w prawo lub w lewo w formie rysunku



lub



tw. wirka”:

- element w kolorze białym z napisami w kolorze granatowym lub czerwonym o treści „twoje ubezpieczenia”, „ubezpieczenia” lub „strefa ubezpieczeń” umiejscowionych na takich powierzchniach jak: semafor, plafon, kaseton, plakat, baner, naklejka, wyklejenie witryny lub drzwi, ulotka, plansza ulotkownika,

- element w postaci oznaczenia o białym tle z umieszczonym na nim napisem „twoje ubezpieczenia” w kolorze granatowym: **twoje ubezpieczenia** ,

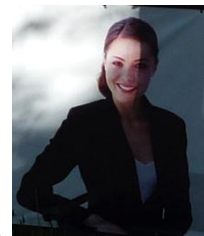
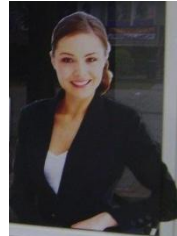
- element w postaci oznaczenia o białym tle z umieszczonym na nim napisem „twoje ubezpieczenia” lub „ubezpieczenia” lub „strefa ubezpieczeń” w kolorze granatowym,

- element w postaci oznaczenia o białym tle z umieszczonym na nim napisem „twoje ubezpieczenia” lub „ubezpieczenia” lub „strefa ubezpieczeń” w kolorze czerwonym,

- element w postaci białe - granatowych naklejek godzinowych,

- element wykorzystujący do prezentacji logotypów towarzystw ubezpieczeniowych zestaw jednakowych rozmiarów białych elementów w kształcie kwadratów o zaokrąglonych lub niezaokrąglonych rogach, przy czym poszczególne kwadraty umieszczone są w orientacji poziomej, a cały zestaw kwadratów lub poszczególne części zestawu kwadratów tworzą zawsze figurę geometryczną prostokąt lub kwadrat,

- element w formie postaci kobiecej będącej kobietą rasy białej, szatynką lub brunetką ubraną w czarną lub ciemnoszarą lub granatową marynarkę lub sweter z widoczną spod spodu białą bluzką z kołnierzem lub bez,
- oznaczenie w formie postaci kobiecej będącej kobietą rasy białej, szatynką lub brunetką ubraną w czarną lub ciemnoszarą lub granatową marynarkę lub sweter z widoczną spod spodu białą bluzką z



kołnierzem lub bez, włączając w to lustrzane odbicie:

2. nakazanie pozwanej zaniechania czynów nieuczciwej konkurencji polegających na używaniu w obrocie gospodarczym w związku ze świadczeniem lub oferowaniem usług pośrednictwa ubezpieczeniowego, usług agentów i brokerów ubezpieczeniowych oraz usług doradztwa związanego z ubezpieczeniami adresu e-mailowego (...),

3. na podstawie art. 18 pkt. 3 u.z.n.k., nakazanie pozwanej trzykrotnego ogłoszenia, na jej koszt, w *T.* oświadczenia o wielkości co najmniej ¼ strony o treści: *W. prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą "S." z siedzibą w C., C. oraz w lokalu przy ul. (...) w C. przyznaje, iż oferując lub świadcząc usługi pośrednictwa ubezpieczeniowego oznaczone oznaczeniami łudząco podobnymi do oznaczeń stosowanych przez firmę D. z siedzibą w Pł. (09-410), przy ul. (...), naruszyła zasady uczciwej konkurencji poprzez wprowadzenie klientów w błąd co do pochodzenia usług. Za działania te W. prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą "S." przeprasza firmę D.i zobowiązuje się do niepodejmowania działań naruszających w przyszłości.*

*Jednocześnie W. prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą "S." wyjaśnia, iż świadczone przez nią usługi pośrednictwa ubezpieczeniowego nie mają żadnego związku z firmą D.,*

4. na podstawie art. 296 pkt 1 ppkt 2 p.w.p., nakazanie pozwanej naprawienia szkody poprzez zapłatę na rzecz powódki kwoty 5.000 zł,

5. zasądzenie od pozwanej na rzecz powódki kosztów procesu. (k.1-144)

Na rozprawie 24/08/2015 r. jej pełnomocnik wyjaśnił, że w pkt. 1 powódka domaga się zakazania używania oznaczeń zawierających jakiegokolwiek z wymienionych elementów. Zakwestionował używanie elementu „dus” w rozszerzeniu adresu internetowego pozwanej. Przyznał, że pozwana nie używa już adresu e-mail adresu (...). Twierdził, że powódka ma pierwszeństwo do określonego systemu oznaczeń, na które składają się wskazane elementy, które wszystkie tworzą jedną określoną całość. Wszystkie te elementy są na równi dystynktywne i składają się na ogólne wrażenie jakie ma odbiorca patrząc na placówki powódki. (k.175)

W. prowadząca działalność gospodarczą pod firmą S. w C. zażądała oddalenia powództwa i wniosku o udzielenie zabezpieczenia oraz zwrotu kosztów procesu. Zarzuciła, że nie narusza prawa Z. do znaku towarowego ani reguł uczciwej konkurencji. Wyjaśniła, że do zawarcia umowy franczyzowej nie doszło z przyczyn leżących po stronie powódki, która też nie zwróciła jej kosztów poniesionych na przystosowanie biura do świadczenia usług pod szyldem Domu Ubezpieczeniowego Spektrum. Zapewniła, że nie używa adresu e-mail (...), który po otrzymaniu odpisu pozwu zmieniła w rejestrze Urzędu Gminy w C.. (k.154-168)

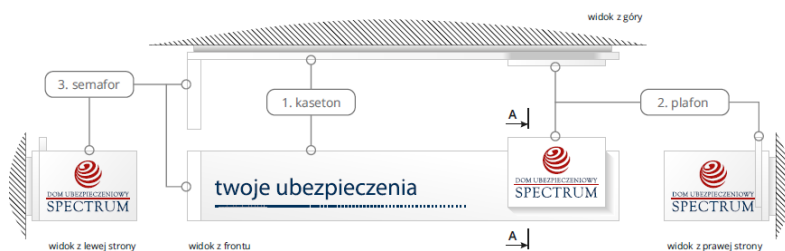
#### Sąd ustalił:

Z. prowadzi pod firmą D. w P. od 2006 r. działalność gospodarczą w zakresie świadczenia usług pośrednictwa ubezpieczeniowego, agentów i brokerów ubezpieczeniowych. Stworzyła i rozwinęła ogólnopolską sieć multi-agencyjnej sprzedaży produktów ubezpieczeniowych, specjalizującą się w doradztwie i sprzedaży produktów ubezpieczeniowych osobom fizycznym i podmiotom gospodarczym. Powódka działa na rzecz ponad 30 towarzystw ubezpieczeniowych w oparciu o własne placówki lub we współpracy z agentami na podstawie umów agencyjnych i z partnerami (franczyzobiorcami) na podstawie umów partnerskich, w oparciu o system franczyzowy. Posiada centralę w P. przy ul. (...). Stworzona przez nią sieć liczy 34 placówki. (dowód: informacja z CEIDG k.40-43, zrzuty z ekranu k.61-84, zeznania powódki k.201)

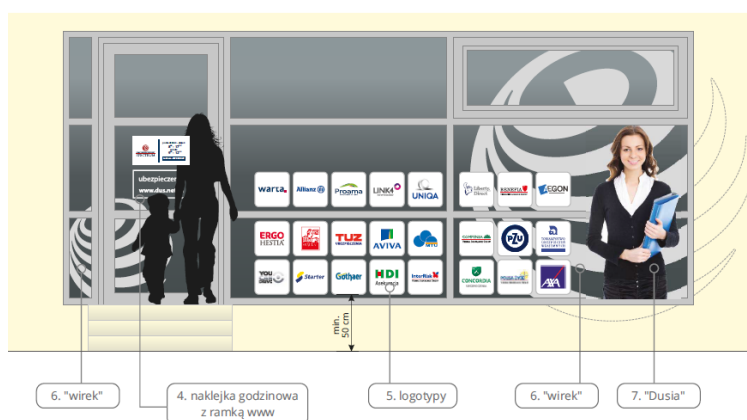
Od 2011 r. powódka, jej franczyzobiorcy i agenci stosują system oznaczeń odróżniających ich placówki, opisany w (...), na który składają się nań występujące łącznie lub w większości elementy:

- ✓ znak towarowy **DOM UBEZPIECZENIOWY SPECTRUM** nr CTM-010780104 umieszczany na zewnątrz – na semaforze, plafonie i naklejce godzinowej oraz jako element oznakowania wewnętrznego, w ulotkach, materiałach marketingowych i korespondencji handlowej,
- ✓ jako element oznakowania zewnętrznego - kaseton biały z wykonanym na nim małymi literami w kolorze granatowym napisem „twoje ubezpieczenia”, pod którym występuje pozioma kreska w kolorze granatowym przechodząca od lewej do prawej z linii ciągłej w punkty,





- ✓ jako element oznakowania zewnętrznego – wyklejenie witryny zestawem logotypów towarzystw ubezpieczeniowych, umieszczonych na „kafelkach” w kształcie kwadratów o zaokrąglonych rogach, przy czym kwadraty te umieszczone są w orientacji poziomej, a cały zestaw „kafelków” lub jego poszczególne części tworzą zawsze figurę geometryczną (prostokąt lub kwadrat),



- ✓ jako element oznakowania zewnętrznego – naklejka godzinowa w kolorze białym z umieszczonym na niej znakiem DOM UBEZPIECZENIOWY SPECTRUM i informacjami godzinowymi oraz numerem telefonu w kolorze granatowym,



- ✓ jako element oznakowania zewnętrznego - semafor, plafon oraz kaseton w kolorze białym,
- ✓ element w kształcie tzw. „wirka” w kolorze szarym skierowany w jedną lub w drugą stronę będący także odwzorowaniem członu znaku towarowego DOM UBEZPIECZENIOWY SPECTRUM jako element oznakowania zewnętrznego (wyklejenie witryny, drzwi) i wewnętrznego (np. jako meble, elementy umeblowania, przesłony),
- ✓ postać kobiety, tzw. „Dusia” - jako element oznakowania zewnętrznego (wyklejenie witryny) i wewnętrznego (np. plansza ulotkownika, ulotki, materiały marketingowe).



Jeżeli nie pozwalają na to warunki budowlano-lokalowe, wymagania administracyjne lub konserwatorskie, oznaczenia odróżniające mogą być usytuowane w inny sposób. (dowód: Standard oznakowania i wyposażenia placówek DUS i Podręcznik operacyjny do umowy partnerskiej systemu franczyzowego k.85, zrzuty z ekranu ze strony internetowej k.61-84, zeznania powódki k.201)

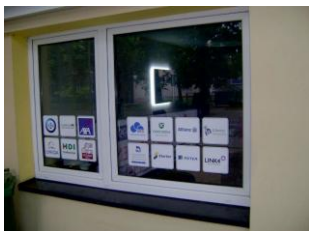
Powódce służy prawo do wspólnotowego słowno-graficznego znaku towarowego



DOM UBEZPIECZENIOWY  
**SPECTRUM**

zarejestrowanego w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego w Alicante pod nr 010780104, z pierwszeństwem od 2/04/2012 r., chronionego m.in. dla usług w klasie 36 klasyfikacji nicejskiej: ubezpieczenia; działalność finansowa; bankowość; majątek nieruchomy; analizy finansowe; doradztwo w sprawach ubezpieczeniowych i finansowych; wycena finansowa [ubezpieczenia, banki, nieruchomości]; gwarancje [kaucje]; informacja o ubezpieczeniach; inwestycje kapitałowe; informacje finansowe; maklerstwo ubezpieczeniowe; usługi powiernicze; ubezpieczenia od pożarów; ubezpieczenia morskie; ubezpieczenia zdrowotne; ubezpieczenie od wypadków; ubezpieczenia na życie; usługi ubezpieczeniowe, w tym ubezpieczenia komunikacyjne, majątkowe, osobowe, finansowe, rolne, ubezpieczenia w podróży. (dowód: świadectwo rejestracji i wydruk z bazy OHIM k.46-60)

W. prowadzi działalność gospodarczą w zakresie ubezpieczeń pod firmą S. w C.. (dowód: informacja z CEIFG k.87-89) W okresie od 2013 r. do 31/05/2015 r. strony łączyła umowa agencyjna, którą pozwana realizowała pod własnym oznaczeniem. W 2014 r. strony negocjowały zawarcie umowy franczyzowej, do czego jednak nie doszło. (bezsporne – tak też zeznania stron k.201, wypowiedzenie k.95) Przygotowując się do świadczenia usług doradztwa ubezpieczeniowego jako franczyzobiorca Z. W. wyposażyła - na własny koszt - lokal w C. przy ul. (...) w elementy systemu oznaczeń Domu Ubezpieczeniowego SPECTRUM. Gdy strony zerwały rozmowy, usunęła z lokalu oznaczenia identyfikujące powódkę w obrocie, w szczególności jej znak towarowy. Zaprzestała także używania adresu e-mail (...). (bezsporne – tak też zeznania pozwanej k.201, faktury i dowody zapłaty k.163-166, fotografie lokalu i baneru reklamowego pozwanej k.117-131, 132-138, 191-193, zeznania stron k.201) Placówka pozwanej ma obecnie wygląd:



(bezsporne)

Inne lokale, w których świadczone są tego rodzaju usługi mają szyldy z oznaczeniem nazwy przedsiębiorstwa, kafelki z nazwami towarzystw ubezpieczeniowych, postać osoby obsługującej budzącej przekonanie o jej kompetencji i sympatii dla klienta. (zrzuty z ekranu k.140-142, wydruki ze stron internetowych k.143-144)

Czyniąc powyższe ustalenia Sąd skoncentrował się na używaniu przez pozwaną kwestionowanych elementów oznaczenia miejsca gdzie W. świadczy usługi, co stanowiło istotę zarzutu naruszenia prawa do wspólnotowego znaku towarowego i reguł uczciwej konkurencji. Sąd pominął twierdzenia i oddalił dowody z zeznań świadków Z., D., R., i C. wnioskowanych przez strony na okoliczności bezsporne lub nieistotne dla rozstrzygnięcia sporu w rozumieniu art. 227 k.p.c., dotyczące współpracy stron i negocjacji w sprawie zawarcia umowy franczyzowej. Z tych samych przyczyn nie zostały także uwzględnione wnioski o dopuszczenie dowodów z dokumentów, dotyczących sposobu prowadzenia przez powódkę działalności gospodarczej, zawierania umów agencyjnych i franczyzowych oraz przyczyn niezawarcia przez strony umowy franczyzowej. (k.44-45, 85, 86) oraz z korespondencji stron (k.90-94) Sąd oddalił ponadto wniosek pozwanej o dopuszczenie dowodu z zeznań świadka S. powoływanych na okoliczności podlegające ocenie normatywnej.

Zarówno wyłączenie używania przez Z. wspólnotowego znaku towarowego nr 010780104 jak i pierwszeństwo rynkowe stosowania systemu oznaczeń lokali, w której powódka i jej franczyzobiorcy świadczą usługi ubezpieczeniowe nie były przez pozwaną kwestionowane, nie przeczyła ona także, iż jej lokal w C. ma wygląd przedstawiony na fotografiach. Zgodny był fakt świadczenia przez strony identycznych usług ubezpieczeniowych należących do klasy<sup>36</sup>. klasyfikacji nicejskiej. Spór stron koncentrował się na ocenie kolizji znaku wspólnotowego i systemu oznaczeń powódki z poszczególnymi elementami oznaczenia lokalu pozwanej, wymienionymi w pkt 1 pozwu.

**Sąd zważył:**

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



Podstawową funkcją znaku towarowego jest zagwarantowanie konsumentowi lub końcowemu odbiorcy możliwości określenia pochodzenia towaru lub usługi nim oznaczonych, odróżnienia (bez ewentualnego wprowadzenia w błąd) ich od towarów lub usług innego pochodzenia. (tak wyroki Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości [obecnie Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej] z 23/05/1978 r. w sprawie 102/77 *H.*, z 18/06/2002 r. w sprawie C-299/99 *P.*, z 8/05/2008 r. w sprawie C-304/06 *E.*, wyrok Sądu Unii Europejskiej [poprzednio Sądu Pierwszej Instancji] z 8/02/2011 r. w sprawie T-157/08 *I.*) Prawo wyłączne przyznawane jest, aby umożliwić właścicielowi znaku towarowego ochronę jego szczególnych interesów, zadbanie o to, aby znak ten mógł pełnić właściwe sobie funkcje : wskazywania konsumentom pochodzenia towaru/usługi, jakościową, reklamową, komunikacyjną i inwestycyjną. Wykonywanie tego prawa jest zastrzeżone dla przypadków, w których używanie przez osoby trzecie określonego oznaczenia negatywnie wpływa lub może wpływać na którąkolwiek z tych funkcji. (por. wyroki Trybunału z 22/09/2011 r. w sprawie C-482/09 *B.*, z 18/06/2009 r. w sprawie C-487/07 *L.i in.*, z 23/03/2010 r. w sprawach połączonych od C-236/08 do C-238/08 *G. i G.*)

Wspólnotowy znak towarowy jest jednolitym tytułem ochronnym, funkcjonującym w oparciu o unormowania rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z 26/02/2009 r. w sprawie *wspólnotowego znaku towarowego* (wersja ujednolicona), które reguluje w go sposób całościowy, w szczególności zasady jego rejestracji, wynikające z niej prawa oraz ich ochronę. Przepisy o charakterze materialno-prawnym rozporządzenia, jako część *acquis communautaire* stanowią element polskiego porządku prawnego, znajdując bezpośrednie zastosowanie. Zasadniczo, są one powtórzeniem regulacji Pierwszej Dyrektywy Rady nr 89/104/EWG z 21/12/1989 r. *mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych*. Implementująca ją ustawa *Prawo własności przemysłowej* znajduje zastosowanie wyłącznie tam, gdzie brak odpowiedniego unormowania w rozporządzeniu, w szczególności w tym zakresie w jakim odsyła ono do właściwych przepisów prawa krajowego.

Art. 9 rozporządzenia przyznaje uprawnionemu prawo wyłącznego i niezakłóconego używania wspólnotowego znaku towarowego i zakazania osobom nie mającym jego zgody m.in.:

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

Ocena identyczności lub podobieństwa znaku zarejestrowanego i przeciwstawianego mu znaku (oznaczenia) pozwanego powinna się opierać na ich zgodności wizualnej, fonetycznej i koncepcyjnej. Znaki należy porównywać całościowo, a decydujące znaczenie mieć będą elementy odróżniające (dominujące), a nie opisowe. Oznaczenie może być uznane za identyczne ze znakiem, tylko wtedy, gdy powtarza – bez dokonywania zmian lub uzupełnień – wszystkie jego elementy, lub gdy rozpatrywane jako całość, wykazuje nieznaczne różnice, które nie zostaną dostrzeżone przez przeciętnego konsumenta. (tak



wyrok Trybunału z 20/03/2003 r. C-291/00 *L.*) Dwa znaki towarowe są do siebie podobne jeżeli, z punktu widzenia określonego kręgu odbiorców, są one przynajmniej częściowo identyczne w jednym lub kilku istotnych aspektach. (tak wyrok Sądu z 23/10/2002 r. w sprawie T-6/01 *M.*) Dla stwierdzenia, czy w konkretnym przypadku znaki są identyczne, czy też można mówić zaledwie o podobieństwie, konieczne jest dokonanie oceny wizualnych, fonetycznych i znaczeniowych cech znaków i ich całościowego oddziaływania na percepcję należycie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego przeciętnego konsumenta. (tak wyroki Trybunału z 20/03/2003 r. w sprawie C-291/00 *LTJ D.*, z 8/05/2014 r. w sprawie C-591/12 *P. SA*)

Dokonując oceny podobieństwa towarów i usług należy brać pod uwagę wszystkie czynniki charakteryzujące zachodzące między nimi relacje (zależności), szczególnie ich rodzaj i przeznaczenie, sposób używania lub korzystania z nich, warunki w jakich są sprzedawane, a także ich wzajemny, konkurencyjny lub komplementarny charakter. (tak wyroki Sądu z 23/10/2002 r. w sprawie T-388/00 *E.*, z 4/11/2003 r. w sprawie T-85/02 *C.*)

Całościowa ocena zakłada pewną współzależność między branymi pod uwagę czynnikami, w szczególności podobieństwem znaków oraz podobieństwem towarów/usług, których one dotyczą, przy czym niski stopień podobieństwa towarów i usług może być zrównoważony znaczącym stopniem podobieństwa znaków i odwrotnie. (zasada wzajemnej zależności - tak wyroki Trybunału z 23/10/2002 r. w sprawie T-6/01 *M.*, z 13/09/2007 r. w sprawie C-234/06 *I.*, z 18/12/2008 r. w sprawie C-16/06 *M.*)

W myśl utrwalonego orzecznictwa, prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje, gdy znaczna część właściwego kręgu odbiorców mogłaby zostać skłonią do omyłkowego zakupu towaru pozwanego, myśląc, że jest to towar uprawnionego (uznając, że dane towary lub usługi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa), ewentualnie mogłaby uznać, że dane towary lub usługi pochodzą z przedsiębiorstw powiązanych ze sobą gospodarczo. (tak wyroki Trybunału z 29/09/1998 r. w sprawie C-39/97 *C.*, z 4/05/1999 r. w sprawach połączonych C-108/97, C-109/97 *W.*, z 22/06/1999 r. w sprawie C-342/97 *L.*, z 2/09/2010 r. w sprawie C-254/09 *C.* i wyrok Sądu z 9/12/2010 r. w sprawie T-303/08 *G.*) Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd powinno być oceniane w sposób całościowy, według sposobu postrzegania określonego konsumenta, przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności konkretnego przypadku, szczególnie wzajemnej zależności między podobieństwem oznaczeń i towarów lub usług, których one dotyczą. (tak wyroki Trybunału z 11/11/1997 r. w sprawie C-25/95 *S.*, z 23/03/2006 r. w sprawie C-206/04 *M.*, z 18/12/2008 r. w sprawie C-16/06 *M.*, z 8/05/2014 r. w sprawie C-591/12 *P.* oraz wyroki Sądu z 9/07/2003 r. w sprawie T-162/01 *G.* i z 20/01/2010 r. w sprawie T-460/07 *L.*)

Właściwy krąg odbiorców składa się z przeciętnych konsumentów, należycie poinformowanych, dostatecznie uważnych i rozsądnych, przy czym poziom uwagi konsumentów może się różnie kształtować w zależności od kategorii towarów lub usług. (tak wyroki Trybunału z 22/06/1999 r. w sprawie C-342/97 *L.*, z 6/05/2003 r. w sprawie C-104/01 *L.* i z 12/01/2006 r. C-361/04 *R.*) Przeciętny konsument rzadko ma możliwość przeprowadzenia bezpośredniego porównania różnych znaków towarowych, musi zazwyczaj

zdać się na zachowany w pamięci niedoskonały ich obraz. Ryzyko konfuzji jest tym większe, im silniejszy jest charakter odróżniający znaku towarowego, który wynika z jego samoistnych cech lub renomy (znajomości, rozpoznawalności na rynku). (tak wyroki Trybunału z 22/06/1999 r. w sprawie C-342/97 L, z 11/11/1997 r. w sprawie C-251/95 S. i z 29/09/1998 r. w sprawie C-39/97 C.)

Istnieje pewna współzależność pomiędzy znajomością znaku wśród odbiorców, a jego charakterem odróżniającym - im bardziej znak jest znany, tym bardziej wzmocniony jest jego charakter odróżniający. Przy ocenie, czy znak cieszy się wysoce odróżniającym charakterem wynikającym z jego znajomości wśród odbiorców, należy rozpatrzyć wszystkie istotne okoliczności danego przypadku, w szczególności udział znaku w rynku, natężenie, zasięg geograficzny i długość okresu jego używania, wielkość inwestycji dokonanych przez przedsiębiorstwo w celu jego promocji, udział procentowy zainteresowanych grup odbiorców, którym znak umożliwia zidentyfikowanie towarów jako pochodzących z określonego przedsiębiorstwa, jak również oświadczenia izb handlowych i przemysłowych lub stowarzyszeń zawodowych. (tak wyrok Sądu z 12/07/2006 r. w sprawie T-277/04 V.) Ciężar udowodnienia siły znaku towarowego i jego odróżniającego charakteru, spoczywa na powodzie. (art. 6 k.c.)

W ocenie Sądu, w niniejszej sprawie niewątpliwie nie zachodzi podwójna identyczność wymagana dla stwierdzenia naruszenia w sposób stypizowany w art. 9 ust. 1a rozporządzenia, stawiany W. zarzut należało więc odnieść do naruszenia stypizowanego w art. 9 ust. 1b rozporządzenia:



Słowno-graficzny wspólnotowy znak towarowy ma stosunkowo niską pierwotną zdolność odróżniającą w odniesieniu do usług w klasie 36 klasyfikacji nicejskiej: ubezpieczenia, doradztwo w sprawach ubezpieczeniowych, informacja o ubezpieczeniach, maklerstwo ubezpieczeniowe, ubezpieczenia od pożarów, ubezpieczenia morskie, ubezpieczenia zdrowotne, ubezpieczenie od wypadków, ubezpieczenia na życie, usługi ubezpieczeniowe, w tym ubezpieczenia komunikacyjne, majątkowe, osobowe, finansowe, rolne, ubezpieczenia w podróży. Do tej grupy należą usługi, które świadczy także pozwana.

Znak został zbudowany z opisowego elementu słownego DOM UBEZPIECZENIOWY, który nie może być zawłaszczany przez jednego przedsiębiorcę działającego na rynku tego rodzaju usług. Przeciwnie, dokonując zgłoszenia, powódka musiała się liczyć z koniecznością tolerowania używania przez konkurentów rynkowych słów DOM i UBEZPIECZENIOWY. Poziomu zdolności odróżniającej znaku nie podnoszą elementy graficzne (klasyczna, stonowana kolorystyka, podkreślenie, popularny i często używany przez różnych przedsiębiorców „wirek”). Jedynym elementem dystynktywnym znaku, który może być zapamiętywany przez klientów jest słowo SPECTRUM.



Przeciwstawiane znakowi powódki oznaczenie składa się z opisowego elementu słownego STREFA UBEZPIECZEŃ i graficznego przedstawienia globu ze strzałką utrzymane jest w podobnej kolorystyce. Oznaczenie to nie może być uznane za podobne do znaku towarowego powódki, w żaden sposób się z nim bowiem nie kojarzy. Nie można go uznać za identyczne ani na płaszczyźnie koncepcyjnej, fonetycznej, ani graficznej. W przekonaniu Sądu, osoba zainteresowana usługami ubezpieczeniowymi jest na tyle rozsądna i rozważna, iż dostrzeże istotne różnice pomiędzy znakami stron, przede wszystkim stwierdzi brak w oznaczeniu pozwanej elementu dystynktywnego SPECTRUM, odróżni DOM ubezpieczeniowy od STREFY ubezpieczeń. Skojarzenia ze znakiem powódki nie zbuduje na całkowicie odmiennym sposobie przedstawienia obracającego się globu ziemskiego (w postaci wirka u powódki i kuli ziemskiej ze strzałką u pozwanej). Zresztą nawet gdyby te dwa elementy jakoś się ze sobą kojarzyły, to nie mogą zdominować odróżniającego słowa SPECTRUM w znaku powódki, którego brak w znaku pozwanej.

Stosując wypracowane w orzecznictwie wspólnotowym reguły oceny, znaków stron nie można zatem uznać za podobne. Zarzut naruszenia przez Kingę Walczak prawa Z. z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego w sposób stypizowany w art. 9 ust. 1b jest nieuzasadniony. Wynikające z niego roszczenia podlegały zatem oddaleniu jako nieuzasadnione. (*a contrario* art. 9 ust. 2 rozporządzenia)

## **II. Naruszenie reguł uczciwej konkurencji :**

Zgodnie z jej art. 1, ustawa z dnia 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., że *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 rynkowej 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 naruszcyciela 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. (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 KKN 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 i przepisy czyn nieuczciwej konkurencji uszczegóławiające pozostają w następujących 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 słuszych interesów tego przedsiębiorcy, który poniósł określone nakłady na zaprojektowanie, wprowadzenie do obrotu i promocję określonego produktu, czy na rozpoznawalność jego oznaczenia. 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.

Zgodnie z przepisem art. 10 ust. 1 u.z.n.k., 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. Dla oceny sprzeczności działania pozwanego z regułami uczciwej konkurencji na gruncie tego przepisu należy stosować odpowiednio zasady wypracowane w prawie znaków towarowych.

W przekonaniu Sądu, pozwana nie dopuszcza się czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 10 ust. 1 u.z.n.k. Na wstępie jednak należy wskazać na poważną niekonsekwencję w żądaniach pozwu oraz twierdzeniach i dowodach przedstawianych przez Z. Powódka wskazuje, że dla oznaczania świadczonych przez nią usług pośrednictwa w zawieraniu umów ubezpieczeniowych używa systemu oznaczeń, na który składają się: jej wspólnotowy znak towarowy oraz elementy słowne i graficzne. Bezsporne w sprawie jest, że używa ich w obrocie od 2011 r. w punktach własnych i franczyzowych, wszystkich łącznie lub większości z nich. Jako oznaczenie wskazujące na pochodzenie od niej usług z zakresu ubezpieczeń należałoby traktować łącznie wszystkie elementy systemu, którym powinien być przeciwstawiony system oznaczeń punktu, w którym swe usługi świadczy pozwana. Tymczasem żądania pozwu zostały sformułowane odrębnie do każdego z elementów tego systemu, co należy rozumieć w ten

sposób, że każde z wymienionych w pkt 1. pozwu oznaczeń słownych i graficznych ma – w przekonaniu powódki – stwarzać możliwość wprowadzenia jej klientów w błąd co do pochodzenia usług ubezpieczeniowych od stron postępowania. Każde z nich należało więc ocenić odrębnie. Co więcej, ze sformułowania żądań wynika, że ich używanie powinno być zakazane w przypadku stosowania przez pozwaną oznaczeń zawierających wskazane elementy, ale także inne, niewymienione przez powódkę. Taka formuła żądania jest zbyt ogólna i niedopuszczalna, sankcje zakazowe mają być skuteczne na przyszłość, odnosząc się do każdej formy działania odpowiadającej treści zakazu. W tym przypadku, niewłaściwy rzeczowo sąd egzekucyjny miałby rozstrzygać, czy kiedykolwiek w przyszłości używane przez pozwaną oznaczenie zawierające któryś z wymienionych w pkt 1. elementów narusza reguły uczciwej konkurencji.

Zdaniem Sądu, żaden z zakwestionowanych elementów oznaczeń pozwanej nie narusza systemu oznaczeń Domu Ubezpieczeniowego Spectrum. Stawiany przez powódkę zarzut jest nieusprawiedliwiony i nie ma oparcia w regułach rządzących prawem własności przemysłowej i praktyką rynkową. Można odnieść wrażenie, iż powódka przeprowadza ocenę w sposób bezpośredni przeciwstawiając sobie oznaczenia stron, co jest sprzeczne z zasadami oceny ryzyka konfuzji. Przekonuje też, iż dla odbiorcy usług stron decydujące znaczenie dla wnioskowaniu o ich pochodzeniu mają oznaczenia graficzne (wirek, postać kobiety, układ logotypów towarzystw ubezpieczeniowych), kolorystyka i oznaczenia słowne stricte opisowe (twoje ubezpieczenia, ubezpieczenia, strefa ubezpieczeń). Z takimi twierdzeniami nie można się zgodzić, powódka pomija bowiem zasadniczy słowny element znaku towarowego – słowo SPECTRUM, które właśnie, jako abstrakcyjne, wyróżnia się z jej oznaczeń. Nie wyjaśnia przy tym, jakimi słowami pozwana powinna zastąpić „ubezpieczenie” w sytuacji, gdy świadczy usługi związane z doradztwem ubezpieczeniowym i sprzedażą produktów ubezpieczeniowych, pośredniczy w zawieraniu umów ubezpieczenia. Nie można także przystać na jej definicję modelowego konsumenta. Ocenę należy bowiem przeprowadzić z punktu widzenia racjonalnego, rozważnego konsumenta – osoby zainteresowanej zawarciem umowy ubezpieczenia z wybranym ubezpieczycielem. Wybór pośrednika dokonywany jest przez taką osobę w sposób staranny. Obydwie strony są zgodne co do decydujących o wyborze rekomendacji lub polecenia.

Sąd ma ponadto poważne wątpliwości, czy stosowany przez powódkę system oznaczeń może być w całości (ze wszystkimi elementami) traktowany przez klientów jako jej znak usługowy, pozbawiony jest on bowiem cechy jednolitości (spójności). Wbrew przekonaniu Z. nie wszystkie elementy systemu są w takim samym stopniu dystynktywne i zapamiętywane przez klientów, trudno np. uznać żeby o pochodzeniu usług wnioskowali z naklejek z informacją o godzinach otwarcia (jeśli już, to zapamiętują oni raczej w jakich godzinach biuro jest otwarte, a nie wygląd naklejki, jej kolorystykę, układ elementów), rozmieszczenia logotypów towarzystw ubezpieczeniowych, napisu „twoje ubezpieczenia”, czy postaci kobiety, powszechnie stosowanej na rynku np. na witrynach banków. W przekonaniu Sądu, jedynym

elementem dystynktywnym systemu oznaczeń jest logo , co do którego stwierdzono brak konfuzyjnego podobieństwa.

Z przyczyn opisanych w części I. należy wykluczyć istnienie możliwości wprowadzenia w błąd w przypadku używania przez pozwaną elementu słowno-graficznego składającego się czerwonej kuli w białej siatce z białą strzałką w dolnej części kuli, pod którą umieszczony jest napis STREFA UBEZPIECZEŃ



wykonany wielkimi drukowanymi literami w kolorze granatowym . Oznaczenie to nie jest podobne do wspólnotowego znaku towarowego, całego systemu oznaczeń DUS ani do



żadnego jego elementu. Oznaczenia graficznego ani pozwana w ogóle nie używa (brak dowodu przeciwnego). Elementy w kolorze białym z napisami w kolorze granatowym lub czerwonym o treści „twoje ubezpieczenia” lub „ubezpieczenia” lub „strefa ubezpieczeń” umiejscowionych na takich powierzchniach jak semafor, plafon, kaseton, plakat, baner, naklejka, wyklejenie witryny lub drzwi, ulotka, plansza ulotkownika, a także **twoje ubezpieczenia** lub słowne oznaczenia: „twoje ubezpieczenia” lub „ubezpieczenia” lub „strefa ubezpieczeń” w kolorach granatowym lub czerwonym, biało-granatowe naklejki godzinowe, zestaw logotypów towarzystw ubezpieczeniowych, czy postać kobiety mają charakter opisowy lub dekoracyjny, pozbawione są jakiegokolwiek zdolności odróżniającej. Nie zostaną one uznane przez konsumentów za oznaczenie pochodzenia usługi od określonego przedsiębiorcy.

Całkowicie nieusprawiedliwiony jest zarzut dopuszczenia się przez pozwaną czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 10 u.z.n.k., przez używanie przez podawanie w CEIDG adresu e-mailowego (...), co może wywołać mylne wrażenie u odbiorców o związku istniejącym pomiędzy stronami postępowania. Nawet jeśli adres e-mail byłby zgłoszony do ewidencji osób prowadzących działalność gospodarczą, to nie jest to jednoznaczne z używaniem oznaczenia. (odpowiednio do nazwy domeny internetowej, por. wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z 11/07/2013 r. w sprawie C-657/11 B.) Powódka przyznaje natomiast, że W. nie używa adresu z elementem „dus” w korespondencji handlowej. Na marginesie należy zauważyć, że w sprawie nie przedstawiono żadnych dowodów na potwierdzenie pierwszeństwa używania przez powódkę słowa DUS w funkcji oznaczenia pochodzenia jej usług, a także poziomu rozpoznawalności tego oznaczenia – odmiennego od firmy i nazwy przedsiębiorstwa powódki D. w relatywnym kręgu klientów.



Działania pozwanej nie można także uznać za czyn nieuczciwej konkurencji zdefiniowany w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem, świadome korzystanie z cudzych praw lub choćby pozycji wypracowanej przez innego przedsiębiorcę stanowi działanie sprzeczne z prawem i narusza dobre obyczaje kupieckie. Nie ulega wątpliwości, że w uczciwym obrocie gospodarczym istnieje norma, wedle której nikt nie powinien czerpać nieuzasadnionych korzyści z cudzej pracy. (por. wyrok Sądu Najwyższego z 2/01/2007 r. V CSK 311/06) W tym przypadku nie można uznać, że wykorzystanie przez W. semafora, plafonu, kasetonu i naklejki, na których zmienione zostały oznaczenia słowne i graficzne (poza jednym, opisowym „twoje ubezpieczenia”) może być uznane za wykorzystywanie renomy konkurentki rynkowej Z.. Pozwana od wielu lat prowadzi własną działalność gospodarczą pod firmą S.. Nie ma żadnych podstaw do uznania, że używanie popularnych i powszechnie używanych przez przedsiębiorców elementów oznaczenia zewnętrznego, opisowych oznaczeń słownych i graficznych może być kwalifikowane jako korzystanie z cudzej renomy, wykorzystywanie wypracowanej poprzez lata używania oraz nakłady finansowe na promocję znajomości i odróżnialności na rynku znaku towarowego i oznaczeń odróżniających powódki.

Sąd nie jest przekonany o słuszności tezy, że klienci pośredników ubezpieczeniowych nie przywiązują żadnej wagi do nazwiska ani znaku towarowego, kierując się w wyborze biura rozmieszczeniem plafonów, semaforów, kasetonów i naklejek, kolorem czcionki, układem logotypów towarzystw ubezpieczeniowych, w końcu postacią kobiety, nie zwracając uwagi na słowo SPECTRUM w znaku towarowym i graficzny motyw wirka pojawiającego się w tym znaku i wielu innych miejscach (na drzwiach, szybach, naklejce z godzinami otwarcia biura). Powódka nie tłumaczy w żaden sposób, dlaczego te elementy, których pozwana nie używa, a które – zdaniem Sądu - wyróżniają się w jej oznaczeniach są całkowicie pomijane w ocenie podobieństwa przeciwstawianych sobie systemów oznaczeń stron oraz ryzyka konfuzji konsumenckiej.

Sąd nie jest także przekonany do słuszności zarzutów zgłaszanych przez powódkę, która daje zaledwie jeden przykład oznaczeń konkurencyjnego przedsiębiorcy, których na rynku usług ubezpieczeniowych są tysiące, o czym zeznają same strony.

Całkowicie pozbawiona znaczenia dla oceny naruszenia praw z rejestracji wspólnotowego znaku towarowego i reguł uczciwej konkurencji jest dawna współpraca stron, powódka nie wykazała bowiem, by jakimkolwiek innym niż kwestionowane oznaczenie biura w C., działaniem pozwana miałaby wprowadzać w błąd klientów, w szczególności wywołując u nich przekonanie o istnieniu powiązań gospodarczych stron, w szczególności przynależności pozwanej do sieci franczyzowej D..

Stwierdzenie nienaruszenia przez W. prawa wyłącznego i interesów gospodarczych Z. czyni powództwo nieusprawiedliwionym co do zasady. Roszczenia wynikające z naruszenia, oparte na

przepisach art. 9 ust. 2 rozporządzenia, art. 296 ust. 1 p.w.p. w zw. z art. 102 ust. 2 rozporządzenia oraz art. 18 ust. 1 pkt 1 i 3 u.z.n.k. podlegają oddaleniu w całości jako bezzasadne.

**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 stawiennictwa strony. (§ 3 art. 98 k.p.c.) Opłaty za czynności adwokackie przed organami wymiaru sprawiedliwości określa rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z 28/09/2002 r. *w sprawie opłat za czynności adwokackie oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu*.

Zasądzając opłatę sąd bierze pod uwagę niezbędny nakład pracy, a także charakter sprawy i wkład pracy adwokata w przyczynienie się do jej wyjaśnienia i rozstrzygnięcia. (§ 2 ust.1.) Podstawę stanowią określone w rozdziałach 3-5 stawki minimalne. Opłata nie może być wyższa od sześciokrotnej stawki minimalnej (§ 2 ust.2.), której wysokość zależy od wartości przedmiotu sprawy lub jej rodzaju. (§ 4 ust.1.) W sprawie o naruszenie prawa z rejestracji stawka minimalna wynosi 840 zł. (§ 11 ust. 1 pkt 18) Nie obejmuje ona opłat od roszczeń pieniężnych dochodzonych łącznie. (§ 11 ust. 2) Dla roszczenia o zapłatę 5.000 zł stawka minimalna wynosi 600 zł. (§ 6 pkt 3)

Zważywszy charakter sprawy, jej wagę, stopień skomplikowania i czas trwania postępowania, Sąd uznał, że adekwatne do nakładu pracy pełnomocnika pozwanej, wykonującego zawód adwokata jest wynagrodzenie w minimalnej wysokości. (840 + 600 + 17 zł).

Wyrokiem z dnia 9.02.2017 r. Sąd Apelacyjny w Warszawie sygn.. akt I Aca 2212/15 zmienił zaskarżony

**Wyrokiem z dnia 9.02.2017 r. Sąd Apelacyjny w Warszawie sygn. Akt I ACa 2212/15:**

**I. zmienia zaskarżony wyrok**

**a) w punkcie pierwszym częściowo w ten sposób, że nakazuje pozwanej W. zaniechanie czynów nieuczciwej konkurencji polegających na używaniu w obrocie gospodarczym, w związku ze świadczeniem lub oferowaniem usług pośrednictwa ubezpieczeniowego, usług agentów i brokerów ubezpieczeniowych oraz usług doradztwa związanego z ubezpieczeniami, w tym do oznaczania miejsc oferowania i świadczenia tych usług, oznaczeń zawierających:**

- element słowno-graficzny składający się z czerwonej kuli w białej siatce z białą strzałką w dolnej części kuli, pod którą umieszczony jest napis STREFA UBEZPIECZEŃ wykonany wielkimi drukowanymi literami w kolorze



granatowym zobrazowanym na zdjęciu:

- elementu w postaci oznaczenia o białym tle z umieszczonym na nim napisem „twoje ubezpieczenia” w kolorze granatowym zobrazowanym na zdjęciu: [twoje ubezpieczenia](#),

- elementu w postaci biało - granatowych naklejek godzinowych,

- elementu wykorzystującego do prezentacji logotypów towarzystw ubezpieczeniowych zestaw jednakowych rozmiarów białych elementów w kształcie kwadratów o zaokrąglonych rogach, przy czym poszczególne kwadraty umieszczone są w orientacji poziomej, a cały zestaw kwadratów lub poszczególne części zestawu kwadratów tworzą zawsze figurę geometryczną prostokąt lub kwadrat,

- elementu w formie postaci kobiecej będącej kobietą rasy białej, szatynką lub brunetką ubraną w czarną lub ciemnoszarą lub granatową marynarkę z widoczną spod spodu białą bluzką,

b) w punkcie drugim w ten sposób, że zasądza od Z. na rzecz W. kwotę 541 zł (pięćset czterdzieści jeden złotych) tytułem kosztów postępowania;

II. oddała apelację w pozostałej części;

III. zasądza od Z. na rzecz W. kwotę 352,50 zł (trzysta pięćdziesiąt dwa złote pięćdziesiąt groszy) tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.