

Sygn. akt VII AGa 2091/18

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 30 listopada 2020 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie VII Wydział Gospodarczy i Własności Intelaktualnej w składzie:

Przewodniczący: Sędzia Ewa Zalewska (spr.)

Sędziowie: Anna Rachocka

Anna Szanciło

po rozpoznaniu w dniu 30 listopada 2020 r. w Warszawie

na posiedzeniu niejawnym

sprawy z powództwa (...) z siedzibą w W. (...)

przeciwko P.P.H.U. (...) J. L., I. (...) spółce jawnej z siedzibą w T.

o ochronę praw do znaków towarowych i zakazanie czynów nieuczciwej konkurencji

na skutek apelacji pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie – XXII Wydziału Sądu Unijnych Znaków Towarowych i W. Wspólnotowych

z dnia 30 maja 2018 r., sygn. akt XXII GWzt 23/18

I. oddala apelację;

II. zasądza od P.P.H.U. (...) J. L., I. (...) spółki jawnej z siedzibą w T. na rzecz (...) z siedzibą w W. (...) kwotę 840 zł (osiemset czterdzieści złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu zażaleniowym;

III. zasądza od P.P.H.U. (...) J. L., I. (...) spółki jawnej z siedzibą w T. na rzecz (...) z siedzibą w W. (...) kwotę 1.260 zł (jeden tysiąc dwieście sześćdziesiąt złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym.

Sygn. akt VII AGa 2091/18

UZASADNIENIE

Postanowieniem wydanym 9 marca 2018 r. w sprawie sygn. akt XXII GWo 2/18 Sąd Okręgowy udzielił (...) z siedzibą w W. zabezpieczenia roszczeń o:

1. zaniechanie przez P.P.H.U. (...) J. L., I. (...) spółkę jawną z siedzibą w T. naruszeń prawa do słownego znaku towarowego Unii Europejskiej (...) zarejestrowanego przez Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelaktualnej pod numerem (...) oraz słownego krajowego znaku towarowego (...) zarejestrowanego przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej pod numerem (...), polegających na używaniu przez obowiązaną, bez zgody wnioskodawcy oznaczeń słownych: (...) oraz oznaczeń słowno- graficznych o wyglądzie: , lub , niezależnie od zastosowanej wersji

kolorystycznej, w związku z oznaczaniem, importowaniem, reklamowaniem, oferowaniem i wprowadzaniem do obrotu rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów,

2. o zaniechanie czynów nieuczciwej konkurencji popełnianych przez obowiązanego na szkodę uprawnionego w postaci oznaczania, importowania, reklamowania, oferowania i wprowadzania do obrotu rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów oznaczonych z wykorzystaniem oznaczeń słownych (...) oraz oznaczeń słowno-graficznych o wyglądzie przedstawionym w pkt 1, niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej, które to działania mogą wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia oznaczanych towarów, a także jako sprzeczne z dobrymi obyczajami godzą w renomę i wypracowaną przez uprawnionego pozycję rynkową jego przedsiębiorstwa;

poprzez:

a. zakazanie obowiązanemu - na czas trwania postępowania - importowania, reklamowania, oferowania i wprowadzania do obrotu rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów z oznaczeniem słownym (...) lub z oznaczeniami słowno-graficznymi: , lub , niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej;

b. zakazanie obowiązanemu - na czas trwania postępowania - używania oznaczenia słownego (...), a także oznaczeń słowno-graficznych przedstawionych w pkt a., niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej: w reklamie, dokumentach handlowych, w ofertach i cennikach, w odniesieniu do rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów, w szczególności na stronach internetowych działających pod adresami: (...) (sygn. akt XXII GWo 2/18)

Pozwem wniesionym w dniu 5 kwietnia 2018 r. (...) z siedzibą w W. (dalej również jako „powód”) wniósł o:

I. zakazanie P.P.H.U. (...) J. L., I. (...) spółce jawnej z siedzibą w T. (dalej również jako „pozwany”) naruszenia jego znaków towarowych:

- słownego znaku towarowego Unii Europejskiej (...) zarejestrowanego przez Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej ((...)) pod numerem (...),
- słownego krajowego znaku towarowego (...) zarejestrowanego przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej ((...)) pod numerem (...),

poprzez zakazanie pozwanemu oferowania, wprowadzania do obrotu, sprzedaży, przekazania pod tytułem darmym oraz składowania w wyżej wymienionych celach, importowania, eksportowania, reklamowania oraz produkowania rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów, sygnowanych oznaczeniem słownym: (...) lub oznaczeniami słowno-graficznymi o następującym lub analogicznym wyglądzie: , lub , niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej tych oznaczeń;

II. nakazanie pozwanemu zaniechania popełniania czynów nieuczciwej konkurencji na szkodę powoda polegających na wprowadzaniu do obrotu rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów opatrzonych oznaczeniem słownym (...) oraz oznaczeniem słowno-graficznym o następującym lub analogicznym wyglądzie: , lub , niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej powyższych oznaczeń, które to działania mogą wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia oznaczanych towarów, a także jako sprzeczne z dobrymi obyczajami godzą w renomę i wypracowaną przez powoda pozycję rynkową jego przedsiębiorstwa;

III. orzeczenie o bezprawnie oznaczonych wytworach określonych w punkcie I oraz II petitum, a także środkach i materiałach, które zostały użyte do ich oznaczenia oraz nakazanie pozwanej usunięcia skutków niedozwolonych działań poprzez:

1. nakazanie pozwanemu zniszczenia, na jego koszt, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się wyroku w obecności przedstawiciela lub pełnomocnika powoda, będących własnością pozwanego, produkowanych, reklamowanych, składowanych, oferowanych, wprowadzanych do obrotu, a także sprzedawanych lub przekazywanych pod tytułem darmym rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów oraz wszelkich materiałów informacyjno-

reklamowych zawierających oznaczenia słowne ” (...) lub oznaczenia słowno-graficzne o następującym lub analogicznym wyglądzie: , lub , niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej tych oznaczeń;

2. nakazanie pozwanemu wycofania od dystrybutorów i partnerów handlowych, będących własnością pozwanego, rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów, zawierających oznaczenie słowne ” (...) lub oznaczenia słowno-graficzne o następującym lub analogicznym wyglądzie: , lub , niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej tych oznaczeń;

IV. nakazanie pozwanemu opublikowania na jego koszt wyroku wydanego w niniejszej sprawie, w części uwzględniającej roszczenie powoda, przez umieszczenie na stronach startowych następujących stron internetowych użytkowanych przez pozwanego: (...) i (...) - a w przypadku zmiany powyższych stron internetowych przez pozwaną w trakcie postępowania sądowego, na stronach internetowych, na których pozwany będzie prowadził główną działalność handlową w dniu orzekania - poprzez opublikowanie obramowanej i widocznej sentencji tego orzeczenia w zakresie uwzględniającym powództwo, w formie pojawiającego się przy każdorazowym wejściu na stronę dodatkowego okna wielkości 700 x 900 pixeli (tzw. pop-up window), które należy zamknąć, aby mieć dostęp do treści umieszczonych na stronie, przy czym sentencja orzeczenia zostanie opublikowana czarną czcionką Times New Roman nie mniejszą niż 20 na białym tle, w terminie 14 dni od uprawomocnienia się wyroku i będzie utrzymywana na tej stronie przez okres 3 miesięcy od jej opublikowania;

V. upoważnienie powoda - na podstawie art. 1049 § 1 k.p.c. - do zastępczego wykonania świadczeń określonych w punkcie IV, na koszt pozwanego, w przypadku gdy obowiązki te nie zostałyby wykonane przez pozwanego dobrowolnie w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się orzeczenia;

VI. zasądzenie zwrotu kosztów postępowania.

W odpowiedzi na pozew, pozwany wniósł o oddalenie powództwa i wniosku o zobowiązanie do udzielenia informacji oraz o zwrot kosztów postępowania.

Postanowieniem z dnia 30 maja 2018 r., Sąd Okręgowy:

1. zobowiązał pozwanego do udzielenia powodowi informacji o:

a. ilości wyprodukowanych, wytworzonych, zbytych, otrzymanych lub zamówionych przez pozwaną rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów sygnowanych oznaczeniem słownym (...) lub oznaczeniem słowno-graficznym zawierającym słowo (...), a także o cenach uiszczonych za te towary;

b. firmach (nazwach) odbiorców rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów sygnowanych oznaczeniem słownym (...) lub oznaczeniem słowno-graficznym zawierającym słowo (...) za okres od dnia 4 kwietnia 2015 r. do dnia udzielenia informacji oraz

2. oddalił wniosek powoda w pozostałej części.

Wyrokiem z dnia 30 maja 2018 r. Sąd Okręgowy w Warszawie – XXII Wydział Sądu Unijnych Znaków Towarowych i W. Wspólnotowych w sprawie o ochronę praw do znaków towarowych i zakazanie czynów nieuczciwej konkurencji:

1. zakazał P.P.H.U. (...) J. L., I. (...) spółce jawnej z siedzibą w T. naruszania praw (...) z siedzibą w W. do słownego unijnego znaku towarowego Unii Europejskiej (...) zarejestrowanego przez Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelktualnej pod numerem (...) i do słownego krajowego znaku towarowego (...) zarejestrowanego przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej pod numerem (...), to jest: oferowania, wprowadzania do obrotu, sprzedaży, przekazywania pod tytułem darmym oraz składowania w wymienionych celach, importowania, eksportowania, reklamowania oraz produkowania rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów sygnowanych oznaczeniem słownym (...) lub oznaczeniami słowno-graficznymi: lub , niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej tych oznaczeń;

2. nakazał pozwanemu zaniechanie popełniania czynów nieuczciwej konkurencji na szkodę powoda polegających na wprowadzaniu do obrotu rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów opatrzonych oznaczeniem słownym (...) oraz z oznaczeniem słowno-graficznym o wyglądzie: lub , niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej tych oznaczeń;
3. nakazał pozwanemu zniszczenie, na jego koszt, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się wyroku, w obecności przedstawiciela lub pełnomocnika powoda, będących jego własnością, produkowanych, reklamowanych, składowanych, oferowanych, wprowadzanych do obrotu, a także sprzedawanych lub przekazywanych pod tytułem darmym wszelkich materiałów informacyjno-reklamowych zawierających oznaczenia słowne (...) lub oznaczenia słowno-graficzne: , lub niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej tych oznaczeń;
4. nakazał pozwanemu wycofanie od dystrybutorów i partnerów handlowych, będących jego własnością, rowerów oraz części i akcesoriów do rowerów zawierających oznaczenie słowne (...) lub oznaczenia słowno-graficzne: , lub niezależnie od zastosowanej wersji kolorystycznej tych oznaczeń;
5. nakazał pozwanemu opublikowanie, na jej koszt, wyroku wydanego w niniejszej sprawie, w części uwzględniającej roszczenie powoda, przez umieszczenie na stronach startowych stron internetowych użytkowanych przez pozwanego: (...) i (...) a w przypadku zmiany przez pozwanego powyższych stron internetowych w trakcie trwania postępowania sądowego, na stronach internetowych, na których będzie on prowadził główną działalność handlową w dniu orzekania, to jest opublikowanie obramowanej i widocznej sentencji orzeczenia w zakresie uwzględniającym powództwo, w formie pojawiającego się przy każdorazowym wejściu na stronę dodatkowego okna wielkości 700 x 900 pixeli (tzw. pop-up window), które należy zamknąć, aby mieć dostęp do treści umieszczonych na stronie, czarną czcionką Times New Roman nie mniejszą niż 20 na białym tle, w terminie 14 dni od uprawomocnienia się wyroku i utrzymywanie ogłoszenia na tej stronie przez okres 3 miesięcy od jego opublikowania;
6. oddalił powództwo w pozostałej części;
7. zasądził od pozwanego na rzecz powoda kwotę 5.697 złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania;
8. zwrócił powodowi z kasy Sądu Okręgowego w Warszawie kwotę 100 złotych tytułem nienależnej części opłaty od pozwu uiszczonej 4 kwietnia 2018 r.

Na skutek zażalenia pozwanego na postanowienie Sądu Okręgowego z dnia 30 maja 2018 roku wydane na skutek wniosku powoda o udzielenie informacji, Sąd Apelacyjny w Warszawie, postanowieniem z dnia 18 października 2018 roku, oddalił zażalenie, pozostawiając rozstrzygnięcie o kosztach postępowania zażaleniowego w orzeczeniu kończącym postępowanie w sprawie (sygn. akt VII AGz 1071/18).

Powyższy wyrok Sądu Okręgowego zapadł w oparciu o następujące ustalenia Sądu I instancji.

Spółka prawa handlowego Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej (...) z siedzibą w W. była jednym z największych światowych producentów rowerów i akcesoriów rowerowych. Założona w 1975 r., spółka wprowadzała do obrotu swoje rowery poprzez około 1700 sprzedawców w Ameryce Północnej, podmioty zależne w Europie i Azji oraz dystrybutorów w 90 krajach na całym świecie. Roczna sprzedaż przekraczała 1,6 mln rowerów. Głównymi produktami powoda pozostawały rowery (...) oferowane klientom w różnych kategoriach i z różnym przeznaczeniem, jako rowery górskie, szosowe, przeznaczone na trail, downhill, cross country, w wersjach męskich, damskich i dziecięcych. Oficjalna strona internetowa (...), pod adresem (...) była dostępna w kilkunastu wersjach językowych, w tym w wersji polskiej. Oficjalny profil powoda na portalu Facebook zgromadził ponad milion polubień, a jego profil na portalu YouTube śledziło ponad 96.000 subskrybentów. Były tam prezentowane materiały promocyjne i reklamowe.

Sąd I instancji ocenił, iż do wzrostu popularności marki (...) i jej rozpoznawalności na całym świecie przyczyniło się wsparcie i sponsoring powoda dla najlepszych i najpopularniejszych sportowców swych czasów, m.in. dla kolarza Lance A.. W 2014 r. niemiecki kolarz J. V. jadąc na rowerze (...) pobił rekord świata w jeździe godzinnej. Wielu zawodowych kolarzy korzystało z rowerów i wsparcia powoda, który był m.in. sponsorem tytularnym zawodowej grupy

T.-S., wyposażając kolarzy w sprzęt sportowy oraz oficjalnym sponsorem grupy F. R. specjalizującej się w kolarstwie górskim (downhill i cross country). Powód sponsorował także i wyposażał w rowery (...) uczestników programu C3 dla freestyle'owych rowerzystów (...), przy czym profil programu C3 w serwisie (...) śledziło ponad 42.000 użytkowników. Rowery (...) pozostawały bardzo popularne w Polsce. Znajdowały się w ofercie co najmniej kilkudziesięciu oficjalnych dystrybutorów mających swoje sklepy w prawie stu miastach i oferujących produkty powoda na terenie całego kraju. Rowery dostarczane były dystrybutorom bezpośrednio przez (...). Były także oferowane za pośrednictwem portalu Allegro. Powód sponsorował imprezy i wydarzenia kolarskie odbywające się na terenie Polski, był jednym z głównych partnerów dorocznego wyścigu kolarskiego wokół T.-T. R. R. oraz sponsorem tytularnym wyścigu szosowego (...) C. na terenie J. C..

(...), pozostawał wyłącznie uprawnionym do korzystania ze:

- słownego unijnego znaku towarowego (...) zarejestrowanego przez Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (...) pod nr (...) dla towarów w klasach 9, 11, 12 (m.in. rowery, części i akcesoria rowerowe), 18, 25, 28 i 43 klasyfikacji nicejskiej, z pierwszeństwem od 25 stycznia 2002 r.

- słownego znaku towarowego (...) zarejestrowanego przez Urząd Patentowy RP pod nr (...) dla towarów w klasie 12 klasyfikacji nicejskiej (rowery, ramy do rowerów oraz części i osprzęt do rowerów), z pierwszeństwem od 15 czerwca 1992 r.

Powód umieszczał swoje znaki na produkowanych i oferowanych pod własną marką rowerach: po bokach metalowej ramy, w jej części łączącej oś mechanizmu korbowego z widelcem przednim przytrzymującym przednie koło.

Powstałe w 2001 r. P.P.H.U. (...) J. L., I. (...) spółka jawna z siedzibą w T. prowadził działalność gospodarczą m.in. w zakresie sprzedaży rowerów i akcesoriów rowerowych.

Oferowane przez niego towary można było nabyć w sklepie stacjonarnym w T. lub na stronach internetowych pod adresami: (...) oraz (...)pl. (...) oferował do sprzedaży m.in. rowery marki (...). Na stronie internetowej pod adresem (...) zamieszczał następującą informację:

„Hurtownia rowerów A. Przedstawiamy Państwu sklep rowerowy A.. Znajdą tu Państwo odpowiedni rower nie tylko dla siebie, ale także modele dla całej rodziny. W naszej ofercie posiadamy rowery marek: G., T., K., C., K. i inne.

Proponujemy szeroki wybór rowerów dziecięcych, które idealnie sprawdzą się np. jako prezent na komunię. Dużą popularnością cieszą się również rowery trekkingowe oraz górskie. Dla miłośniczek jazdy po mieście oferujemy specjalne damskie rowery miejskie. Zakupią u nas Państwo także akcesoria i części rowerowe, odzież sportową, sprzęt na siłownię i fitness, a także skutery i quady.”

Pozwany oferował także rowery z oznaczeniem (...): „za pośrednictwem stron internetowych: (...) i (...)pl. (...) umieszczone było na części ramy rowerowej łączącej oś mechanizmu korbowego z widelcem przednim przytrzymującym przednie koło i w innych miejscach, np. na feldze, widelcu przednim, pedałach.

Pozwany był uprawniony do słownego znaku towarowego (...) nr (...) chronionego dla towarów w klasie 12. klasyfikacji nicejskiej (rowery, akcesoria i części rowerowe) z pierwszeństwem od 23 lutego 2015 r.

Sąd Okręgowy wskazał, że ustalenia okoliczności faktycznych istotnych dla rozstrzygnięcia sporu poczynione zostały przez w oparciu o zaoferowany materiał dowodowy w postaci dokumentów oraz innych środków dowodowych, których autentyczność i moc dowodowa nie były kwestionowane przez pozwanego. Sąd oddalił natomiast wniosek powoda o zobowiązanie pozwanego do złożenia dokumentów finansowych spółki (pkt VIII pozwu), które mogły mieć znaczenie dla dochodzenia roszczeń pieniężnych, bowiem takie nie zostały objęte wniesionym w sprawie pozwem.

Po dokonaniu powyższych ustaleń faktycznych Sąd Okręgowy uznał powództwo w znacznej części za zasadne.

Odnosnie do naruszenia prawa do znaku towarowego Sąd Okręgowy zważył, co następuje.

Podstawową funkcją znaku towarowego jest gwarantowanie konsumentowi lub końcowemu odbiorcy możliwości określenia pochodzenia towaru lub usługi nim oznaczonych, odróżnienia go (bez ewentualności wprowadzenia w błąd) od towarów lub usług innego pochodzenia. (tak wyroki Euro-pejskiego Trybunału Sprawiedliwości z 23/05/1978 r. w sprawie 102/77 Hoffmann-La Roche, z 18/06/2002 r. w sprawie C-299/99 Philips, z 8/05/2008 r. w sprawie C-304/06 Eurohypo, wyrok Sądu Unii Europejskiej z 8/02/2011 r. w sprawie T-157/08 Insulate for life). Prawo wyłączne zostało przyznane, aby umożliwić właścicielowi znaku towarowego ochronę jego szczególnych interesów, zadbanie o to, aby znak ten mógł spełniać właściwe mu funkcje wskazywania konsumentom pochodzenia towaru lub usługi oraz gwarantowania ich jakości, a także funkcje komunikacyjną, reklamową i inwestycyjną. Wykonywanie prawa wyłącznego jest zastrzeżone dla przypadków, w których używanie przez osoby trzecie określonego oznaczenia wpływa lub może negatywnie wpływać na pełnione przez znak funkcje. (tak wyrok Trybunału z 22/09/2011 r. w sprawie C-482/09 Budějovický Budvar, a także wyroki z 18/06/2009 r. w sprawie C-487/07 L'Oréal i in., z 23/03/2010 r. w sprawach połączonych od C-236/08 do C-238/08 Google France i Google). Zgodnie z art. 153 ust. 1 ustawy z 30 czerwca 2000 r. prawo własności przemysłowej, 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. umieszczeniu 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. umieszczeniu 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.).

Art. 296 ust. 2 p.w.p. przyznaje właścicielowi prawo do wyłącznego i niezakłóconego używania znaku towarowego oraz zakazania innym osobom, niemającym jego zgody, używania w obrocie gospodarczym m.in.: 1. znaku identycznego do zarejestrowanego w odniesieniu do identycznych towarów; 2. znaku identycznego lub podobnego do zarejestrowanego 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.

Przepis art. 9 ust. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1001 w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (tekst jednolity) z 14 czerwca 2017 r. stanowi m.in., że bez uszczerbku dla praw właściciela nabytych przed datą zgłoszenia lub datą pierwszeństwa unijnego znaku towarowego jego właściciel jest uprawniony do zakazania osobom trzecim niemającym jego zgody używania w obrocie handlowym, w odniesieniu do towarów lub usług, oznaczenia, które jest: a. identyczne z unijnym znakiem towarowym i jest używane w odniesieniu do towarów lub usług, które są identyczne z tymi, dla których znak ten został zarejestrowany; b. identyczne z unijnym znakiem towarowym lub do niego podobne oraz jest używane w odniesieniu do towarów lub usług, które są identyczne lub podobne do towarów lub usług, dla których znak ten został zarejestrowany, jeżeli istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia odbiorców w błąd, które obejmuje prawdopodobieństwo skojarzenia oznaczenia ze znakiem towarowym.

Ocena identyczności lub podobieństwa znaku zarejestrowanego i przeciwstawianego mu oznaczenia pozwanego powinna się opierać na ich zgodności wizualnej, fonetycznej i koncepcyjnej. Znak i oznaczenie należy porównywać całościowo, a decydujące znaczenie mieć będą elementy odróżniające, 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 nieznaczące różnice, które nie zostaną dostrzeżone przez przeciętnego konsumenta. (tak wyrok Trybunału z 20/03/2003 r. C-291/00 LTJ Diffusion) Znak i oznaczenie są do siebie podobne, jeżeli z punktu widzenia określonego kręgu odbiorców są przynajmniej częściowo identyczne w jednym lub kilku istotnych aspektach. (tak wyrok Sądu z 23/10/2002 r. w sprawie T-6/01 Matratzen) 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 Diffusion, z 8/05/2014 r. w sprawie C-591/12 P Bimbo 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 ELS, z 4/11/2003 r. w sprawie T-85/02 Castillo) Całościowa ocena zakłada pewną współzależność między branżami 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 Matratzen, z 13/09/2007 r. w sprawie C-234/06 Il Ponte Finanziaria, z 18/12/2008 r. w sprawie C-16/06 Mobilix)

W myśl utrwalonego orzecznictwa, prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje wtedy, gdy znaczna część właściwego kręgu odbiorców mogłaby zostać skłoniona do omyłkowego zakupu towaru pozwanego myśląc, że jest to towar uprawnionego do znaku (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 Canon, z 4/05/1999 r. w sprawach połączonych C-108/97, C-109/97 Windsurfing Chiemsee Produktions, z 22/06/1999 r. w sprawie C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, z 2/09/2010 r. w sprawie C-254/09 CK Calvin Klein i wyrok Sądu z 9/12/2010 r. w sprawie T-303/08 Golden Elephant) 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 Sabel, z 23/03/2006 r. w sprawie C-206/04 Müllhens, z 18/12/2008 r. w sprawie C-16/06 Mobilix, z 8/05/2014 r. w sprawie C-591/12 P Bimbo oraz wyroki Sądu z 9/07/2003 r. w sprawie T-162/01 Giorgio Beverly Hills i z 20/01/2010 r. w sprawie T-460/07 Life Blog). 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 Lloyd Schuhfabrik Meyer, z 6/05/2003 r. w sprawie C-104/01 Libertel i z 12/01/2006 r. C-361/04 Ruiz Picasso). 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 Lloyd Schuhfabrik Meyer, z 11/11/1997 r. w sprawie C-251/95 SABEL i z 29/09/1998 r. w sprawie C-39/97 Canon). 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 rozpatrzeć 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 Vitakraft-Werke). Ciężar udowodnienia siły znaku towarowego i jego odróżniającego charakteru, spoczywa na powodzie (art. 6 k.c.).

Skutki unijnego znaku towarowego podlegają wyłącznie przepisom rozporządzenia. W ust. 3 art. 9 stanowi, że na podstawie ust. 2 mogą być zakazane m.in.: a) umieszczanie oznaczenia na towarach lub ich opakowaniach; b) oferowanie towarów, wprowadzanie ich do obrotu lub ich magazynowanie w tym celu pod takim oznaczeniem lub oferowanie, lub świadczenie usług pod tym oznaczeniem; c) przywóz lub wywóz towarów pod takim oznaczeniem; e) używanie oznaczenia w dokumentach handlowych i w reklamie. Gdy sąd uznaje, że pozwany naruszył lub że z jego

strony istnieje groźba naruszenia unijnego znaku towarowego, wydaje, o ile nie istnieją szczególne powody, decyzję zakazującą określonych działań. Stosuje również środki, zgodnie z przepisami prawa krajowego, których celem jest zapewnienie przestrzegania zakazu. (art. 130 ust. 1). Oznacza to, że jeśli w prawie krajowym istnieją inne jeszcze sposoby (środki ochrony) znaku przed naruszeniem, nieznanie przepisom rozporządzenia, sąd powinien je, na wniosek powoda, zastosować do ochrony znaku unijnego. Odnosi się to wprost do przepisów ustawy z 30/06/2000 r. prawo własności przemysłowej: - art. 296 ust. 1 stanowiącego, że osoba, której prawo ochronne na znak towarowy zostało naruszone może żądać od naruszcziela zaniechania naruszania, wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści oraz naprawienia wyrządzonej szkody (w razie zawinionego naruszenia), - art. 286, stanowiącego, że sąd, rozstrzygając o naruszeniu prawa, może orzec, na wniosek uprawnionego, o będących własnością naruszającego bezprawnie wytworzonych lub oznaczonych wytworach oraz środkach i materiałach, które zostały użyte do ich wytworzenia lub oznaczenia, w szczególności może orzec o ich wycofaniu z obrotu, przyznaniu uprawnionemu na poczet zasądzonej na jego rzecz sumy pieniężnej albo zniszczeniu, - art. 287 ust. 2 w zw. z art. 296 ust. 1a stanowiącego, że sąd, rozstrzygając o naruszeniu znaku, może orzec, na wniosek uprawnionego, o podaniu do publicznej wiadomości części albo całości orzeczenia lub informacji o orzeczeniu, w sposób i w zakresie określonym przez sąd.

Niespornym jest, że (...) jest właścicielem słownych znaków towarowych (...) zarejestrowanych dla rowerów i akcesoriów rowerowych. Są one używane przez uprawnioną także w wersji słowno-graficznej, w zapisie drukowanymi literami, kursywą, przy użyciu prostej czcionki: Pierwotna zdolność odróżniająca znaków (...) jest stosunkowo wysoka, szczególnie w krajach nieanglojęzycznych. Jest ona zbudowana na skojarzeniu roweru z wyprawą. W języku angielskim słowo to oznacza długą wędrówkę, raczej pieszą niż rowerową. W żadnym razie nie można się zgodzić z pozwaną, że znak powódki ma charakter opisowy, że określa towar, dla którego jest chroniony. Na marginesie należy zauważyć, że zarzut ten, podobnie jak inne, nie jest poparty żadną argumentacją, a tym bardziej dowodami. Bardzo bogaty materiał dowodowy, którego zawartości ani wartości dowodowej pozwana nie zanegowała, przekonuje o wysokiej wtórnej zdolności odróżniającej znaków towarowych (...) nabytej w efekcie długotrwałego, intensywnego używania na znacznym terytorium; podejmowanych z użyciem znaku działań marketingowych, promocyjnych, reklamowych i sponsoringowych.

Dla identycznych towarów spółka P. P.H.U. (...) J. L., I. L. używa słownego znaku towarowego (...) oraz jego wersji słowno-graficznych rozdzielających dwa elementy „moun” i „trek”. Umieszczenie napisów na ramie roweru i na oponach, jak to ma zwykle miejsce w tego rodzaju towarach oraz wybór czcionki tym bardziej upodabnia kwestionowane oznaczenia do znaków towarowych powódki. Przy ocenie ryzyka konfuzji konsumenckiej nie jest to okoliczność pozbawiona znaczenia. (por. wyrok Trybunału Sprawiedliwości UE z 18/07/2013 r. w sprawie C-252/12). W warstwie fonetycznej i wizualnej oznaczenia używane przez pozwaną są podobne do znaku powódki. Jakkolwiek „moun” znajduje się na początku wyrazu, to w wymowie słowa (...) wyraźniej zaakcentowane jest „trek”. Znak pozwanej w całości zawiera słowo (...), które jest graficznie wyodrębnione. W warstwie koncepcyjnej (...) jest prawdopodobnie uproszczonym połączeniem dwóch słów angielskich („mount” – góra i „trek” – długa wędrówka), samo nie ma jednak znaczenia, które – jasne dla Polaków – mogłoby wyeliminować ryzyko pomyłki. Pozwana nie kwestionuje znajomości znaków (...) w relatywnym kręgu konsumentów. Sama oferuje rowery tej marki i podkreśla ich walory. Fakt, że znajdują się one w ofercie spółki, prezentowane obok siebie, dodatkowo zwiększa ryzyko konfuzji konsumenckiej, z informacji na stronach internetowych wykorzystywanych przez pozwaną do oferowania i wprowadzania do obrotu rowerów nie wynika bowiem jednoznacznie, kto jest producentem rowerów (...) i (...). Tych ostatnich pozwana nie wymienia wyliczając marki oferowanych rowerów. Niewątpliwie osoby zainteresowane zakupem roweru skojarzą oznaczenia pozwanej ze znanym im od wielu lat znakiem towarowym (...) mogą nabrać błędnego przekonania, że rower (...) pochodzi od uprawnionej do znaków towarowych (...) lub podmiotu powiązanego z nią gospodarczo. W ocenie Sądu zgromadzony w sprawie materiał dowodowy uzasadnia więc stwierdzenie, że spółka P. P.H.U. (...) J. L., I. L. narusza prawa (...) w sposób określony przepisami art. 9 ust. 2b. oraz art. 296 ust. 2 pkt 2 p.w.p. Używanie przez pozwaną kwestionowanych oznaczeń, zarówno słownych, jak i słowno-graficznych, w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą z pewnością działa lub może działać na szkodę charakteru odróżniającego znaków towarowych (...). Może także wywierać negatywny wpływ na realizację przez nie funkcji reklamowej i gwarancyjnej. W przypadku tego rodzaju towarów ogromne znaczenie ma jakość wykonania i

gwarancja bezpieczeństwa użytkowania, pozwana nie złożyła zaś żadnych dowodów umożliwiających Sądowi ustalenie i dokonanie na jego podstawie oceny normatywnej, że jej potencjalni klienci nie mogą popaść w konfuzję co do pochodzenia rowerów (...), których jakość jest równie wysoka lub nawet wyższa od rowerów (...).

Sąd Okręgowy zaznaczył, że Spółka P. P.H.U. (...) J. L., I. L. nie przedstawiła w odpowiedzi na pozew żadnych twierdzeń odnoszących się do sposobu używania znaku (...) (w wersjach słownej i słowno-graficznych). Jej, bardzo enigmatyczne, stanowisko ograniczało się do zanegowania słuszności żądań powódki i własnej, skrótowej oceny zarzutu naruszenia (dalekiej od reguł wypracowanych w prawie znaków towarowych) oraz powołania się na własne prawo ochronne.

W podsumowaniu ww. wywodów Sąd Okręgowy uznał, że Spółka P. P.H.U. (...) J. L., I. L. narusza krajowe i unijne prawa wyłączne (...), która (nie wyrażając na to zgody) może skutecznie się takim działaniom sprzeciwić. Bezprawności używania dla rowerów oznaczenia (...) w żadnym razie nie znosi uzyskanie przez obowiązującą prawa ochronnego na zarejestrowany wiele lat później słowny znak towarowy nr (...) (por. wyrok Trybunału Sprawiedliwości UE z 21/02/2013 r. w sprawie C 561/11 Fédération Cynologique Internationale i wyrok Sądu Najwyższego z 23/10/2008 r. V CSK 109/08).

Odnosnie do naruszenia reguł uczciwej konkurencji Sąd Okręgowy zważył, co następuje. Zgodnie z art. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji ustawa ta 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). Prawo konkurencji hołduje zasadzie *priori tempore potior iure*. Udzielenie ochrony zmierza do zabezpieczenia słusznych 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. (Czynny nieuczciwej konkurencji - art. 5-17) lub deliktu tam nieujętego, ale odpowiadającego hipotezie art. 3 ust. 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.

Sąd Okręgowy podzielił 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.

W razie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji, przedsiębiorca, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać m.in.: 1) zaniechania niedozwolonych działań; 2) usunięcia skutków niedozwolonych działań; 3) złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. (art. 18 ust. 1 u.z.n.k.). Sąd, na wniosek uprawnionego, może orzec również o wyrobach, ich opakowaniach, materiałach reklamowych i innych przedmiotach bezpośrednio związanych z popełnieniem czynu nieuczciwej konkurencji. W szczególności sąd może orzec ich zniszczenie lub zaliczenie na poczet odszkodowania. (art. 18 ust. 2 u.z.n.k.). Zgodnie z przepisem art. 10 u.z.n.k., czynem nieuczciwej konkurencji jest m.in. takie oznaczenie towarów lub usług, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia (ust. 1), a także wprowadzenie do obrotu towarów w

opakowaniu mogącym wywołać skutki określone w ust. 1, chyba że zastosowanie takiego opakowania jest uzasadnione względami technicznymi. (ust. 2.) Oceny naruszenia reguł uczciwej konkurencji na gruncie art. 10 dokonuje się stosując odpowiednio reguły oceny naruszenia znaków towarowych. Z przyczyn przedstawionych w pkt 1. można zatem uznać, że spółka P. P.H.U. (...) J. L., I. L. dopuściła się naruszenia reguł uczciwej konkurencji, o których mowa w powołanym przepisie.

W ocenie Sądu Okręgowego dochodzone pozwem roszczenia (...) wynikające z naruszenia jej praw wyłącznych były zatem w pełni adekwatne do sposobu i zakresu bezprawnego działania pozwanej. Zastosowane względem spółki P. P.H.U. (...) J. L., I. L. sankcje służyć mają wyeliminowaniu przyszłych naruszeń oraz usunięciu powstałych już skutków. Uznając za słuszne zarzuty powódki, na podstawie powołanych przepisów art. 296 ust. 1 i art. 286 p.w.p., art. 9 ust. 3 i art. 130 ust. 1 rozporządzenia w zw. z art. 286 p.w.p. oraz art. 18 ust. 1 pkt 1 i 2 w zw. z art. 10 ust. 1 u.z.n.k., oraz to, że działania pozwanej naruszały reguły uczciwej konkurencji wyrażone w art. 3 ust. 1 i art. 10 ust. 1 u.z.n.k. i z tych względów orzekł jak w punktach 1, 2, 3, 4, i 5 sentencji wyroku.

Sąd I instancji ocenił, iż roszczenie z art. 1049 k.p.c. było przedwczesne i jako takie nie mogło zostać uwzględnione.

O kosztach Sąd Okręgowy rozstrzygnął w oparciu o art. 100 k.p.c. obciążając w całości kosztami pozwanego uznał bowiem, że powód uległ jedynie w nieznacznej części swojego żądania.

Apelację od powyższego wyroku wniosła pozwana - P.P.H.U. (...) J. L., I. (...) spółka jawna z siedzibą w T., zaskarżając wyrok w części tj. w części uwzględniającej powództwo - pkt 1 - 5 oraz 7 wyroku. Pozwana zarzuciła naruszenie prawa procesowego, które miało wpływ na wynik sprawy, a to przepisów art. 232 k.p.c., art. 233 § 1 k.p.c., art. 278 § 1 k.p.c. oraz art. 328 § 2 k.p.c. w zw. z art. 6 k.c. polegające na dokonaniu dowolnej, w miejsce swobodnej oceny zgromadzonego materiału dowodowego oraz naruszeniu zasady ciężaru dowodu, w tym oparcia rozstrzygnięcia o twierdzenia powoda, a nie zawnioskowane czy przeprowadzone dowody, nieuprawnionym uznaniu, że spełnione zostały przesłanki uwzględnienia powództwa, w sytuacji gdy powód nie wykazał, że pozwany naruszył krajowe i unijne prawo wyłączne (...), zaś Sąd dokonał nieuprawnionej - nieopartej na wymaganej wiedzy specjalnej - oceny podobieństwa znaków oraz możliwości wprowadzenia klientów w błąd.

Mając na względzie podniesione zarzuty apelująca wniosła o zmianę zaskarżonego wyroku w zaskarżonej części poprzez orzeczenie odmiennie co do istoty i oddalenie powództwa w całości, skorygowanie rozstrzygnięcia o kosztach postępowania przed Sądem I instancji oraz zasądzenie na rzecz pozwanej kosztów postępowania apelacyjnego, w tym kosztów zastępstwa procesowego, według norm przepisanych.

Powód w odpowiedzi na apelację wnosił o jej oddalenie i zasądzenie od pozwanej na rzecz powoda zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego, w tym kosztów zastępstwa procesowego, według norm prawem przepisanych.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje.

Apelacja pozwanej podlegała oddaleniu.

Na wstępie wymaga wyjaśnienia, że zgodnie z art. 15zzs3 ust. 1 ustawy z dnia 20 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych (Dz. U. z 2020 r. poz. 374 ze zm.), w brzmieniu nadanym art. 46 pkt 21 ustawy z dnia 14 maja 2020 r. o zmianie niektórych ustaw w zakresie działań osłonowych w związku z rozprzestrzenieniem się wirusa SARS-Cov-2 (Dz. U. z 2020 r. poz. 875), sąd rozpoznający sprawę, uprawniony jest do skierowania sprawy na posiedzenie niejawne. Strona może jednak w terminie 7 dni od dnia otrzymania zawiadomienia, złożyć wiosek o rozpoznanie sprawy na rozprawie. W niniejszej sprawie, zarówno powód, jak i pozwany, którzy o powyższym fakcie zostali prawidłowo zawiadomi (k. 857), nie zajęli w tym przedmiocie stanowiska. Zważywszy na fakt, że w niniejszej sprawie ani apelujący, ani strona przeciwna, nie złożyli wniosku o przeprowadzenie rozprawy, zaś w ocenie Sądu Apelacyjnego, rozpoznanie apelacji na rozprawie nie było konieczne, należało uznać, że wystąpiły podstawy uzasadniające rozpoznanie apelacji na posiedzeniu niejawnym.

W kwestii merytorycznej podniesionego zarzutu sprzeczności istotnych ustaleń Sądu Okręgowego z treścią zebranego w sprawie materiału dowodowego należało podkreślić, że zgodnie z art. 233 § 1 k.p.c. sąd ocenia wiarygodność i moc dowodów według własnego przekonania, na podstawie wszechstronnego rozważenia zebranego materiału. Ocena wiarygodności i mocy dowodów przeprowadzonych w danej sprawie wyraża istotę sądenia w części obejmującej ustalenie faktów, które sąd uznał za istotne. Dotyczy ona rozstrzygnięcia o przeciwstawnych twierdzeniach stron na podstawie własnego przekonania składu orzekającego powziętego w wyniku bezpośredniego zetknięcia się z materiałem zebrany w sprawie, w tym dokumentami, świadkami i innymi dowodami przeprowadzonymi w sprawie. Zarzut obejmujący naruszenie powyższego przepisu, a więc sprzeczność istotnych ustaleń Sądu z treścią zebranego w sprawie materiału, może być skuteczny w sytuacji, gdy owa „sprzeczność” powstaje pomiędzy materiałem zgromadzonym w sprawie (rozumianym jako całość) a konkluzją, do jakiej dochodzi sąd na jego podstawie. Przytoczenie w treści apelacji odmiennej, własnej oceny przeprowadzonych w sprawie dowodów i poczynionych na ich podstawie ustaleń faktycznych, nie może być, w ocenie Sądu Apelacyjnego, uznane za skuteczne, przy jednoczesnym zaniechaniu wykazania, że ocena dokonana przez Sąd I instancji przekracza granicę swobodnej oceny dowodów, którą wyznaczają czynniki logiczny i ustawowy, zasady doświadczenia życiowego, aktualny stan wiedzy, stan świadomości prawnej i dominujące poglądy na sądowe stosowanie prawa. Trzeba także wskazać, że podnosząc zarzut naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. skarżący powinien wskazać, jakie konkretne dowody zostały w jego ocenie błędnie ocenione przez Sąd I instancji i dlaczego ta ocena tych konkretnych dowodów nie zasługiwała na aprobatę. W przedmiotowej sprawie tego rodzaju argumentacji skarżący nie przedstawił w apelacji, a jedynie ogólnikowe stwierdzenie, że Sąd Okręgowy dokonał dowolnej, w miejsce swobodnej oceny zgromadzonego materiału dowodowego oraz naruszył zasadę ciężaru dowodu, w tym oparł rozstrzygnięcie o twierdzenia powoda, a nie zawnioskowane czy przeprowadzone dowody.

W ocenie Sądu Apelacyjnego wyprowadzone przez Sąd Okręgowy z zebranego materiału dowodowego wnioski pozostają logicznie poprawne i zgodne z doświadczeniem życiowym, a tym samym ocena tego Sądu nie narusza art. 233 § 1 k.p.c. i musi się ostać, choćby dawały się z niego wysnuć także wnioski odmienne. Innymi słowy, jedynie w sytuacji, gdy brak jest logiki w powiązaniu wniosków z zebranymi w sprawie dowodami lub gdy wnioskowanie sądu wykracza poza schematy logiki formalnej albo przeczy zasadom doświadczenia życiowego, nie uwzględnia jednoznacznych związków przyczynowo-skutkowych, przeprowadzona przez Sąd ocena dowodów może być skutecznie podważona. Nie jest przy tak jak twierdzi skarżąca, że Sąd Okręgowy wydał rozstrzygnięcie jedynie w oparciu o twierdzenia powoda, a nie w oparciu o dowody. Z treści protokołu rozprawy z dnia 28 maja 2018 r. (k. 526) wynika bowiem, że Sąd Okręgowy wydał na tej rozprawie postanowienie o dopuszczeniu dowodów z dokumentów, wydruków ze stron internetowych, fotografii na wskazywane przez powoda okoliczności, odczytał dokumenty dopuszczone jako dowody, dokonał oględzin fotografii, a także ujawnił akta XXII GWo/18. Poza tym w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku wskazał, które okoliczności faktyczne ustalił na podstawie, jakiego dowodu. Z tego względu twierdzenie skarżącego, że Sąd Okręgowy nie oparł orzeczenia na dowodach, a jedynie na twierdzeniach strony powodowej jest oczywiście błędne.

Nie ma także racji skarżąca, że błędem Sądu I instancji było niepowołanie (jak należy sądzić z urzędu, gdyż żadna ze stron takiego wniosku dowodowego nie powołała), dowodu z opinii biegłego sądowego celem zbadania podobieństwa znaków powoda i pozwanej oraz ryzyka wprowadzenia w błąd. Po pierwsze w przedmiotowej sprawie, szczególnie, że obie strony są przedsiębiorcami oraz są reprezentowane przez zawodowych pełnomocników, a sprawa nie ma takiego charakteru, że Sąd powinien zadziałać z urzędu, nie było podstaw, a w każdym razie skarżąca nie wskazuje w apelacji argumentacji na tę okoliczność, do tego, aby Sąd Okręgowy miał dopuszczać jakiegokolwiek dowody z urzędu. Poza tym, jak trafnie podnosi strona powodowa w odpowiedzi na apelację, na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji funkcjonuje model przeciętnego odbiorcy, tj. osoby rozsądnej i Sąd krajowy, dokonując ustalenia ryzyka wprowadzenia w błąd, winien oprzeć się na domniemanych oczekiwaniach doświadczonego konsumenta, który jest należycie poinformowany, spostrzegawczy i rozsądny (metoda normatywna). Są to kwestie normatywne, dlatego w zasadzie nie podlegają ustaleniom w drodze dowodu z opinii biegłego. Utrwalone jest w orzecznictwie stanowisko, że w tego typu sprawach dotyczących czynów nieuczciwej konkurencji ustalenie ryzyka niebezpieczeństwa wprowadzenia konsumentów w błąd następuje na podstawie oceny sądu opartej na całokształcie okoliczności, przy uwzględnieniu

właściwego wzorca konsumenta, i chociaż prowadzenie dowodu z opinii biegłego jest możliwe, to nie jest jednak niezbędne do ustalenia tego ryzyka, gdyż tej oceny może dokonać sąd na podstawie własnych obserwacji.

Co istotne, pozwana reprezentowana przez zawodowego pełnomocnika, sama nie powołała i nie przedstawiła żadnych dowodów, które mogłyby wpłynąć na przekonanie Sądu o braku istnieniu realnego ryzyka konfuzji konsumentkiej. Spółka P. P.H.U. (...) J. L., I. L. nie przedstawiła w odpowiedzi na pozew żadnych twierdzeń odnoszących się do sposobu używania znaku (...) (w wersjach słownej i słowno-graficznych). Sam fakt zanegowania słuszności żądań powoda i przedstawienia własnej oceny zarzutu naruszenia czy też powołanie się na własne prawo ochronne, ale zarejestrowane później niż prawo ochronne powoda nie wpływało na wadliwość wniosku do Sądu I instancji (por. wyrok Sądu Najwyższego z 23 października 2008 r., sygn. akt V CSK 109/08, Legalis 140193), gdyż w kolizji praw nabytych w różnym czasie sąd udziela ochrony prawu wcześniejszemu. Nie wpływało również na prawidłowo wywiezione na podstawie zebranego w sprawie materiału fakty istotne dla rozstrzygnięcia sprawy.

W ocenie Sądu Apelacyjnego, skarżący nie wykazał, że Sąd Okręgowy z przekroczeniem swobodnej oceny dowodów, uznał, że zgromadzony w sprawie materiał dowodowy uzasadniał stwierdzenie, że spółka P. P.H.U. (...) J. L., I. L. naruszyła prawa (...), w sposób określony przepisami art. 9 ust. 2b Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1001 w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (tekst jednolity) z 14 czerwca 2017. oraz art. 296 ust. 2 pkt 2 p.w.p.

Zasadniczo brak możliwości zaistnienia konfuzji dotyczył nie tyle wiedzy specjalistycznej (w tym przypadku mamy bowiem do czynienia z oceną jurydyczną), do której odwoływała się pozwana w swoich rozważaniach, ale kwestii samego przedstawienia spornego oznaczenia pozwanego (...), które w sposób jednoznaczny i wyraźny rozdzielało wyrażenie (...) od wyrażenia (...), przez co nie sposób było dojść do forsowanego przez pozwaną przekonania o braku realnego ryzyka konfuzji konsumentkiej, tym bardziej, że obydwie produkty były oferowane przez pozwaną jednocześnie (umieszczane obok siebie), zaś zamieszczone w ofercie informacje nie pozwalały na jednoznaczne zaakcentowanie odrębności producenta i towaru oznaczonego znakiem (...) od towaru powoda oznaczonego znakiem (...), co prowadziło również do przekonania o prawidłowym zakwalifikowaniu działań pozwanej, jako naruszających art. 3 i art. 10 u.z.n.k., bowiem uwzględniając model przeciętnego, dobrze zorientowanego, należyte uważnego i ostrożnego konsumenta, nie sposób nie odnieść wrażenia, że oznaczenie używane przez pozwaną i sposób jego przedstawienia na towarze oferowanym przez pozwaną do sprzedaży, nawiązuje wprost do znaku powoda, przez co ryzyko konfuzji konsumentkiej jest wysokie, tym bardziej, że zaakcentowane w oznaczeniu pozwanej wyrażenie (...) posiada wysoką renomę wśród konsumentów zainteresowanych zakupem produktów dla których znak powoda został objęty ochroną.

Trzeba podkreślić, że jakkolwiek „moun” znajduje się na początku wyrazu, to w wymowie słowa (...) wyraźniej zaakcentowane jest słowo „trek”. Znak pozwanej w całości zawiera słowo (...), które jest przy tym graficznie wyraźnie wyodrębnione. W warstwie koncepcyjnej (...) jest uproszczonym połączeniem dwóch słów angielskich (...), jako samodzielne wyrażenie nie ma jednak określonego znaczenia, które mogłoby w ten sposób wyeliminować ryzyko konfuzji. Nie wykazano przy tym wysokiej zdolności odróżniającej znaku (...), z którą związana byłaby jego ewentualna renoma. Skarżąca nie kwestionuje przy tym renomy znaków (...) w relatywnym kręgu konsumentów zainteresowanych zakupem produktów, dla których znak powoda posiada ochronę prawną. Jak również prawidłowo ustalił Sąd I instancji niekwestionowana renoma znaku (...), niezależnie od dostrzeżonych przez pozwaną łączników opisowych związanych z oferowanym towarem, wskazywała na istnienie zdolności odróżniającej znaku powoda nabytej wskutek długotrwałego, intensywnego używania na znacznym terytorium oraz podejmowanych z użyciem znaku działań marketingowych, promocyjnych, reklamowych i sponsoringowych, na które to okoliczności wskazywał zebrany w sprawie materiał dowodowy.

Przepis art. 6 k.c. formułuje podstawową regułę rozkładu ciężaru dowodu w sporze cywilnoprawnym wskazując przede wszystkim, kogo obciążają skutki niepowodzenia procesu dowodzenia, a nie to czy dana okoliczność została wykazana. O naruszeniu art. 6 k.c. można by zatem powiedzieć, gdyby Sąd orzekający przypisał obowiązek dowodowy innej stronie, nie tej, która z określonego faktu wywodzi skutki prawne. Nie sposób zatem uznać, że Sąd Okręgowy naruszył

art. 6 k.c., gdyż prawidłowo wskazał, że ciężar udowodnienia w przedmiotowej sprawie okoliczności uzasadniających uwzględnienie powództwa, w tym m. in. siły znaku towarowego i jego odróżniającego charakteru spoczywał na powodzie. Trzeba też wskazać, że przewidziana w art. 6 k.c. zasada rozkładu ciężaru dowodu nie może być rozumiana w ten tylko sposób, że ciężar dowodu zawsze obciąża stronę powodową. W razie sprostania przez powoda ciężącemu nań obowiązki dowodowe, ciężar dowiedzenia okoliczności niweczających prawo powoda, obciążał pozwanego.

Z tych względów Sąd Apelacyjny na podstawie art. 385 k.p.c. oddalił apelację pozwanej w całości.

Rozstrzygnięcie o kosztach postępowania apelacyjnego i nierozstrzygniętych kosztach postępowania zażaleniowego oparto na podstawie art. 108 § 1 k.p.c. w zw. z art. 98 § 1 i 3 k.p.c. Pozwana, jako strona przegrywająca postępowanie apelacyjne oraz postępowanie zażaleniowe, winna zwrócić powodowi poniesione przez niego usprawiedliwione koszty procesu, na które w niniejszym przypadku składało się wynagrodzenie jednego pełnomocnika procesowego reprezentującego powoda w procesie w osobie adwokata. Wynagrodzenie pełnomocnika powoda ustalono na mocy § 10 ust. 1 pkt 2 oraz § 10 ust. 2 pkt 2 w zw. z § 8 ust. 1 pkt 19) rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 22 października 2015r. w sprawie opłat za czynności adwokackie (Dz.U. z 2015r. poz. 1800 ze zm.).