



Sygn. akt IV CSKP 34/21

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 12 stycznia 2021 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Katarzyna Tyczka-Rote (przewodniczący)

SSN Monika Koba (sprawozdawca)

SSN Władysław Pawlak

w sprawie z powództwa H. Spółki Akcyjnej w W.
przeciwko T. Spółce Akcyjnej w T.
o zakazanie naruszania prawa ochronnego na znak towarowy i o zapłatę,
po rozpoznaniu na posiedzeniu niejawnym w Izbie Cywilnej
w dniu 12 stycznia 2021 r.,
skargi kasacyjnej strony powodowej
od wyroku Sądu Apelacyjnego w (...)
z dnia 28 września 2018 r., sygn. akt V AGa (...),

1) oddała skargę kasacyjną,

2) zasądza od powódki na rzecz pozwanej kwotę 6240 (sześć tysięcy dwieście czterdzieści) złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania kasacyjnego.

UZASADNIENIE

Wyrokiem z dnia 19 lipca 2017 r. Sąd Okręgowy w T. oddalił powództwo H. S.A. w W. (dalej jako: „H.”) skierowane przeciwko T. S.A. w T. (dalej jako: „T.”) o nakazanie pozwanemu zaprzestania oznaczania wprowadzanych do obrotu produktów (dokumentów z nimi związanych), a także swojego przedsiębiorstwa znakiem „P.” lub „P.”, wycofania na swój koszt z obrotu produktów oznaczonych tym znakiem, a także materiałów reklamowych z nimi związanych i ich zniszczenia, opublikowania na swój koszt informacji o treści zapadłego orzeczenia w dzienniku „R.” oraz zapłatę kwoty 554.936,50 zł tytułem bezpodstawnie uzyskanych korzyści majątkowych związanych z wprowadzeniem do obrotu produktów naruszających prawa wyłączne powoda i kwoty 161.769,23 zł tytułem odszkodowania.

Sąd pierwszej instancji ustalił, że H. posiada prawa wyłączne na znak towarowy P. O. (nr (...)), które nabył na podstawie umowy z dnia 31 marca 2015r. sprzedaży P. w O. S.A. w O.. Prawo ochronne na znak towarowy P. O. trwa począwszy od 14 grudnia 2006 r. H. wnioskiem z dnia 28 października 2015 r. dokonało zgłoszenia tego znaku w Urzędzie Patentowym RP, który zarejestrowany jest dla klas: 31 i 35 według klasyfikacji nicejskiej, które obejmują między innymi prawo oznaczania tym znakiem nasion, cebulek sadzonek oraz materiałów szkółkarskich. Grupa kapitałowa powoda produkuje oraz sprzedaje hurtowo i detalicznie - w opakowaniach oznaczonych znakiem P. O. - między innymi nasiona roślin ogrodniczych (warzyw i kwiatów) oraz materiał szkółkarski.

Pozwany T. funkcjonował poprzednio pod firmą Zakłady N. w T. należące do C. w W. (dalej jako: „C.”), a następnie do Z. w W., które dzieliło się na Okręgowe Centrale w W., T., P., W. i K.. Wszystkie centrale - w tym poprzednik prawny pozwanego - posługiwały się znakiem towarowym w postaci dwóch współśrodkowych okręgów, wewnątrz których usytuowany był ukośny napis zachodzących na siebie liter „C.”, nad którym znajdowały się dwie marchewki. Znak ten nie był chroniony w Urzędzie Patentowym RP i służył wszystkim przedsiębiorstwom należącym do Z., a tym samym wszystkim funkcjonującym w tamtym czasie przedsiębiorstwom nasienniczym.

Zarządzeniem z dnia 30 stycznia 1982 r. Ministra Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej zostało utworzone P. w T. (dalej jako: „P.”), które w dalszym ciągu używało wyżej opisanego znaku C. w kolorze zielonym z pomarańczowymi [...]i. Na podstawie umowy z dnia 5 stycznia 1987 r. zawartej z tym przedsiębiorstwem plastik - projektant R. P. wykonał projekt znaku słowno - graficznego P. w kolorze zielonym z pomarańczowymi [...]i, którego to znaku poprzednik prawny pozwanego zaczął używać między innymi w swojej dokumentacji firmowej i materiałach reklamowych co najmniej od roku 1987 r.

W latach 90 - tych XX wieku P., jako jedyne ze Z., zostało sprywatyzowane i razem z pozostałymi przedsiębiorstwami państwowymi weszło w skład Korporacji N., która stosowała znak towarowy P. w kolorze zielonym z pomarańczowymi [...]i, między innymi w swoich dokumentach firmowych. W 1996 r. P. zmienił firmę na T. i od tego czasu używał znaku P. między innymi w dokumentacji firmowej i materiałach reklamowych wyłącznie w konfiguracji ze znakiem T..

W 2000 r. pozwany oraz następcy prawni oddziałów C. zawarli porozumienie w sprawie użytkowania i rejestracji znaków towarowych. W dacie jego zawarcia pozwany nie używał przemysłowo ani handlowo znaku C. i nie wnosił sprzeciwu co do użytkowania i rejestracji znaku towarowego P.. Po zawarciu porozumienia używanie przez pozwanego znaku P. ograniczało się nadal wyłącznie do materiałów reklamowych i dokumentacji firmowej. Znak P. T. pozwany zaczął zamieszczać na opakowaniach produktów dopiero w sezonie 2015/2016, począwszy od dnia 17 września 2015 r.

T. uczestniczył w procesie sprzedaży P. O. S.A. w upadłości likwidacyjnej i wiedział o kupnie tego przedsiębiorstwa przez H.. Miał także rozeznanie w kwestii znaku towarowego zgłoszonego i używanego w obrocie gospodarczym przez powoda.

W dniu 5 czerwca 2015 r. pozwany - działając w identycznym obszarze działalności gospodarczej jak powód - zgłosił znak słowno graficzny P. dla produktów klasy 31 i 35 według klasyfikacji nicejskiej (numer zgłoszenia (...)). T. oznaczał tym znakiem towary tej samej klasy co H.. Przed dokonaniem zgłoszenia w Urzędzie Patentowym pozwany nie posługiwał się tym znakiem na opakowaniach

produktów wprowadzanych do obrotu gospodarczego w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej.

Powód w dniu 9 grudnia 2015 r. działając na podstawie art. 143 ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej (jedn. tekst: Dz.U. z 2020 r., poz. 286 - dalej jako: „Pr.w.p.” lub „prawo własności przemysłowej”) złożył do Urzędu Patentowego RP sprzeciw wobec zgłoszenia znaku towarowego przez pozwanego. Jednocześnie wezwał T. do zaniechania naruszeń i powstrzymania się od używania znaku słowno – graficznego P..

Pozwany nie zastosował się do żądania powoda i w dalszym ciągu posługiwał się znakiem towarowym P., w tym wprowadzał do obrotu produkty oznaczone tym znakiem. Pierwsza dostawa opakowań ze spornym logo na rzecz pozwanego nastąpiła 16 września 2015 r. Postanowieniem z dnia 21 stycznia 2016 r. Sądu Okręgowego w T. (VI GCo (...)) - zmodyfikowanym postanowieniem Sądu Apelacyjnego w (...) z dnia 11 maja 2016 r. - doszło do zabezpieczenia roszczeń H. przeciwko T. dochodzonych pozwem, w sposób szczegółowo określony w sentencji.

W marcu 2016 r. przedstawiciele handlowi powoda zakupili od pozwanego produkty znajdujące się na torebkach na których znak P. - wbrew treści postanowienia zabezpieczającego - nie został zaklejony. Sezon nasienny - dla takich firm jak strony - trwa od końca września do maja, ze szczytem sprzedaży w okresie od października do końca lutego. Zaopatrywanie sklepów w towar odbywa się kilka miesięcy wcześniej, przed rozpoczęciem sezonu nasiennego.

Pomimo pewnych podobieństw, torebki oznaczone znakami towarowymi stron, różniły się od siebie, w zależności od ich zawartości. Ponadto, opakowania pozwanego zostały oznaczone znakiem P. w konfiguracji ze znakiem T. na tle białoczerwonej flagi, umieszczonym w dolnej części torebki. Opakowania powoda zawierały natomiast jedynie znak towarowy P. O. umieszczony na zielonym tle w górnej części torebki.

Sąd Okręgowy nie znalazł podstaw do stwierdzenia by zaistniała którakolwiek z sytuacji uzasadniających przyjęcie, że pozwany naruszył prawo ochronne powoda na znak towarowy (art. 296 ust. 2 Pr.w.p.).

Wskazał, że pozwany nie używał bezprawnie w obrocie gospodarczym znaku identycznego do zarejestrowanego znaku towarowego powoda w odniesieniu do identycznych towarów (art. 296 ust. 2 pkt 1 Pr.w.p.). Oznaczenia towarów stron nie są bowiem identyczne, a ich analiza porównawcza prowadzi do wniosku, że identyczny jest tylko jeden z elementów składających się na znak słowno – graficzny tj. słowo „P.” wpisane w mniejszy okrąg z dwoma [...]i. Drugi element słowny tj. „O.” i „T.” są oczywiście różne. Również elementy graficzne nie są identyczne. W szczególności inne jest tło mniejszego okręgu, w które wpisane jest słowo „P.” - w znaku powoda jest to kolor zielony, a u pozwanego kolor biały. Ponadto większy krąg u powoda jest w połowie biały, a w połowie żółty, na którego tle wpisane są słowa „O.”. W znaku pozwanego większy krąg jest natomiast całkowicie w kolorze białym, a słowo „T.” jest umiejscowione pod tym okręgiem.

Nie ma także - w ocenie Sądu Okręgowego - podstaw do przyjęcia, że pozwany używał znaku identycznego lub podobnego do zarejestrowanego znaku towarowego w odniesieniu do towarów identycznych lub podobnych, przy zachodzeniu ryzyka wprowadzenia odbiorców w błąd, które obejmowałoby w szczególności ryzyko skojarzenia znaku ze znakiem towarowym zarejestrowanym (art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr.w.p.). Podkreślił, że ocena zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego prowadzi do wniosku, że słowo „P.” było używane przez pozwanego już od połowy lat 80 - tych ubiegłego wieku i nie zrzekł się on prawa do tego znaku towarowego na mocy porozumienia z dnia 25 maja 2000 r. Stwierdził, że w treści tego porozumienia jest jedynie zawarte oświadczenie pozwanego, iż nie używa przemysłowo i handlowo prawa do znaku towarowego C. C. w W. oraz byłych jej oddziałów i nie wnosi sprzeciwu co do używania i rejestracji na terytorium RP i poza jej granicami między innymi znaku towarowego Przedsiębiorstwa w O. P. O.. Ze zgromadzonych w sprawie dowodów wynika, że określenie „P.” funkcjonowało na rynku obrotu nasionami przed zgłoszeniem znaku towarowego przez P. w O., a motywem zawarcia porozumienia były trudności z uzyskaniem rejestracji znaków towarowych przez przedsiębiorstwa branży nasienniczej.

Mając na względzie, że porównywane znaki towarowe miały charakter słowno - graficzny uznał, że ocena ich podobieństwa musi przebiegać w sposób całościowy z uwzględnieniem warstwy wizualnej, fonetycznej i znaczeniowej.

Stwierdził, że określenie P. nie jest pozbawione zdolności dystynktywnej o której mowa w art. 129 ust. 2 pkt 2 i 3 Pr.w.p., ocena naruszenia przez pozwanego prawa wyłącznego powoda powinna zatem uwzględniać ten element słowny przy analizie warstwy fonetycznej i znaczeniowej.

W ocenie Sądu Okręgowego porównanie obu znaków towarowych w warstwie fonetycznej wskazuje, że nie są one identyczne, a jedynie podobne i to jedynie w odniesieniu do jednego z elementów słownych „P.”. Kolejne elementy słowne znaków „O.” i „T.” są różne. W płaszczyźnie koncepcyjnej najistotniejszą różnicą między znakami użytymi na konkurencyjnych produktach stron - wykluczającą wprowadzenie odbiorców w błąd co do pochodzenia towarów - jest wyeksponowanie na etykiecie produktu pozwanego „rzucającego się w oczy” określenia „T.”. Dominuje on także z uwagi na intensywne białe - czerwone tło na którym został umieszczony, kolorystykę (biała drukowana dużymi literami czcionka poprzedzona zieloną literą T na białe - czerwonym tle), jak i jego fantazyjność, cechującą się wysoką zdolnością odróżniającą. W płaszczyźnie wizualnej różnice między znakami stron są ewidentne już *prima facie*. W szczególności inne jest tło mniejszego okręgu, w które wpisane jest słowo „P.” - u powoda jest to kolor zielony, a u pozwanego kolor biały. Z kolei większy krąg u powoda jest w połowie biały, a w połowie żółty, a na jego tle są wpisane słowa „O.”, a u pozwanego jest on całkowicie w kolorze białym, a słowo „T.” jest umiejscowione pod tym okręgiem i wyraźnie wyodrębnione (nie zachodzi na pozostałe elementy). Ponadto wszystkie opakowania produktów powoda mają to samo *layout* czyli zielone tło i logotyp oraz nazwy w górnej części torebki, a u pozwanego nie mają tła, każda torebka jest bowiem inna w zależności od produktu, a znaki towarowe umieszczone są u dołu torebki.

Podkreślił Sąd Okręgowy, że do dokonania oceny, czy istnieje niebezpieczeństwo wprowadzenia klientów w błąd - w rozumieniu art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr.w.p. - należy odwołać się do wzorca przeciętnego konsumenta czyli modelu osoby rozważnej i dobrze poinformowanej na rynku danego rodzaju produktów.

Z przeprowadzonego w sprawie postępowania dowodowego w sposób nie budzący wątpliwości wynika, że zeznający w sprawie świadkowie nigdy nie spotkali się z sytuacją by klienci lub kontrahenci pomylili znaki towarowe P. O. i P.. Oznacza to, że wprowadzenie w błąd należy uznać za wykluczone, co wynika przede wszystkim z wyraźnego zaakcentowania na opakowaniach pozwanego określenia „T.”.

W konsekwencji przyjął Sąd Okręgowy, że powód - mimo spoczywającego na nim ciężaru dowodu (art. 6 k.c.) - nie wykazał identyczności obu znaków towarowych ani prawdopodobieństwa wprowadzenia klientów w błąd w następstwie używania przez pozwanego znaku towarowego P..

Zdaniem tego Sądu wprowadzanie przez pozwanego do obrotu tego samego rodzaju produktów oznaczonych znakiem P., umieszczanie go na dokumentach i posługiwanie się tym znakiem w celach reklamy, nie stanowiło także czynu nieuczciwej konkurencji (art. 10 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - jedn. tekst: Dz. U. z 2020 r., poz. 1913 - dalej jako: „u.z.n.k.” lub „ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji”).

Ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego wynika bowiem, że to pozwany jako pierwszy wprowadził do obrotu rynkowego towary oznaczające je znakiem słowno - graficznym P.. Powód nie udowodnił również by pozwany całkowicie porzucił ten znak i zaprzestał jego używania. Wprawdzie zasada pierwszeństwa nie ma w sprawie zastosowania, gdyż to powód uzyskał rejestrację na znak towarowy - co wiąże się z poddaniem tego znaku przepisom Prawa własności przemysłowej - jednak w płaszczyźnie graficznej oznaczenia powoda i pozwanego znacząco się różnią, nie zachodzi zatem ryzyko wprowadzenia konsumentów w błąd co do pochodzenia towarów. Wyeksponowanie na opakowaniach produktów pozwanego oznaczenia „T.” oznacza, że rozpoznawalność produktów pozwanego opiera się na znaku tożsamym z jego firmą, a dla zorientowanego, dobrze poinformowanego odbiorcy, nie istnieje ryzyko konfuzji i przypisania produktu pozwanego powodowi.

Zdaniem Sądu Okręgowego nie zachodzi także podstawa do objęcia działalności pozwanego hipotezą art. 3 u.z.n.k. w kontekście wykorzystywania dobrej opinii konsumentów o produkcie powoda i przywłaszczaniu sobie korzyści

wypracowanych dzięki cudzym nakładom ze skutkiem w postaci przejęcia części klienteli i spadków obrotu konkurenta (pasożytnictwo).

Przeprowadzone w sprawie dowody nie wskazują bowiem, by towar powoda oznaczony znakiem towarowym P. O. cieszył się szczególną renomą i był powszechnie znany na rynku tego rodzaju produktów. Powód nie zaoferował żadnych dowodów (badania opinii publicznej, nagrody, wyróżnienia, publikacje prasowe, rankingi, raporty specjalistycznych pracowni), które mogłyby na taki stan rzeczy wskazywać. Ponadto, z dokonanych w sprawie ustaleń wynika, że znak towarowy P. jest znany na rynku od kilkadziesiąt lat, trudno zatem zakładać że renoma tego znaku miałaby wynikać z jego promowania przez powoda.

Sąd Apelacyjny w (...) wyrokiem z dnia 28 września 2018 r. oddalił apelację powoda, dzieląc w pełni ustalenia faktyczne oraz oceny prawne Sądu pierwszej instancji - wyrażone zarówno na gruncie Prawa własności przemysłowej, jak i Ustawy o nieuczciwej konkurencji - i nie znajdując podstaw do przeprowadzenia na wniosek skarżącego uzupełniającego postępowania dowodowego w postępowaniu apelacyjnym.

Wskazał, że Sąd Okręgowy w pełni prawidłowo dokonał całościowej oceny oznaczeń stron na płaszczyźnie wizualnej, fonetycznej i znaczeniowej, która doprowadziła go do trafnych wniosków co do braku ryzyka konfuzji konsumentów. Powód natomiast usiłując sprowadzić spór do porównania fragmentów używanych przez strony znaków (znaku słownego P.), pomijając pozostałe oznaczenia słowne i marginalizując różnice graficzne i kolorystyczne, konsekwentnie nie uwzględnił, że spór nie dotyczy wniosku pozwanego o rejestrację jego znaku towarowego, lecz stosowania znaku w obrocie dla oznaczenia produktów. Dla oceny ryzyka konfuzji według modelu przeciętnego konsumenta (należycie poinformowanego, uważnego i racjonalnego), znaczenie ma całość opakowania w którym produkt jest sprzedawany, a nie jedynie jego wyselekcjonowanych fragmentów. Twierdząc, że elementy słowne obu znaków w postaci oznaczenia pochodzenia geograficznego (O., T.) nie mają zdolności odróżniającej i mogą wprowadzać w błąd, prowadząc do skojarzenia przedsiębiorstwa pozwanego z oddziałem (filia) przedsiębiorstwa powoda, skarżący - zdaniem Sądu Apelacyjnego - pominął, że takie kryterium geograficzne, jako odróżniające - a nie tworzące ryzyko konfuzji zostało

zaakceptowane między innymi przez poprzedników prawnych stron. Nie wnieśli oni w porozumieniu z 2000 r. wzajemnie sprzeciwu co do użytkowania i rejestracji znaków towarowych przedsiębiorstwa C. w P., C. w W., C. O., P. O.. Wszystkie te znaki zawierają kręgi z dwoma [...]i oraz napis P. lub C., co je upodabnia. Elementem odróżniającym - zaakceptowanym przez strony tego porozumienia - jest natomiast właśnie oznaczenie geograficzne (O., P., W.).

Wskazał Sąd Apelacyjny, że przeciętny konsument ma świadomość, iż w obrocie oznaczenie oddziału lub filii następuje przez dodanie tych słów przy firmie i nazwy miejscowości - tam gdzie mieści się ta filia lub oddział - a nie przez podanie samej tylko nazwy geograficznej. Dostrzeże także - zważywszy na miejsca sprzedaży towarów stron - wszystkie akcentowane przez Sąd Okręgowy różnice w oznaczeniach stron, w tym także to, że oznaczenie pozwanego ma inną kolorystykę i eksponuje fantazyjną nazwę T..

Sąd Apelacyjny zaakceptował także stanowisko Sądu pierwszej instancji, że nie ma żadnych podstaw do przyjęcia, że w porozumieniu z 2000 r. pozwany zrzekł się prawa do znaku „P.”. Jego zdaniem treść porozumienia jest precyzyjna oraz jednoznaczna i wynika z niej, że pozwany ograniczył się jedynie do oświadczenia, że nie korzysta z nie chronionego znaku C. (opisanego w załączniku nr 1 do porozumienia) i nie sprzeciwia się rejestracji tego znaku przez powoda. Zaznaczył, że skarżący odmiennie interpretując treść porozumienia nie złożył wniosku dowodowego o przesłuchanie stron, które je podpisały. Nie wykazał zatem, że - wbrew jego literalnej treści - ich celem, było zrzeczenie się przez pozwanego prawa do znaku P..

Sąd Apelacyjny akceptując stanowisko Sądu Okręgowego dotyczące oceny roszczeń powoda – także na gruncie Ustawy o ochronie nieuczciwej konkurencji - podkreślił, że pozwany nie wykazał ani ryzyka konfuzji konsumentów ani szczególnej wartości rynkowej swego znaku, a także spadku swoich obrotów na skutek działań pozwanego. Zwrócił uwagę, że pozwany konsekwentnie zarzucał, że doszło do utraty renomy spornego znaku na skutek upadłości poprzednika prawnego powoda, a skarżący nie przedstawił żadnych dowodów przeciwnych. Z uwagi na problemy finansowe, które doprowadziły do upadłości, produkty oznaczone spornym znakiem nie były czasowo dostępne na rynku, a poprzednik

prawny powoda miał u kontrahentów złą opinię, nie płacił bowiem swoich zobowiązań. W tych okolicznościach zarzuty pasożytnictwa na znaku towarowym powoda - zdaniem Sądu Apelacyjnego - nie znajdowały oparcia w zgromadzonym w sprawie materiale dowodowym.

Od powyższego rozstrzygnięcia skargę kasacyjną złożył powód, zaskarżając wyrok w całości i zarzucając naruszenie: art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr. w.p., w tym w zw. z art. 120 ust. 1 i 2 Pr. w.p., art. 121, 153 ust. 1, 154 Pr. w.p., art. 129¹ ust. 1 pkt 9 i w zw. z art. 129¹ ust. 1 pkt 12 Pr. w.p. (poprzednio art. 129 ust. 2 pkt 2) oraz art. 65 k.c., w tym w zw. z art. 154 i 121 Pr. w.p., a także art. 160 ust. 1 Pr. w.p.

Wskazując na powyższe zarzuty wniósł o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy Sądowi Apelacyjnemu do ponownego rozpoznania - a w przypadku stwierdzenia podstaw - uchylenia także w całości orzeczenia Sądu Okręgowego w T. i przekazania sprawy Sądowi pierwszej instancji do ponownego rozpoznania ewentualnie uchylenia wyroku Sądu Apelacyjnego i orzeczenia co do istoty sprawy oraz zasądzenie kosztów postępowania kasacyjnego.

Pozwany w piśmie procesowym z dnia 21 czerwca 2019 r. wniósł o oddalenie skargi kasacyjnej i zasądzenie kosztów postępowania kasacyjnego.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Konstrukcja zarzutów skargi wskazuje, że powód obecnie koncentruje się na argumentowaniu, że powinna mu zostać udzielona ochrona jego prawa na znak towarowy na podstawie art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr. w.p. Nie twierdzi natomiast, że pozwany dopuścił się czynów nieuczciwej konkurencji lub, że używa w obrocie znaku towarowego identycznego z jego znakiem (brak zarzutu naruszenia art. 296 ust. 2 pkt 1 Pr. w.p.).

Zgodnie z art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr. w.p. uprawniony z prawa ochronnego na znak towarowy, na który udzielono prawa ochronnego z wcześniejszym pierwszeństwem może zakazać innej osobie bezprawnego używania w obrocie gospodarczym znaku podobnego do znaku, na który udzielono prawa ochronnego na znak towarowy z wcześniejszym pierwszeństwem na rzecz tego uprawnionego w odniesieniu do towarów identycznych lub podobnych, jeżeli zachodzi ryzyko wprowadzenia odbiorców w błąd, które obejmuje w szczególności ryzyko

skojarzenia znaku ze znakiem towarowym, na który udzielono prawa ochronnego z wcześniejszym pierwszeństwem na rzecz tego uprawnionego.

Niebezpieczeństwo wprowadzenia w błąd co do źródła pochodzenia towarów powstaje w sytuacji, gdy przeciętny odbiorca może błędnie mniemać, że towary pod tym znakiem pochodzą z przedsiębiorstwa uprawnionego do znaku lub pozostającego z nim w związkach gospodarczych lub organizacyjnych. Metodyka badania niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd polega po pierwsze na tym, że porównuje się towary (usługi) pod przeciwstawionymi znakami, z określeniem stopnia podobieństwa, po wtóre porównuje się same przeciwstawione znaki, a w razie ustalenia podobieństwa ustala się jego stopień, po trzecie określa się rozpoznawalność (zdolność odróżniającą) wcześniejszego znaku towarowego i jej stopień, po czwarte ustala się znaczenie innych czynników mających znaczenie i po piąte przeprowadza się - przy uwzględnieniu rezultatów wcześniejszych ustaleń - całościową ocenę niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd (por. m.in. wyroki Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z dnia 11 listopada 1997 r., C - 251/95 Sabel, z dnia 29 września 1998r., C - 39/97 Canon, z dnia 29 czerwca 1999 r., C 342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, z dnia 22 czerwca 2000 r., C 425 - 98, Marca Mode, z dnia 6 października 2005 r., C - 120/04, Medion, z dnia 27 kwietnia 2006 r., C - 145/05, Levi Strauss oraz wyroki Sądu Najwyższego z dnia 20 grudnia 2001 r., II CKN 1440/00, niepubl., z dnia 7 maja 2003 r., IV CSK 97/01, niepubl., z dnia 14 listopada 2003 r., I CK 176/02, niepubl., z dnia 22 kwietnia 2004 r., V CK 96/03, niepubl., z dnia 6 kwietnia 2005 r., III CK 476/04, niepubl., z dnia 20 października 2005 r., II CK 154/05, niepubl., z dnia 12 października 2005 r., III CK 160/05, OSNC 2006, nr 7-8, poz. 132, z dnia 15 grudnia 2006 r., III CSK 299/06, OSNC 2007, nr 11, poz. 172, z dnia 22 lutego 2007 r., III CSK 300/06, OSNC 2008, nr 1, poz. 11, z dnia 21 lutego 2008 r., III CSK 264/07, OSNC 2008, nr 4, poz. 118, i z dnia 25 lutego 2010 r., III CSK 120/09, niepubl.).

Przy ocenie ryzyka konfuzji należy brać pod uwagę konkretne używanie oznaczenia pozwanego na rynku, a nie wszelkie możliwe okoliczności używania tego oznaczenia, jak ma to miejsce w procesie rejestracji znaku towarowego. Wynika to z faktu, że osoba używająca znaku identycznego lub podobnego

do zarejestrowanego znaku towarowego nie rości sobie praw do tego znaku lecz korzysta z niego *ad hoc*. Aby ustalić czy uprawniony do zarejestrowanego znaku towarowego ma prawo sprzeciwić się takiemu szczególnemu korzystaniu z oznaczenia, należy ograniczyć się do okoliczności charakteryzujących to używanie, bez konieczności badania - tak, jak ma to miejsce w procedurze rejestracji - czy innego rodzaju używanie tego oznaczenia, w innych okolicznościach, mogłoby wprowadzać w błąd. Nacisk należy położyć na konkretne warunki rynkowe oraz sposób i cel posługiwania się zakwestionowanym oznaczeniem (por. m.in. wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 12 czerwca 2008 r., C – 533/06, *O2 Holdings*). Samo niebezpieczeństwo skojarzenia znaków nie uzasadnia zastosowania art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr. w.p., jeżeli odbiorcy nie mogą pomylić źródła komercyjnego pochodzenia towarów pod znakiem. Skarżący - w uzasadnieniu skargi skoncentrowanym w znacznej mierze na zagadnieniach teoretycznych i odwołujących się do porównań znaków *in abstracto* - rozróżnienia tego nie bierze pod uwagę pomijając, że w postępowaniu cywilnym sąd ocenia przede wszystkim konkretny sposób użycia spornego oznaczenia przez pozwanego. W rezultacie wadliwie identyfikuje metodykę ustalania niebezpieczeństwa wprowadzania w błąd przez sąd w sprawie cywilnej w ramach art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr. w.p. z przyjętą przez Urząd Patentowy i sądy administracyjne w postępowaniu o rejestrację (unieważnienie rejestracji) znaku towarowego.

Sądy obu instancji dokonały wszechstronnej i zarazem prawidłowej oceny zaistnienia ryzyka konfuzji zarówno na gruncie prawa własności przemysłowej, jak i ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Trafnie przyjęły - co nie jest na etapie postępowania kasacyjnego kwestionowane - że strony nie używają identycznych, a jedynie podobnych znaków, dla identycznych towarów. Prawidłowo również uznały, że stopień tego podobieństwa uwzględniający wszystkie elementy znaków (słowne, graficzne, przestrzenne), ujmowane całościowo - mimo podobnej koncepcji znaków - jest niski, a ryzyko pomyłki minimalne. Prezentując stanowisko przeciwne skarżący ogranicza się do analizy selektywnie wybranych elementów porównywanych znaków towarowych,

niejednokrotnie opisując je w sposób oderwany od rzeczywistego ich wyglądu i pomijając istniejące między nimi różnice w odbiorze całościowym.

Zaakceptować należy ocenę Sądów obu instancji, że podobna jest jedynie część dominującego oznaczenia słownego P., a kolejne elementy słowne znaków „O.” i „T.” są różne. Litery składające się na słowo P. - mimo ich umieszczenia w centralnej części oznaczeń - jako ukośnie zachodzące na siebie (a w przypadku znaku powoda przysłonięte dodatkowo ciemnozielonym tłem), nie są wyeksponowane w sposób czytelny dla odbiorcy. W obu porównywanych znakach wyraźnie zaakcentowany i skupiający uwagę jest element słowny „O.” z podkreśleniem na żółtym tle oraz „T.” na białym tle, do którego stylizacji użyto wyraźnych, drukowanych liter i kontrastującej czarnej czcionki.

Nie można zgodzić się ze stanowiskiem powoda - opartym na treści art. 129 ust. 2 pkt 2 Pr. w.p. (aktualnie art. 129¹ ust. 1 pkt 12 Pr. w.p.) - że słowne elementy znaku „O.”, „T.” mają znikomą dystynktywność, a umieszczenie w znaku towarowym słowa „T.” błędnie komunikuje przeciętnemu odbiorcy o pochodzeniu towaru z filii lub oddziału przedsiębiorstwa powoda. W okolicznościach sprawy posłużenie się przez strony w porównywanych znakach nazwą miejscowości stanowiło element odróżniający w obrocie i miało na celu doprecyzowanie zakładu produkcyjnego z którego pochodzi towar (dawnych okręgowych centrali), z uwagi na wcześniejsze powiązania stron z przedsiębiorstwem państwowym, z którego się wywodziły. Wbrew stanowisku skarżącego - w tych specyficznych okolicznościach - odwołanie się do oznaczenia geograficznego (nazwy miejscowości) mogło stanowić element dystynktywny i dominujący znaku towarowego, skoro nie miało ono znaczenia dla oceny jakości lub innych cech opatrywanych oznaczeniami towarów i usług.

Zaaprobować należy także stanowisko Sądów, że w płaszczyźnie wizualnej (kolorystycznej, graficznej) różnice między znakami stron są ewidentne. Inne jest tło mniejszego okręgu, w które wpisane jest słowo „P.” - u powoda jest to kolor zielony, a u pozwanego kolor biały. Z kolei większy krąg u powoda jest w połowie biały, a w połowie żółty, a na jego tle są wpisane słowa „O.”, a u pozwanego jest on całkowicie w kolorze białym, a słowo „T.” jest umiejscowione pod tym okręgiem i wyraźnie wyodrębnione (nie zachodzi na pozostałe elementy). Znak towarowy H.

ma cztery okręgi, a znak pozwanego posiada tylko dwa okręgi (mniejsze) o oszczędnej kolorystyce. Znak graficzny dwóch marchewek wtopiony w odmienną kolorystykę porównywanych znaków nie jest dominujący i przy uwzględnieniu postrzegania przez konsumenta znaku jako całości - a nie jak to czyni skarżący selektywnie - nie powoduje ryzyka konfuzji. Odmienne są gabaryty marchewek (większe u pozwanego) i kolorystyka (jaśniejsza u pozwanego), u powoda marchewki mieszczą się w okręgach, a u pozwanego wykraczają poza okrąg. Dodatkowo znak graficzny dwóch marchewek może być przez konsumentów kojarzony z opisem towarów wskazanych w klasie 31 klasyfikacji nicejskiej wykorzystywanych w ogrodnictwie (nasiona, warzywa, korzenie), a samodzielnie ma nieznaczną zdolność odróżniającą.

Wbrew stanowisku skarżącego elementy kolorystyczne znaków słowno - graficznych mają bardzo istotne walory odróżniające i niejednokrotnie decydują o rozpoznawalności znaku towarowego. Poruszanie w skardze problematyki kolorów *per se*, które wyjątkowo cechuje pierwotna zdolność odróżniająca, a mogą nabyć wtórną zdolność odróżniającą w wyniku ich intensywnego używania w połączeniu z określonymi towarami, nie wspiera stanowiska powoda, skoro domagał się on ochrony wielobarwnego znaku słowno - graficznego a nie koloru *per se* (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27 września 2017 r., IV CSK 674/16, niepubl. i orzeczenia przytoczone w jego uzasadnieniu). Istniejące rozbieżności między znakami były zatem dostateczną podstawą do stwierdzenia, że nie zachodzi niebezpieczeństwo wprowadzenia w błąd co do pochodzenia towarów, jak tego wymaga art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr. w.p.

Używanie przez strony w oznaczeniu słowno - graficznym słów „O.”, „T.” pełni funkcję odróżniającą produkty stron, i w okolicznościach sprawy nie wywołuje u klientów skojarzenia, że pozwany wprowadza je do obrotu w ramach współpracy z powodem. Trafnie Sąd Apelacyjny akcentował, że takie właśnie kryterium - odnoszące się do siedziby prowadzonej przez podmioty branży nasienniczej działalności gospodarczej - jako odróżniające, a nie wskazujące na pochodzenie od tego samego przedsiębiorstwa czy powiązanych ekonomicznie przedsiębiorstw pozostających pod jednolitą kontrolą - zostało przyjęte w porozumieniu w sprawie użytkowania i rejestracji znaków towarowych zawartym pomiędzy następcami

prawnymi oddziałów C. w W., a zatem podmiotami najbardziej zorientowanymi w warunkach używania tego znaku towarowego C. w W. oraz jej byłych oddziałów (k. 111 - 114). Podmioty te nie uznawały, by wchodzący w skład kombinowanego (wieloelementowego) znaku, którym się posługiwały, znak graficzny dwóch marchewek włączonych w okrąg był dominujący i uniemożliwiał realizację przez znak towarowy jego podstawowej funkcji odróżniającej sprzedawane przez nich towary. Na zgodną koegzystencję znaków towarowych podmiotów powstałych na bazie dawnych oddziałów C. wskazuje nie wniesienie przez nich we wzmiankowanym porozumieniu wzajemnie sprzeciwu co do użytkowania i rejestracji znaków towarowych przedsiębiorstwa C. w P., C. w W. oraz P. O.. Celem stron porozumienia - wyartykułowanym wprost w jego treści - było właśnie to by „znaki towarowe z których korzystają w zakresie swojej działalności produkcyjnej i handlowej posiadały dostateczne znamiona odróżniające w zwykłych warunkach obrotu gospodarczego” (§ 1 i § 3 porozumienia). Wszystkie te znaki zawierają kręgi z dwoma [...]i oraz napis P. lub C., co je upodabnia (k. 117 - 119). Elementem odróżniającym - zaakceptowanym przez strony tego porozumienia - jest natomiast oznaczenie siedziby prowadzonej działalności (O., P., W.). Zarzut naruszenia art. 65 k.c. (bez wskazania w podstawie skargi jednostki redakcyjnej, której dotyczy) przez błędne przyjęcie, że strony tego porozumienia, jako kryterium najsilniej odróżniające uznały oznaczenia słowne geograficzne (O., P.), a nie fantazyjny element słowny „P.” i graficzny (dwie marchewki na dwóch okręgach) nie zasługiwał zatem na uwzględnienie. Niezależnie od powyższego akceptacja tego porozumienia przez poprzednika prawnego powoda oraz znoszenie przez niego funkcjonowania na rynku znaków P. (C.) wraz ze znakiem graficznym dwóch marchewek wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa nasiennicze - jak trafnie podnosi pozwany - skutecznie neutralizuje ryzyko wprowadzenia odbiorców tych towarów w błąd co do pochodzenia towarów.

Nie zasługuje na uwzględnienie zarzut naruszenia art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr. w. p. przez wadliwe zastosowanie i nie ustalenie wysokiej rozpoznawalności znaku powoda na rynku, mającej - jego zdaniem - kluczowe znaczenie dla stwierdzenia ryzyka konfuzji. Został on oparty na tezie o nie występowaniu w obrocie znaku podobnego na rynku przez kilkanaście lat przed naruszeniem,

co jest sprzeczne z podstawą faktyczną rozstrzygnięcia, która nie może być w postępowaniu kasacyjnym kwestionowana (art. 398³ § 3 i art. 398¹³ § 2 k.p.c.). Wynika z niej, że znak „P.” nie był wprowadzicie przez pozwanego używany do oznaczania towarów wprowadzanych do obrotu, ale nie zaprzestał on jego używania w materiałach reklamowych i dokumentacji firmowej (k. 791 i k. 893). Z poczynionych w sprawie ustaleń nie wynika także by w obrocie nie były używane - w istotnym dla sprawy okresie - znaki C. W. i C. P., a porozumienie z 2000 r., w sprawie użytkowania i rejestracji znaków towarowych przeczy tezie skarżącego o nieobecności tego rodzaju oznaczeń w obrocie. W swojej argumentacji powód nie uwzględnia także, że Sądy obu instancji ustaliły, że znak towarowy - którego ochrony się domaga - nie był znakiem renomowanym, a jego atrakcyjność i rozpoznawalność na rynku była niewielka. Powód poza odwoływaniem się do przysługującego mu prawa na znak towarowy nie udowodnił by znak towarowy P. O. cieszył się dużą rozpoznawalnością na rynku nasienniczym.

Decyzja o rejestracji znaku nie przesądza jego zdolności odróżniającej, ani w dacie rozpoczęcia ochrony ani na przyszłość, może bowiem nie uwzględniać pewnych komponentów sytuacji w której prawo do znaku ma istnieć i być wykorzystywane (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 5 lutego 2010 r., III CSK 120/09, niepubl.). Nie bez racji Sąd drugiej instancji podkreślił, że odwoływanie się przez pozwanego - mającego ugruntowaną pozycję na rynku - do znaku powoda celem wzbudzenia u konsumentów przeświadczenia o powiązaniach między oboma podmiotami jest wątpliwe, także z tego względu, że w stosunku do poprzednika prawnego powoda prowadzono postępowanie upadłościowe, co z natury rzeczy wpływa na kształtowanie negatywnych opinii kontrahentów i klientów o towarach sprzedawanych pod tym znakiem i miało miejsce - jak ustaliły Sądy obu instancji - w okolicznościach sprawy. Rozpoznawalność znaku towarowego ma istotne znaczenie z punktu widzenia oceny niebezpieczeństwa konfuzji. W badanym przypadku słaba zdolność odróżniająca (rozpoznawalność) znaku powoda na rynku – mimo, że został on zarejestrowany - wzmacnia ocenę, że nie zachodzi niebezpieczeństwo wprowadzenia klientów w błąd co do źródła pochodzenia towarów.

Również pozostałe okoliczności ustalonego w sprawie stanu faktycznego osłabiają niebezpieczeństwo wprowadzenia odbiorców w błąd co do pochodzenia towarów przekonując, że podstawowa funkcja znaku towarowego, którą jest zagwarantowanie konsumentom wskazania pochodzenia towarów i usług - mimo oparcia porównywanych znaków na podobnej koncepcji - nie jest w okolicznościach sprawy zagrożona. Świadczą o tym historyczne uwarunkowania związane ze znakiem P. oraz prowadzenie przez wiele lat przez podmioty powstałe na bazie dawnych oddziałów C. działalności pod znakiem C. lub P. ze wskazaniem siedziby prowadzonej działalności. Klienci i kontrahenci stron będą skłonni kojarzyć użycie znaku słownego P. oraz graficznego dwóch marchewek z odwołaniem się przez obie strony do ich wspólnego rodowodu oraz długoletniej tradycji tego znaku związanej z dawnymi oddziałami przedsiębiorstwa państwowego funkcjonującego w branży nasiennictwa i ogrodnictwa, a nie z powiązaniami ekonomicznymi i handlowymi między stronami, które mogłyby wprowadzać w błąd co do źródeł pochodzenia towarów i wskazywać na ich pochodzenie od powoda (por. m.in. wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 22 września 2011 r., C - 482/09, Budějovický Budvar, pkt 82 i wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z dnia 18 czerwca 2009 r., C - 487/07, L'Oréal I, pkt 59). W przypadku użycia znaku P., będzie on przez konsumentów kojarzony - zgodnie z intencją pozwanego - z dawnym oddziałem przedsiębiorstwa państwowego w T., a nie w O..

Ocena niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd musi być odnoszona do modelu przeciętnego odbiorcy - wypracowanego w orzecznictwie - jako osoby właściwie poinformowanej, wystarczająco uważnej i racjonalnej. Przy ocenie prawdopodobieństwa hipotetycznej reakcji przeciętnego nabywcy, w chwili zakupu towaru, uwzględnić należy, że strony funkcjonują w branży nasienniczej, gdzie świadomość konsumentów odnośnie do pochodzenia towarów - mimo że są one rozprowadzane identycznymi kanałami dystrybucji na terenie całego kraju, sprzedawane masowo i mają niską cenę jednostkową - jest wyższa niż przeciętna z uwagi na ich specyfikę. Tego rodzaju towary są nabywane sezonowo, bez automatyzmu, z dużą uwagą w związku z nakierowaniem na uzyskanie oczekiwanych plonów, a nie szybką, bieżącą konsumpcją. Uwzględniając te realia

przyjąć należy nikłe prawdopodobieństwo przyjęcia przez konsumenta, że nabyty przez niego towar pozwanego pochodził z przedsiębiorstwa powoda lub przedsiębiorstwa powiązanego z nim ekonomicznie.

Również okoliczności towarzyszące wprowadzeniu do obrotu towarów oznaczonych znakiem P. dodatkowo wspierają wyrażoną wyżej ocenę o braku niebezpieczeństwa wprowadzenia odbiorców w błąd (całkowicie odmienny wygląd opakowań, wyeksponowanie kolorystycznie i wizualnie znaku T. na tle białe - czerwonej flagi, prosta możliwość porównania znaków na towarach stron wobec ich wykładania na półkach sklepowych obok siebie). Nie mogą one wprowadzić stanowić samodzielnej przesłanki przesądzającej - jak przyjęły Sądy obu instancji - o braku niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd co do pochodzenia towarów na gruncie prawa własności przemysłowej, ale oceniane, jako okoliczności towarzyszące użyciu zakwestionowanego znaku towarowego dodatkowo wykluczają możliwość przyjęcia przez konsumentów, że sprzedaż obejmuje towary uprawnionego z rejestracji do znaku towarowego.

Sprawa o ochronę znaku towarowego nie jest sprawą o rejestrację znaku towarowego. Bezwzględne przeszkody do rejestracji znaku towarowego o których mowa w art. 129¹ Pr. w.p. nie mogą być automatycznie przekładane - jak to czyni skarżący - na badanie istnienia ryzyka konfuzji w przypadku domagania się przez uprawnionego do znaku ochrony na podstawie art. 296 ust. 2 pkt 2 Pr. w.p. Okoliczność, iż ubiegający się o rejestrację znaku towarowego nie może uzyskać rejestracji na oznaczenie zawierające symbole Rzeczypospolitej Polskiej nie oznacza, że Sąd badając czy istnieje ryzyko wprowadzenia odbiorców w błąd co do pochodzenia towarów, nie może uwzględnić tego elementu w ramach okoliczności towarzyszących wprowadzeniu towarów do obrotu.

Nie było natomiast rzeczą Sądów rozstrzyganie teoretycznych zagadnień, czy przy innych uwarunkowaniach - niż ustalone w rozpoznawanej sprawie - należałoby stwierdzić, że ryzyko konfuzji jednak istnieje. W stanie faktycznym sprawy nie miała bowiem miejsca - szeroko analizowana w uzasadnieniu skargi sytuacja - że dla oceny ryzyka wprowadzenia odbiorców w błąd co do pochodzenia towarów kluczowe znaczenie miało umieszczenie przez pozwanego na towarze wprowadzonym do obrotu także swojego oznaczenia, niekolidującego ze znakiem

uprawnionego (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 6 kwietnia 2005 r., III CK 476/04, nie publ.).

Wszystkie istotne elementy stanu faktycznego ujęte całościowo, trafnie zatem doprowadziły Sady obu instancji do przekonania, że konsument w chwili zakupu nie będzie przypuszczać, że towary oznaczone znakiem pozwanego pochodzą z przedsiębiorstwa powoda lub przedsiębiorstwa powiązanego z nim ekonomicznie. Stanowisko to znajduje dodatkowe oparcie w fakcie, że w praktyce obrotu - jak wynika z poczynionych w sprawie ustaleń - nie spotkano się z sytuacją by doszło do rzeczywistych pomyłek odbiorców towarów, a powód - mimo spoczywającego na nim ciężaru dowodu - nie wykazał, by było to prawdopodobne, nie składając wniosku dowodowego o przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego celem zbadania rynku na którym funkcjonują strony i zachowań konsumentów.

Zarzut naruszenia art. 160 ust. 1 Pr. w.p. przez przypisanie pozwanemu prawa do korzystania ze znaku towarowego P., jako używaczowi uprzedniemu, który w przeszłości korzystał z niego do oznaczania swoich towarów w obrocie jest bezzasadny. Sąd Apelacyjny nie stosował bowiem w ogóle tego przepisu i nie rozstrzygał czy pozwany ma prawo - podlegające rejestracji - do dalszego używania tego znaku. Oceniał jedynie czy użycie przez pozwanego - w konkretnych warunkach rynkowych - znaku „P.” uzasadnia uwzględnienie roszczeń powoda zgłoszonych na podstawie ustaw o własności przemysłowej i nieuczciwej konkurencji.

Sąd Apelacyjny nie naruszył także art. 65 k.c. (skarżący w podstawie skargi nie wskazał jednostki redakcyjnej, której zarzut dotyczy) w zw. z art. 154 i 121 Pr. w. p. przyjmując, że z porozumienia z 2000 r. nie wynika, by pozwany zrzekł się praw do znaku P.. Z porozumienia tego wnosić jedynie można, że znak „P.” wraz z elementem graficznym dwóch marchewek jest traktowany przez jego strony, jako niezarejestrowany znak towarowy po - będącym ich poprzednikiem prawnym przedsiębiorstwie państwowym - który wykorzystują w różnym stopniu podmioty pozostałe po jego prywatyzacji, z użyciem jako odróżniającego elementu znaku siedziby prowadzonej działalności gospodarczej. Z oświadczenia przedstawicieli pozwanego, że na dzień zawarcia porozumienia T. nie używa przemysłowo i

handlowo na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej i poza jej granicami nie chronionego prawnie znaku towarowego C. w W. oraz byłych jej oddziałów według załącznika nr 1 oraz nie sprzeciwia się używaniu i rejestracji znaków towarowych według załącznika nr 2, nr 3, nr 4 (§ 2), w żadnym wypadku nie wynika by zrzekał się prawa do używania i rejestracji znaku towarowego P. i zapewniał, że nie będzie go używał w przyszłości. Z oświadczenia tego wnosić należy, że pozwany nie traktował znaku P. O., jako kolidującego ze znakiem P., podobnie jak powód nie traktował znaków C. P., C. W., jako kolidującego z jego znakiem P. O.. Ponadto, oświadczenie o zrzeczeniu musiałoby być jednoznaczne i kategoryczne, a w treści porozumienia brak oświadczenia o wyrażeniu przez pozwanego zgody na używanie przez inne podmioty porozumienia znaku P. czy dokonanie jego rejestracji.

Z przytoczonych względów na podstawie art. 398¹⁴ k.p.c. Sąd Najwyższy orzekł jak w sentencji.

O kosztach postępowania kasacyjnego Sąd Najwyższy orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3, art. 99 w zw. z art. 391 § 1 w zw. z art. 398²¹ k.p.c. i § 10 ust. 4 pkt 2 w zw. z § 8 ust. 1 pkt 19 i § 2 pkt 7 w zw. z art. § 8 ust. 2 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 22 października 2015 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych (jedn. tekst: Dz. U. z 2018, poz. 265).

jw