

Sygn. akt V ACa 1059/12

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 13 marca 2013 r.

Sąd Apelacyjny w Gdańsku – Wydział V Cywilny w składzie:

| | |
|-----------------|--|
| Przewodniczący: | SSA Katarzyna Przybylska |
| Sędziowie: | SA Włodzimierz Gawrylczyk (spr.) SA Jacek Grela |
| Protokolant: | Sekr. sąd. Magdalena Tobiasz - Ignatowicz |

po rozpoznaniu w dniu 13 marca 2013 r. w Gdańsku na rozprawie

sprawy z powództwa Europejskiej (...)

przeciwko (...) Spółce Akcyjnej w P.

o nakazanie i zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w (...)

z dnia 30 października 2012 r. sygn. akt VI GC 99/12

I. prostuje rubrum zaskarżonego wyroku przez wykreślenie słów „i inne” po słowach „ o nakazanie” i wpisanie w to miejsce słów „ i zapłatę”;

II. oddala apelację;

III. zasądza od pozwanego na rzecz powoda kwotę 2.430 (dwa tysiące czterysta trzydzieści) złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

V ACa 1059/12

UZASADNIENIE

Sąd Okręgowy w (...) wyrokiem z 30 października 2012 r. nakazał pozwanemu (...) S.A. w P. zaniechania używania logo (...) 2012 stanowiącego barwny odpowiednik słowno-graficznego znaku towarowego R- (...), tj. znaku składającego się z elementu słownego o treści (...) 2012 (...)” oraz umieszczonego nad tym napisem elementu graficznego w postaci trójczłonowego kwiatu i czarno-białego oznaczenia, w którym tak opisany element słowny umieszczony jest obok elementu graficznego, nakazał pozwanemu opublikowanie na jego koszt obramowanego i widocznego ogłoszenia o pow. 165mm na 227 mm w poniedziałkowym wydaniu dziennika „(...)” na trzeciej stronie redakcyjnej części (...), przy użyciu łatwo czytelnej czcionki nie mniejszej niż 15 Times N. R., w formie jednorazowej publikacji w terminie 14

dni od daty uprawomocnienia się tego orzeczenia, o treści: (...) S.A. w P. przyznaje, że bezprawnie udostępniając w należących do niego restauracjach zeszyty (...) wydane przez (...) A. w P. w okresie poprzedzającym Mistrzostwa (...) (...) 2012 oraz w czasie ich trwania i zawierające logo tych Mistrzostw mógł wprowadzić klientów w błąd co do swoich powiązań prawnych, organizacyjnych i gospodarczych z (...) w (...) i z organizowanymi przez (...) Mistrzostwami (...), które w istocie nie miały miejsca, za co niniejszym przeprasza”. Sąd zasądził też od pozwanego na określony cel społeczny kwotę 50.000 zł z ustawowymi odsetkami od dnia uprawomocnienia się wyroku, oddalił powództwo w pozostałej części i zasądził od pozwanego na rzecz powoda kwotę 6.012 zł tytułem kosztów procesu.

Zasadnicze motywy wyroku są następujące:

Powód domagał się nakazania pozwanemu zaniechania używania logo Mistrzostw (...), które jest zarejestrowanym znakiem towarowym, oraz nakazania opublikowania w dzienniku (...) i w miesięczniku (...) ogłoszenia we wskazanej formie i treści, zasądzenia od pozwanego na rzecz Samorządu Województwa (...) na cel związany z działalnością (...) w W. kwoty 100.000 zł z ustawowymi odsetkami od dnia uprawomocnienia się wyroku i zasądzenia kosztów procesu.

W podstawie faktycznej powództwa powód wskazał, że logo Mistrzostw jest znakiem towarowym stwarzającym ogromne i atrakcyjne możliwości marketingowe, jednym z narzędzi marketingowych jest dobrze przygotowany sponsoring tego wydarzenia sportowego i kampania reklamowa sponsorów na podstawie zawartych przez nich umów z powodem, jednym i wyłącznym licencjonowanym sponsorem z sektora restauracyjnego (...), tymczasem pozwany bezprawnie w lutym 2012 r. w restauracjach (...), na stronach internetowych i na profilu w F. rozpoczął akcję promocyjną skierowaną do osób zainteresowanych Mistrzostwami polegającą na możliwości zebrania w pięciu zeszytach tzw. (...) poświęconej drużynom biorącym udział w turnieju. Akcja ta promowana była w dostępnych w restauracjach materiałach reklamowych, w których były wykorzystywane hasła (...), (...), a na stronie internetowej użyte było hasło (...) RESTAURACJA (...). Poszczególne etapy ogłoszonego przez pozwanego konkursu piłkarskiego opartego na materiałach zawartych w (...) przeprowadzane są w portalu społecznościowym F.. W swoich działaniach marketingowych pozwany posługuje się również wizerunkiem znanego polskiego piłkarza R. M., którego zdjęcie zostało zamieszczone na okładce menu restauracji. W dwóch pierwszych zeszytach (...) umieszczone zostało na każdej stronie w prawym górnym rogu logo Mistrzostw, stanowiące zarejestrowany znak słowno-graficzny. To samo oznaczenie figuruje na szklankach i dzbankach używanych w restauracjach (...) i na zaproszeniu do oglądania turnieju w restauracjach zamieszczonym na szybie wystawowej restauracji w G.. Po rozpoczęciu Mistrzostw pozwany rozszerzył akcję promocyjną przez nadanie nowym kartom menu tytułu (...), tym samym hasłem przy użyciu gadżetów piłkarskich posługiwał się też przy kampanii reklamowej restauracji (...) w Internecie. Zdaniem powoda te działania pozwanego sugerują, że jest on oficjalnym sponsorem Mistrzostw lub licencjobiorcą, mogły wprowadzić klientów w błąd, stanowią klasyczny przykład podstępnego, pasożytniczego marketingu. Wskazał, że jego roszczenia mają oparcie w treści art. 296 ust. 1 i ust. 2 pkt 1, 2 i 3 ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej, a także w treści ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Pozwany wnosił o oddalenie powództwa. Twierdził, że powód nie wykazał, iż pozwany użył jego znaku towarowego bezprawnie i że stworzył ryzyko wprowadzenia klientów w błąd, posłużenie się wydanymi przez osobę trzecią zeszytami (...) zawierającymi znaki podobne do znaku towarowego powoda nie było bezprawne, szklanki i dzbanki z logo Mistrzostw zostały mu udostępnione przez sponsora (...) spółkę z o.o., umieszczenie logo Mistrzostw na zaproszeniu do lokalu S. w G. nie może go obciążać, bo to placówka franczyzowa. Zaprzeczył, by prowadził kampanie i akcje promocyjne odwołujące się do piłki nożnej, by dążył do przekonania klientów iż jest sponsorem Mistrzostw lub by sugerował istnienie jakichkolwiek powiązań z (...).

Powód twierdził, że wydawca (...) jest powiązany z pozwanym personalnie przez osobę pełniącą funkcje wiceprzewodniczącego rady nadzorczej (...) A. i wiceprezesa zarządu pozwanego, a w przeszłości dwóch obecnych członków zarządu pozwanego zasiadało w radzie nadzorczej tego wydawcy (...), co wskazuje na pieczołowicie zaplanowaną akcję promocyjną mającą na celu wywołanie skojarzeń między pozwanym a organizatorem Mistrzostw.

Sąd Okręgowy ustalił następujący stan faktyczny:

Powód jest organizatorem turniejów finałowych Mistrzostw (...) w tym Mistrzostw, które odbyły się w 2012 r. w Polsce i na Ukrainie, w związku z tym uzyskał rejestrację szeregu znaków towarowych i wzorów przemysłowych, tj.:

1/ na podstawie decyzji Urzędu Patentowego RP z 20 stycznia 2010 r. zarejestrowany został znak słowno-graficzny R- (...) w wersji czarno-białej, przedstawiony jako obrazek nr 1 w uzasadnieniu pozwu, dla licznych towarów i usług należących do klasy (...)(dotyczącej serwowania żywności i napojów w kawiarniach);

2/ na podstawie decyzji Urzędu (...) z 29 marca 2010 r. zarejestrowany został wspólnotowy znak towarowy graficzny C. (...) w wersji czarno-białej (przedstawiony jako obrazek nr 2 w uzasadnieniu pozwu), dotyczący powyższych produktów;

3/ na podstawie decyzji Urzędu Patentowego RP z 20 października 2010 r. zarejestrowany został znak towarowy słowny (...);

4/ na podstawie decyzji (...) z 12 lutego 2008 r. nr (...) zarejestrowany został wspólnotowy znak towarowy (...);

5/ na podstawie decyzji (...) z 25 września 2009 r. zarejestrowany został wspólnotowy znak towarowy i wzór przemysłowy nr (...) - (...) (logo – jako obrazek nr 3 w uzasadnieniu pozwu).

Licząc się z dużym zainteresowaniem kibiców i mediów Mistrzostwami, powód zawarł szereg umów sponsorskich i licencyjnych celem umożliwienia sponsorom i licencjobiorcom korzystania z prawa do kojarzenia ich i ich usług z tymi zarejestrowanymi znakami. Znaki te były wykorzystywane przez sponsorów i licencjobiorców w ich kampaniach reklamowych i promocyjnych obok takich akcesoriów, jak piłki, flagi, szaliki kibica oraz wizerunki stadionów i znanych piłkarzy. Logo Mistrzostw było powszechnie rozpoznawane jako związane z (...) 2012.

Pozwany nie był sponsorem Mistrzostw ani licencjobiorcą. W lutym 2012 r. w restauracjach (...), na stronach internetowych i na profilu na (...) pozwany zamieścił ogłoszenie o możliwości zebrania tzw. (...), na którą składa się segregator i 5 zeszytów poświęconych drużynom piłkarskim biorącym udział w tych Mistrzostwach. Warunkiem było złożenie określonego zamówienia na posiłek i deklaracja, w wyniku czego zainteresowana osoba otrzymywała segregator z pierwszym zeszytem i kupony na kolejne zeszyty z rabatami do wykorzystania w lokalach S.. Akcja ta była reklamowana w lokalach należących do pozwanego w różnoraki sposób, m.in. przez plakaty, podkładki rozkładane na stołach, ekspozycję segregatora i zeszytów oraz na stronie internetowej m.in. przez używanie haseł (...), czy (...). Na stronie internetowej pozwany posłużył się hasłem (...) RESTAURACJA (...). Na stronie internetowej i na F. pozwany prezentował akcesoria piłkarskie i wizerunek znanego piłkarza R. M.. Poza kolekcjonowaniem zeszytów zainteresowane osoby mogły uczestniczyć w konkursie o tematyce piłkarskiej, w których wygraną stanowiły bony do restauracji.

Na stronach zeszytów (...) zamieszczone jest w górnym prawym rogu logo zastrzeżone dla powoda (R- (...)). Wydawcą zeszytów jest (...)A. w P., we władzach której zasiada członek zarządu pozwanego.

W restauracjach (...) napoje podawane były w szklankach opatrzonych logo zarejestrowanym na rzecz powoda. Naczynia te zostały udostępnione pozwanemu przez (...) spółkę z o.o. – sponsora (...), z którym pozwanego wiąże umowa o współpracy. Logo Mistrzostw zostało wykorzystane w zaproszeniu do oglądania rozgrywek przez umieszczenie go poniżej hasła „Oglądaj mecze (...) 2012 w S.”, zaproszenie zostało przyklejone do szyby wystawowej restauracji (...) w G. w Centrum Handlowym (...) na początku czerwca 2012 r. Restauracja prowadzona jest od 2004 r. jako placówka franczyzowa na własny rachunek franczyzobiorcy (co wynika z dalszej treści uzasadnienia, choć w tym miejscu Sąd podał, że to była działalność na rzecz franczyzodawcy).

Pismem z 1 marca 2012 r. powód wezwał pozwanego do zaprzestania akcji promocyjnej i reklamowej odwołującej się do (...) 2012, uznając to odwoływanie się za czyn nieuczciwej konkurencji, zwłaszcza polegający na wykorzystaniu hasła „S. to nasza oficjalna restauracja kibica” oraz haseł równoznacznych. Pozwany odpowiedział, że podejmowane

przez niego działania odwołują się do idei kibicowania stanowiącej wartość uniwersalną, więc nie naruszają praw powoda.

Powyższe ustalenia Sąd poczynił na podstawie dowodów z dokumentów.

W ocenie Sądu Okręgowego pozwany naruszył prawa powoda do znaku towarowego R- (...). Stwierdził, iż okoliczność, że ten znak wykorzystywany jest w sieci restauracji należących do pozwanego oznacza, że jest wykorzystywany bezprawnie. Bezprawne było też zamieszczenie podobnego znaku w zeszytach (...) i może sugerować, że Kolekcja Kibica jest w jakikolwiek sposób powiązana z (...). Bezprawności pozwanego nie wyłącza fakt, że zeszyty (...) wydał inny podmiot, skoro pozwany posługiwał się nimi w swych działaniach promocyjnych, a ponadto z uwagi na powiązania personalne pozwanego i tego wydawcy posługiwanie się tymi zeszytami przez pozwanego może świadczyć o podjętej przez niego próbie zaistnienia w świadomości kolekcjonerów tego wydawnictwa jako podmiotu związanego w jakiś sposób z (...). Przez użycie hasła „S. to nasza oficjalna restauracja kibica” pozwany wyraźnie nawiązał do statusu oficjalnego sponsora i miało to miejsce w czasie, gdy wydane zostały pierwsze zeszyty (...). Pozwany nie zaniechał naruszania praw powoda, mimo że był przez niego do tego wezwany. Wszystkie z pięciu zeszytów (...) zostały wydane i rozpowszechnione w niezmienionej szacie graficznej do dnia otrzymania przez pozwanego postanowienia Sądu z 1 czerwca 2012 r. w przedmiocie udzielenia zabezpieczenia. Pozwany nie ma żadnego tytułu do korzystania ze znaku zarejestrowanego na rzecz powoda. Okoliczność, że w zeszytach (...) znak był w wersji barwnej, a na rzecz powoda zarejestrowany został w Urzędzie Patentowym RP znak w wersji czarno-białej, nie ma znaczenia, skoro znaki były podobne, a ponadto zarejestrowany wspólnotowy znak towarowy też jest barwny. Te zachowania pozwanego były sprzeczne z art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Posługiwanie się przez pozwanego zeszytami (...) zawierającymi logo Mistrzostw (...) naruszało dobre obyczaje i stwarzało ryzyko wprowadzenia klientów restauracji (...) posiadających te zeszyty w błąd co do pochodzenia oznaczenia i związków organizacyjnych, prawnych i gospodarczych pozwanego z organizatorem Mistrzostw. Stanowiska pozwanego, że znaku towarowego w (...) nie użyto w celach reklamowych, tylko w celach redakcyjnych, a więc zgodnie z wytycznymi (...) dla mediów, nie można zaaprobować w świetle posługiwania się przez pozwanego hasłem „S. to nasza oficjalna restauracja kibica”, w którym pozwany wyraźnie nawiązał do statusu oficjalnego sponsora i miało to miejsce w czasie, gdy wydane zostały pierwsze numery zeszytów (...). Używania tego znaku towarowego powoda pozwany nie zaniechał, mimo wezwania do tego, lecz rozpowszechnił je do czasu wydania na wniosek powoda postanowienia Sądu z 1 czerwca 2012 r. o udzieleniu zabezpieczenia.

W ocenie Sądu Okręgowego pozwany nie naruszył dobrych obyczajów, reklamując swą działalność gospodarczą w Internecie i w menu przy użyciu haseł nawiązujących do Mistrzostw, jak też z wykorzystaniem gadżetów piłkarskich i wizerunku piłkarza R. M., który nie brał udziału w rozgrywkach piłkarskich. Nie może być też uznane za przejaw nieuczciwej konkurencji używanie w restauracjach (...) szklanek i dzbanków dostarczonych przez (...) spółkę z o.o., z którą wiąże pozwanego umowa o współpracę. Za treść zaproszenia do oglądania rozgrywek piłkarskich w lokalu S. w G. pozwany nie ponosi odpowiedzialności, bo nie prowadzi w nim własnej działalności gospodarczej.

Sąd stwierdził, że roszczenie o zaniechanie posługiwania się logo Mistrzostw zarejestrowanego na rzecz powoda i żądanie nakazania opublikowania oświadczenia jest usprawiedliwione na podstawie art. 296 ust. 1 ustawy - Prawo własności przemysłowej i na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 1, 3 i 6 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, podkreślił, że w czasie wytoczenia powództwa usprawiedliwione było roszczenie o zaniechanie naruszeń prawa. Odnosi się to do udostępnieniu, w okresie poprzedzającym Mistrzostwa i w czasie Mistrzostw (także po wezwaniu przez powoda do zaniechania tych działań), w restauracjach (...) zeszytów (...) wydanych przez (...).A. w P. zawierających logo Mistrzostw. W tym zakresie Sąd uwzględni powództwo, a w pozostałym zakresie je oddalił, rozstrzygając o kosztach procesu przy zastosowaniu art. 100 k.p.c.

Pozwany złożył apelację. Zaskarżył wyrok w części uwzględniającej powództwo i rozstrzygającej o kosztach procesu. Domagał się zmiany wyroku przez oddalenie powództwa i zasądzenie kosztów procesu oraz zasądzenia kosztów procesu za drugą instancję. Zarzucił:

1/ naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przez uznanie, że wprowadzenie do obrotu wydawnictwa prasowego zawierającego barwny odpowiednik słowno-graficznego znaku towarowego R- (...) jest czynem nieuczciwej konkurencji,

2/ naruszenie art. 316 § 1 k.p.c. przez uwzględnienie powództwa o zaniechanie używania logo Mistrzostw, skoro pozwany jeszcze przed wytoczeniem powództwa w tej sprawie zaniechał wprowadzania tego wydawnictwa do obrotu,

3/ sprzeczność ustaleń w sytuacji, gdy w ocenie Sądu Okręgowego posługiwanie się przez pozwanego hasłami „S. to nasza restauracja kibica”, „(...)”, czy „(...)” nie stanowiło czynu nieuczciwej konkurencji, a rozprowadzanie wydawnictwa prasowego (zeszytów (...)) stanowiło czyn sprzeczny z dobrymi obyczajami odnoszącymi się do obrotu towarowego.

Skarżący podkreślił, że przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji odnoszą się do czynów, które zagrażają lub naruszają interes przedsiębiorcy konkurującego z podmiotem, który rzekomo dokonuje czynów sprzecznych z dobrymi obyczajami, dotyczą działalności gospodarczej, tymczasem pozwany wprowadził do obrotu zeszyty (...) w dobrej wierze i nie były to czynności konkurencyjne wobec powoda, a więc nie stanowiły czynu nieuczciwej konkurencji. Wobec braku prawdopodobieństwa naruszeń prawa powoda niesłuszne jest uwzględnienie powództwa o zaniechanie naruszeń.

Powód wniósł odpowiedź na apelację. Domagał się oddalenia apelacji i zasądzenia kosztów postępowania apelacyjnego.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja jest bezpodstawna. Podniesione w niej zarzuty są nietrafne, z tym zastrzeżeniem, że Sąd powinien był wskazać jako podstawę orzeczenia także ust. 3 art. 296 ustawy – Prawo własności przemysłowej, co jednak nie ma wpływu na treść zaskarżonego wyroku. Sąd Okręgowy dokonał prawidłowej oceny prawnej ustalonego stanu faktycznego (z powyższym zastrzeżeniem).

Zarzut podniesiony w punkcie trzecim apelacji odnosi się w istocie do oceny prawnej ustalonego i niespornego stanu faktycznego, skoro pozwany kwestionuje zakwalifikowanie określonych w nim działań pozwanego do kategorii działań naruszających prawo. Nieuprawnione jest twierdzenie skarżącego, że skoro Sąd Okręgowy zakwalifikował posługiwanie się przez skarżącego hasłami „S. to nasza restauracja kibica”, „(...)”, czy „(...)” jako nie stanowiące czynu nieuczciwej konkurencji, to powinien był uznać, że rozprowadzanie wydawnictwa prasowego (zeszytów (...)) także nie stanowiło czynu sprzecznego z dobrymi obyczajami odnoszącymi się do obrotu towarowego. Te hasła reklamowe, choć nawiązują do mistrzostw (...) w piłce nożnej, nie stanowią naruszenia prawa powoda do zarejestrowanych znaków towarowych, natomiast rozprowadzanie przez pozwanego w swoich restauracjach zeszytów (...) zawierających bezprawnie umieszczone logo stanowiące znak towarowy powoda narusza jego prawo do znaku towarowego. Różnica jest istotna. Nie wolno bezprawnie nie tylko umieszczać na towarach cudzego znaku towarowego, ale też i rozprowadzać towarów bezprawnie oznaczonych takim znakiem (art. 296 ust. 2 i 3 ustawy – Prawo własności przemysłowej, art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji).

W ocenie Sądu Apelacyjnego powoda należy traktować jako przedsiębiorcę w rozumieniu art. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, skoro posługuje się zarejestrowanymi na swą rzecz znakami towarowymi, zawiera odpłatne umowy licencyjne lub sponsorskie uprawniające innych przedsiębiorców do posługiwania się jego znakami towarowymi. Znaki towarowe z natury swej odnoszą się do obrotu towarowego, a obrót towarowy jest domeną przedsiębiorcy. Poza tym nie ma wątpliwości, że bezprawne posługiwanie się przez pozwanego znakiem towarowym (rozpowszechnianie zeszytów (...) oznaczonych tym znakiem) stanowi szeroko rozumianą działalność konkurencyjną w stosunku do powoda, który udzielając licencji innym przedsiębiorcom działającym w takiej samej branży jak pozwany, miał na celu uzyskanie korzyści majątkowych. Tak więc Sąd Apelacyjny nie ma wątpliwości, że w niniejszej

sprawie roszczenie powoda jest chronione przepisami art. 3 ust.1 i art. 18 pkt 1,3 i 6 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Sąd podkreśla też, że ochrona znaków towarowych udzielana na podstawie art. 296 ustawy – Prawo własności przemysłowej udzielana jest każdej osobie, której prawo ochronne na znak towarowy zostało naruszone, a uprawniony może kierować roszczenia przeciwko każdemu naruszcycielowi, w tym przeciwko osobie, która tylko wprowadza do obrotu oznaczone już znakiem towary. Według ust. 2 tego artykułu naruszenie prawa ochronnego na znak towarowy polega na bezprawnym używaniu w obrocie gospodarczym znaku identycznego do zarejestrowanego w odniesieniu do identycznych towarów, znaku identycznego lub podobnego w odniesieniu do towarów identycznych lub podobnych, jeżeli istnieje ryzyko wprowadzenia odbiorców w błąd, które obejmuje w szczególności ryzyko skojarzenia znaku ze znakiem towarowym zarejestrowanym, jak też na bezprawnym używaniu w obrocie gospodarczym znaku identycznego lub podobnego do renomowanego znaku towarowego, zarejestrowanego w odniesieniu do jakichkolwiek towarów, jeżeli takie używanie może przynieść używającemu nienależną korzyść lub być szkodliwe dla odróżniającego charakteru bądź renomy znaku wcześniejszego. Sąd jeszcze raz podkreśla, że naruszenie prawa może polegać też na wprowadzeniu do obrotu towarów oznaczonych takim znakiem.

Nie zachodzi tu potrzeba szerszego wyjaśnienia, że pozwany naruszył prawo powoda do zarejestrowanego znaku towarowego, gdyż wystarczające są wyjaśnienia zawarte w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku. Należy jedynie podkreślić, że znak towarowy powoda, do którego jego prawo zostało naruszone, jest znakiem renomowanym w rozumieniu art. 296 ust. 2 pkt 3 ustawy – Prawo własności przemysłowej. Niesporne jest, że rozpowszechnianie przez pozwanego zeszytów (...) miało na celu zachęcenie potencjalnych konsumentów – kibiców do korzystania z jego restauracji, co miało przynieść mu określone korzyści materialne.

Przepisy prawa stanowiące system ochrony własności intelektualnej pozwalają na uwzględnienie roszczenia powoda w zakresie określonym w zaskarżonym wyroku. Nie ma wątpliwości, że rozprowadzanie przez pozwanego zeszytów (...) zawierających znak towarowy powoda jest czynem niedozwolonym w rozumieniu art. art. 415 k.c., a wskazany znak towarowy jest dobrem powoda podlegającym ochronie. Ochrona przewidziana w kodeksie cywilnym, ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i w ustawie – Prawo własności przemysłowej ma charakter kumulatywny i może polegać na zakazie naruszeń, na żądaniu opublikowania odpowiedniego oświadczenia czy na żądaniu zasądzenia odpowiedniej kwoty na wskazany cel społeczny.

Nietrafny jest zarzut naruszenia art. 316 § 1k.p.c. Wprawdzie niesporne jest, że pozwany w czasie zamknięcia rozprawy przez Sąd Okręgowy nie rozpowszechniał już zeszytów (...) oznaczonych znakiem towarowym powoda, ale z uwagi na żywe zainteresowanie w Polsce piłką nożną, obejmujące też gromadzenie materiałów reklamowych i innych o rozgrywkach piłkarskich, w tym o Mistrzostwach (...) (...) 2012, nie można wykluczyć dalszych naruszeń przez pozwanego prawa powoda do znaku towarowego, zwłaszcza że pozwany naruszał to prawo powoda mimo wezwania do zaniechania tego. Dlatego uzasadnione jest też orzeczone zaskarżonym wyrokiem zakazanie dalszych naruszeń.

Mając powyższe okoliczności na uwadze, Sąd Apelacyjny oddalił apelację pozwanego na podstawie art. 385 k.p.c. i zasądził od niego na rzecz powoda koszty procesu (koszty zastępstwa procesowego) na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c. i art. 99 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. Na zasądzoną kwotę składa się wynagrodzenie odnoszące się do roszczenia majątkowego (1.800 zł) i niemajątkowego (840 zł) stosownie do treści § 6 pkt 5, § 10 pkt 18, § 2 ust. 1 i 2 oraz § 12 ust. 1 pkt 2 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu.

Na podstawie art. 350 § 3 Sąd Apelacyjny sprostował zawarte w sentencji zaskarżonego wyroku oznaczenie przedmiotu sprawy przez wykreślenie słów „i inne” i wpisanie w to miejsce słów „i zapłatę”, co odpowiada treści żądań powoda.