

Wyrok z dnia 11 marca 2010 r., IV CSK 379/09

W sprawie wytoczonej na podstawie art. 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (jedn. tekst: Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) powód powinien wykazać te okoliczności, które w świetle wiedzy i zasad doświadczenia życiowego wpływają na ryzyko wprowadzenia klientów w błąd co do tożsamości przedsiębiorstw posługujących się tą samą (zbliżoną) nazwą.

Sędzia SN Marian Kocon (przewodniczący)

Sędzia SN Dariusz Dończyk (sprawozdawca)

Sędzia SN Barbara Myszka

Sąd Najwyższy w sprawie z powództwa "M." spółki z o.o. w B. (poprzednio "Imperial", spółki z o.o. w Ł.) przeciwko Wandzie W. o zaniechanie używania nazwy, po rozpoznaniu na posiedzeniu niejawnym w Izbie Cywilnej w dniu 11 marca 2010 r. skargi kasacyjnej strony powodowej od wyroku Sądu Apelacyjnego w Białymstoku z dnia 22 kwietnia 2009 r.

uchylił zaskarżony wyrok i przekazał sprawę do ponownego rozpoznania Sądowi Apelacyjnemu w Białymstoku, pozostawiając temu Sądowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania kasacyjnego.

Uzasadnienie

Powód "M." spółka z o.o. w B. (poprzednio "Imperial", spółka z o.o. w Ł.) wniósł o zobowiązanie pozwanej Wandy W. do zaniechania używania nazwy "Imperiał" dla prowadzonej działalności gospodarczej, w szczególności w zakresie sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych i bezalkoholowych oraz do zaniechania używania tej nazwy we wszelkiej dokumentacji handlowej, korespondencji i reklamach zamieszczanych w środkach masowego przekazu. Żądał nakazania usunięcia nazwy "Imperiał" z prowadzonej przez pozwaną hurtowni alkoholi położonej w Ł. przy ul. N. nr 151A, jak również ze wszystkich ruchomości

związanych z działalnością hurtowni, a także nakazania pozwanej dwukrotnego opublikowania na koszt pozwanej treści zapadłego orzeczenia w "R.", "G.W. " oraz w prasie regionalnej.

Sąd Okręgowy w Białymstoku wyrokiem z dnia 16 grudnia 2008 r. uwzględnił powództwo, nakazując pozwanej zaniechania używania nazwy "Imperiał" w prowadzonej działalności gospodarczej, w szczególności w zakresie sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych i bezalkoholowych, a także dokumentacji handlowej, korespondencji, reklamach zamieszczonych w środkach masowego przekazu. Nakazał usunięcie tej nazwy z prowadzonej przez nią hurtowni alkoholu znajdującej się w Ł. przy ul. N. nr 151A, jak też ze wszystkich ruchomości związanych z działalnością hurtowni. W pozostałym zakresie powództwo zostało oddalone.

Według ustaleń Sądu Okręgowego, w okresie od dnia 1 kwietnia 1993 r. do dnia 31 lipca 1998 r. w ewidencji działalności gospodarczej Urzędu Miasta Ł. figurował wpis Ignacego M. i Tadeusza W. jako wspólników spółki cywilnej pod nazwą Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe "Imperial" s.c. w Ł. Od dnia 4 grudnia 1996 r. wprowadzono wpis "Tadeusz W. Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe »Imperial«". Dnia 1 stycznia 2006 r. została zmieniona nazwa z Przedsiębiorstwa Handlowo-Usługowego "Imperial" na Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe "Imperiał", figurująca do chwili obecnej. W dniu 9 marca 2005 r. pomiędzy "C.E.D.C." a Tadeuszem W. uzgodnione zostały warunki przejęcia działalności prowadzonej przez Tadeusza W. pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo- Usługowe "Imperial". W dniu 20 kwietnia 2005 r. dokonano wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego spółki z o.o. "Imperial" w Ł., zawiązanej przez Tadeusza W. Dnia 16 sierpnia 2005 r. pomiędzy "C.A.I.P.", spółką z o.o. w W. i "C.E.D.C." a Tadeuszem W. zawarto umowę sprzedaży 120 udziałów w "Imperial", spółce z o.o. w Ł., należących do sprzedającego Tadeusza W., reprezentujących 100% kapitału zakładowego spółki. Tadeusz W. zobowiązał się, że nie będzie posługiwał się lub angażował w jakąkolwiek działalność gospodarczą prowadzoną pod nazwą lub firmą zawierającą słowo "Imperial" oraz że nie będzie prowadził działalności związanej z hurtowym obrotem alkoholem. Pozwana, żona Tadeusza W., wyraziła zgodę na zbycie przez niego 120 udziałów w spółce "Imperial".

Dnia 16 sierpnia 2005 r. Tadeusz W., jako prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe "Imperial", sprzedał powodowi środki trwałe wraz z wyposażeniem oraz towary. Do lutego 2008 r. powód miał siedzibę w Ł. pod adresem ul. N. nr 151A, na zabudowanej nieruchomości dzierżawionej od Tadeusza W. Następnie zmienił ją na siedzibę położoną w Ł., ul. A.L. nr 120. W okresie od dnia 16 sierpnia 2005 r. do dnia 30 kwietnia 2007 r. pozwana i jej mąż byli zatrudnieni u powoda. Pozwana zatrudniona była na stanowisku dyrektora do spraw administracji, a od dnia 17 sierpnia 2005 r. do dnia 30 kwietnia 2007 r. pełniła funkcję wiceprezesa zarządu. Tadeusz W. w tym samym okresie pełnił funkcję prezesa zarządu. Prowadził też działalność gospodarczą w zakresie handlu detalicznego alkoholem pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe "Imperial" w Ł., blisko współpracując z powodem.

W dniu 26 kwietnia 2007 r. pozwana w związku z wypowiedzeniem umowy o pracę złożyła oświadczenie o rezygnacji z funkcji wiceprezesa zarządu powoda z dniem 30 kwietnia 2007 r. Od dnia 15 marca 2008 r. rozpoczęła działalność gospodarczą pod nazwą "Imperial" Wanda W., z miejscem prowadzenia działalności w Ł. przy ul. N. nr 151A. Przedmiotem tej działalności jest m.in. sprzedaż detaliczna napojów alkoholowych i bezalkoholowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach oraz sprzedaż hurtowa. Pismem z dnia 16 maja 2008 r. "C.A.I.P." oraz "C.E.D.C." wezwali Tadeusza W. i pozwaną do natychmiastowego zaniechania niedozwolonych działań polegających na działalności konkurencyjnej do działalności powoda na tym samym obszarze, pod nazwą łądząco podobną do oznaczenia "Imperial", spółki z o.o. W czerwcu 2008 r. powód pocztą otrzymał od "L.Z.P.S.P.", spółki z o.o. w L. faktury VAT przeznaczone dla "Imperial" Wandy W., jako nabywcy towarów. Z dniem 2 października 2008 r. Wanda W., w wykonaniu postanowienia zabezpieczającego powództwo dokonała zmiany nazwy prowadzonej działalności gospodarczej z "Imperial" Wanda W. na Hurtownia Alkoholi Wanda W.

W ocenie Sądu Okręgowego, powództwo zasługiwało na uwzględnienie na podstawie art. 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (jedn. tekst: Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm. – dalej: "u.z.n.k."), gdyż pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji przez takie oznaczenie przedsiębiorstwa, które może wprowadzić klientów w błąd co do jego

tożsamości, przez używanie do oznaczenia swego przedsiębiorstwa nazwy wcześniej używanej, zgodnie z prawem do oznaczenia przedsiębiorstwa powoda.

Używana przez powoda na oznaczenie swego przedsiębiorstwa nazwa "Imperial" i nazwa przedsiębiorstwa pozwanej "Imperia" są łądząco do siebie podobne. Różni je tylko jedna, ostatnia litera, która wprawdzie powoduje, że oba słowa mają inne znaczenie, jednakże brzmienie obu nazw jest łądząco podobne. W związku z tym istnieje realna możliwość wprowadzenia w błąd klientów i potencjalnych klientów strony powodowej, tym bardziej że mąż pozwanej od 2006 r. do dnia 16 maja 2008 r., prowadząc przedsiębiorstwo pod nazwą "Imperial", przedmiotem którego była sprzedaż detaliczna napojów alkoholowych i napojów bezalkoholowych, aktywnie współpracował z powodową spółką, w której pozwana sprawowała funkcję dyrektora i wiceprezesa zarządu. Dawne powiązania pozwanej i jej męża z powodową spółką mogą świadczyć dodatkowo o realnej możliwości wprowadzenia klientów w błąd, że chodzi o ten sam lub powiązany z powodem kapitałowo podmiot.

Powodowa spółka, z chwilą wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 20 kwietnia 2005 r., jako pierwsza zaczęła oznaczać prowadzone przez siebie przedsiębiorstwo nazwą "Imperial", pozwana zaś zarejestrowała swoją działalność gospodarczą pod nazwą "Imperia" dopiero w dniu 15 marca 2008 r.

Pomiędzy przedsiębiorstwami stron zachodzi zbieżność przedmiotu działalności w zakresie sprzedaży hurtowej napojów alkoholowych i bezalkoholowych; występuje również terytorialne krzyżowanie się zakresów prowadzonej działalności obu stron. Powodowa spółka funkcjonuje na rynku lokalnym od ponad trzech lat. Branża hurtowej sprzedaży alkoholi, którą zajmuje się powód ma to do siebie, że zasięg terytorialny takiej działalności nie jest ograniczony do miasta i okolic, lecz sięga znacznie dalej. Wobec tożsamości przedmiotu działalności obydwu przedsiębiorstw dochodzi także do krzyżowania klientów. Odnosi się to również do potencjalnych klientów, którzy mogą zostać wprowadzeni w błąd.

Sąd Apelacyjny w Białymstoku wyrokiem z dnia 22 kwietnia 2009 r., po rozpoznaniu apelacji pozwanej zmienił zaskarżony wyrok w ten sposób, że oddalił powództwo w zakresie uwzględnionym przez Sąd Okręgowy. Ustalił, że w czasie postępowania apelacyjnego powodowa spółka została przejęta, na podstawie art. 491 § 1 pkt 1 k.s.h., przez "M.", spółkę z o.o., która zgodnie z art. 494 k.s.h.

wstąpiła we wszystkie prawa i obowiązki powodowej spółki "Imperial" w Ł. Zarząd spółki "M." w dniu 31 marca 2009 r. podjął uchwałę o zmianie dotychczasowej nazwy (firmy) oddziału spółki w Ł. na "M.", sp. z o.o., Oddział "Imperial" w Ł.

Zmiana strony powodowej pozostaje bez wpływu na możliwość dochodzenia przez powoda roszczenia dotyczącego obecnie ochrony nazwy jego oddziału. Na gruncie art. 5 u.z.n.k. za przedsiębiorstwo uznaje się każdy zorganizowany zespół takich składników należących do tego samego przedsiębiorcy, jeżeli dla jego zindywidualizowania posłużył się odrębną nazwą. Wykorzystywanie chociażby jednego z członów nazwy przedsiębiorstwa może prowadzić do czynu nieuczciwej konkurencji, gdyż może być to warunek wystarczający do wprowadzenia klientów w błąd.

W ocenie Sądu Apelacyjnego, żądanie zawarte w pozwie zostało zbyt szeroko ujęte w odniesieniu do działalności gospodarczej pozwanej, gdyż dotyczyło także tych jej przejawów, do których powód nie zgłaszał pretensji.

Nie jest czynem nieuczciwej konkurencji samo używanie nazwy zbieżnej z oznaczeniem innego przedsiębiorstwa, jeżeli nie wywołuje ono ani wywołać nie może wśród klienteli obu przedsiębiorstw konfuzji co do tożsamości obu przedsiębiorstw. O podobieństwie oznaczeń decydują konkretne okoliczności faktyczne. Do hurtownika zwracają się z reguły detaliści, którzy są handlowcami i ich ocena zbieżności nazwy dwóch hurtowni musi przeważać; w prawie służącym ochronie oznaczeń przedsiębiorstw decyduje przede wszystkim krąg rzeczywistych klientów, a nie model „przeciętnego nabywcy” towaru lub usługi.

Zebrany w sprawie materiał dowodowy nie daje podstaw do przyjęcia, że oznaczenie przedsiębiorstwa pozwanej przez użycie nazwy "Imperial" może wprowadzić w błąd klientów powoda. Sąd Apelacyjny uznał za wadliwą ocenę Sądu Okręgowego zeznań wskazanych przez pozwaną świadków, którym Sąd pierwszej instancji nie dał wiary, a którzy wykluczyli możliwość konfuzji przedsiębiorstw stron ze względu na ich oznaczenie. Sąd Okręgowy wskazał ogólnie na dawne powiązania pozwanej i jej męża ze spółką "Imperial", nie wyjaśniając bliżej, jak mogło to wpłynąć na realną możliwość wprowadzenia klientów w błąd co do oznaczenia przedsiębiorstw. Wymagało to wskazania konkretnych okoliczności świadczących o zamiarze takiego działania przez pozwaną.

Biorąc to pod uwagę, Sąd Apelacyjny uznał, że nie została spełniona przesłanka przewidziana w art. 5 u.z.n.k., dotycząca możliwości wprowadzenia

klientów w błąd przez użycie przez pozwaną spornego oznaczenia swego przedsiębiorstwa, co uzasadniało zmianę wyroku w zaskarżonej części przez oddalenie powództwa.

Skargę kasacyjną wniósł powód, który zaskarżył wyrok w całości, jako podstawę wskazując naruszenie art. 5 u.z.n.k. przez niewłaściwą wykładnię przesłanki „oznaczenie przedsiębiorstwa, które może wprowadzić klientów w błąd co do jego tożsamości”, co spowodowało błędne przyjęcie, że powód powinien udowodnić, iż doszło do wprowadzenia w błąd, a także naruszenie art. 5 u.z.n.k. w związku z art. 6 k.c. przez błędną wykładnię prowadzącą do nałożenia na powoda ciężaru udowodnienia, że łądząco podobne oznaczenie przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą w przedmiocie tożsamym z działalnością powoda w tym samym obszarze geograficznym może wprowadzić klientów w błąd. Zarzucono także naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. (...) Powód wniósł o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy Sądowi drugiej instancji do ponownego rozpoznania.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 398³ § 3 k.p.c., podstawą skargi kasacyjnej nie mogą być zarzuty dotyczące ustalenia faktów lub oceny dowodów, nie może być zatem uwzględniony zarzut naruszenia art. 233 § 1 k.p.c., motywowany wadliwą oceną dowodów spowodowaną naruszeniem zasady swobodnej oceny dowodów (por. wyroki Sądu Najwyższego z dnia 29 marca 2007 r., II PK 231/06, OSNP 2008, nr 9-10, poz. 124 i z dnia 8 maja 2008 r., V CSK 579/07, nie publ.). Funkcją ustrojową Sądu Najwyższego jest ocena prawidłowości wykładni i stosowania prawa przez sądy, natomiast ocena dowodów należy do sądów powszechnych. Artykuł 233 § 1 k.p.c. nie mógł zostać naruszony przez Sąd Apelacyjny także przez przyjęcie – jak podniesiono w skardze kasacyjnej – że sąd nie mógł samodzielnie ocenić istnienia możliwości wprowadzenia w błąd klientów przy spełnieniu wszystkich przesłanek zawartych w art. 5 u.z.n.k., co skutkowało oddaleniem powództwa. Artykuł 233 § 1 k.p.c. formułuje zasadę swobodnej oceny dowodów, zgodnie z którą sąd według własnego przekonania ocenia wiarygodność i moc dowodów na podstawie wszechstronnego rozważenia zebranego materiału. Tak dokonana ocena dowodów jest podstawą ustaleń faktycznych, które następnie podlegają ocenie według właściwych norm prawa materialnego mających zastosowanie do oceny zgłoszonego w pozwie roszczenia. Oddalenie powództwa nie było więc

konsekwencją określonej wykładni art. 233 § 1 k.p.c., lecz oceny Sądu Apelacyjnego, że ustalony w sprawie stan faktyczny nie daje podstawy do zastosowania art. 5 u.z.n.k.

Zasadnicze znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy ma wykładnia art. 5 u.z.n.k., a w szczególności ustalenie, czy warunkiem zastosowania tego przepisu jest istnienie stosunku konkurencji pomiędzy przedsiębiorstwami używającymi tej samej (zbliżonej) nazwy. Według stanowiska wyrażonego w wyroku Sądu Najwyższego z dnia 13 listopada 1997 r., I CKN 710/97 (OSNC 1998, nr 4, poz. 69), istnienie stosunku konkurencji pomiędzy takimi przedsiębiorstwami nie jest konieczne. Według innego – dominującego stanowiska judykatury – istnienie stosunku konkurencji pomiędzy przedsiębiorstwami jest warunkiem nieodzownym udzielenia ochrony na podstawie art. 5 u.z.n.k. Konieczność istnienia stosunku konkurencji wywodzona jest z tego, że ochrona przewidziana w tym przepisie jest zależna od możliwości wprowadzenia w błąd klientów (ryzyka konfuzji) co do tożsamości przedsiębiorstw. Możliwe jest to wówczas, gdy przedsiębiorstwa działają w tej samej branży towarów lub usług oraz na tym samym terytorium geograficznym (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 7 października 1999 r., I CKN 126/98, OSNC 2000, nr 4, poz. 70). W orzecnictwie Sądu Najwyższego wyrażono także zapatrywanie, że pojęcie przedsiębiorstwa konkurencyjnego należy rozumieć szeroko (por. wyroki Sądu Najwyższego z dnia 19 marca 2004 r., IV CK 157/03, OSNC 2005 r., nr 3, poz. 53 z dnia 17 czerwca 2004 r., V CK 550/03, "Orzecznictwo Sądów w sprawach Gospodarczych" 2005, nr 1, poz. 2 oraz z dnia 14 grudnia 1990 r., I CR 529/90, OSNCP 1992, nr 7-8, poz. 136). Nie ogranicza się ono tylko do przedsiębiorstwa konkurencyjnego w ścisłym tego słowa znaczeniu, tj. działającym w takiej samej lub podobnej sferze produkcji, usług lub handlu, ale obejmuje wszystkie przypadki, w których oznaczenie przedsiębiorstwa może wprowadzić w błąd klientów co do tożsamości z innym przedsiębiorstwem. Ryzyko konfuzji co do tożsamości przedsiębiorstw może nastąpić także wówczas, gdy przedsiębiorstwa działają na innych obszarach i mają różny przedmiot swojej działalności.

Sąd Najwyższy w składzie rozpoznającym skargę kasacyjną przychylił się do stanowiska, że warunkiem zastosowania art. 5 u.z.n.k. jest istnienie stosunku konkurencji pomiędzy przedsiębiorstwami w szerokim rozumieniu tego pojęcia. Wykładnia językowa uzasadnia wniosek, że istnienie stosunku konkurencji między

przedsiębiorstwami nie jest konieczne, art. 5 u.z.n.k. bowiem nie wymienia jako przesłanki jego zastosowania istnienia stosunku konkurencji pomiędzy przedsiębiorstwami używającymi tej samej nazwy, godła, skrótu literowego lub innego charakterystycznego symbolu wcześniej używanego zgodnie z prawem do oznaczenia innego przedsiębiorstwa. Takie wymaganie wynikało natomiast z art. 2 pkt 1 ustawy z dnia 2 sierpnia 1926 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (jedn. tekst: Dz.U. z 1930 r. Nr 56, poz. 467), który przewidywał, że oznaczenie przedsiębiorstwa nie może być takie, aby wprowadzało w błąd odbiorców co do tożsamości z innym przedsiębiorstwem konkurencyjnym, gdziekolwiek by się ono znajdowało. Należy mieć jednak na względzie, że warunkiem zastosowania art. 5 u.z.n.k. jest to, aby używanie przez dwa przedsiębiorstwa takiej samej nazwy mogło wprowadzać w błąd klientów co do tożsamości tych przedsiębiorstw. Wynika z tego, że art. 5 u.z.n.k. ma zastosowanie wówczas, gdy przedsiębiorstwa zabiegają o tę samą klientelę (por. wyroki Sądu Najwyższego z dnia 7 października 1999 r., I CKN 126/98, OSNC 2000, nr 4, poz. 70 oraz z dnia 19 czerwca 2002 r., II CKN 1229/00, OSNC 2003, nr 6, poz. 86). W takim przypadku pomiędzy przedsiębiorstwami zachodzi stosunek konkurencji, której ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie definiuje. Odwołując się do dorobku doktryny należy ją rozumieć szeroko i pojmować jako rywalizację przedsiębiorców o klientów. Tak określona rywalizacja obejmuje więc również klientelę potencjalną. Za konkurencyjne można uznać przedsiębiorstwa działające nie tylko w tej samej lub podobnej branży asortymentowej, gdyż także zakres geograficzny rywalizacji przedsiębiorstw, zwłaszcza przy uwzględnieniu nowoczesnych form oferowania towarów i usług, np. za pośrednictwem Internetu, ulega poszerzeniu.

Przesłanką zastosowania art. 5 u.z.n.k. jest wystąpienie ryzyka konfuzji klientów co do tożsamości przedsiębiorstw używających dla ich oznaczeń tej samej (zbliżonej) nazwy. Ciężar dowodu tej przesłanki obciąża, zgodnie z art. 6 k.c., powoda. W wyroku Sądu Najwyższego z dnia 19 marca 2004 r., IV CK 157/03, przyjęto, że dowód wprowadzenia klientów w błąd nie jest potrzebny, lecz wystarczy wykazanie możliwości pomyłek. Należy mieć na względzie, że możliwość wprowadzenia w błąd dotyczy stanu hipotetycznego, który może z pewnym prawdopodobieństwem zdarzyć się w przyszłości.

Ocena ta dotyczy często zindywidualizowanego jedynie rodzajowo kręgu podmiotów stanowiącego obecną i potencjalną klientelę obu przedsiębiorstw. W

pojęciu „możliwości wprowadzenia w błąd” mieści się element ocenny sądu stosującego prawo w okolicznościach faktycznych konkretnej sprawy. Prowadzi to do wniosku, że w sprawie wytoczonej na podstawie art. 5 u.z.n.k. powód powinien wykazać te okoliczności faktyczne, które w świetle wiedzy i zasad doświadczenia życiowego wpływają na ryzyko wprowadzenia klientów w błąd co do tożsamości przedsiębiorstw posługujących się tą samą (zbliżoną) nazwą. Taką okolicznością jest posiadanie tej samej klienteli, działanie na tym samym lub zbliżonym rynku asortymentowym towarów i usług, rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej, czas używania nazwy przez przedsiębiorstwo powoda w obrocie gospodarczym oraz związany z tym stopień znajomości nazwy tego przedsiębiorstwa, sposób posługiwania się nazwą przedsiębiorstwa, elementy słowne i graficzne odróżniające zbliżone nazwy obu przedsiębiorstw oraz powiązania personalne pomiędzy tymi przedsiębiorstwami (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 14 czerwca 1988 r., II CR 367/87, OSP 1990, nr 9, poz. 328). Wszystkie te czynniki wpływają na ocenę stopnia prawdopodobieństwa pomyłki klientów co do tożsamości przedsiębiorstw używających tej samej (zbliżonej) nazwy. Ostatecznie zastosowanie art. 5 u.z.n.k. jest uzależnione od oceny, czy mimo wystąpienia tych okoliczności, klienci obu przedsiębiorstw – w zależności od ich cech – mogą popełnić pomyłki co do ich tożsamości, należy bowiem mieć na względzie rzeczywistą klientelę obu przedsiębiorstw, tj. czy są to konsumenci, czy też przedsiębiorcy prowadzący handel asortymentu będącego przedmiotem działalności gospodarczej prowadzonej przez przedsiębiorstwa powoda i pozwanej (por. uzasadnienie wyroku Sądu Najwyższego z dnia 13 listopada 1997 r., I CKN 710/97, OSNC 1998, nr 4, poz. 69).

Mając na względzie tę wykładnię, za bezzasadne należy uznać stanowisko zajęte w skardze kasacyjnej, że na pozwaną przeszedł ciężar dowodu wykazania, iż nie zachodzą przesłanki zastosowania art. 5 u.z.n.k. w sytuacji, w której powód dowiódł używania przez pozwaną do oznaczenia jej przedsiębiorstwa nazwy podobnej do nazwy przedsiębiorstwa powoda oraz krzyżowanie się zakresu asortymentowego i geograficznego działalności obu przedsiębiorstw. Takie stanowisko jest oparte na założeniu, że przesłanką uzasadniającą zastosowanie art. 5 u.z.n.k. jest wykazanie stosunku konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami w wąskim znaczeniu, co nie znajduje uzasadnienia w wykładni tego przepisu. Ustalenie stosunku konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami używającymi tych samych (zbliżonych) nazw stanowi warunek niezbędny, ale niewystarczający do

zastosowania art. 5 u.z.n.k. W zajętych w skardze kasacyjnej stanowisku pominięto, że ryzyko konfuzji co do tożsamości przedsiębiorstw może nastąpić także w stosunku do przedsiębiorstw, które nie są konkurencyjne w ścisłym tego słowa znaczeniu oraz że ustalenie stosunku konkurencji nie musi oznaczać, iż w każdym takim przypadku zachodzi możliwość wprowadzenia klientów w błąd co do tożsamości przedsiębiorstw. (...)

Z tych względów Sąd Najwyższy orzekł, jak w sentencji (art. 398¹⁵ k.p.c.).