



Sygn. akt III CSK 66/13

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 13 grudnia 2013 r.

Sąd Najwyższy w składzie :

SSN Krzysztof Pietrzykowski (przewodniczący)

SSN Dariusz Dończyk (sprawozdawca)

SSN Józef Frąckowiak

Protokolant Katarzyna Bartczak

w sprawie z powództwa F. sp. z o.o. w Z.
przeciwko Fundacji [...]
o zapłatę,
po rozpoznaniu na rozprawie w Izbie Cywilnej
w dniu 13 grudnia 2013 r.,
skargi kasacyjnej F. sp. z o.o. w Z.
od wyroku Sądu Apelacyjnego w [...]
z dnia 12 listopada 2012 r.,

- 1. oddala skargę kasacyjną;**
- 2. zasądza od powódki na rzecz pozwanej kwotę 5400 (pięć tysięcy czterysta) zł tytułem zwrotu kosztów postępowania kasacyjnego.**

Uzasadnienie

Powódka F. spółka z o.o. wniosła o zasądzenie od pozwanej Fundacji [...] ostatecznie, po częściowym cofnięciu powództwa, kwoty 425.551,21 zł tytułem zwrotu nienależnie zapłaconego przez powódkę wynagrodzenia za wykorzystanie pseudonimu sportowego „X.” na opakowaniach produkowanych i sprzedawanych przez powódkę napojów [...]. Prowizja została zapłacona na podstawie aneksu nr 3 do łączącej strony umowy promocyjnej z dnia 1 lipca 2005 r., który następnie, zgodnie z wolą stron, utracił moc obowiązującą *ex tunc*. Sama umowa promocyjna nie przewidywała prowizji za użycie słowa „X.”, a jedynie za użycie znaków towarowych zarejestrowanych przez AA., bądź też jego wizerunku. Ponieważ od 22 czerwca 2009 r. powódka nie korzysta ani ze znaku towarowego, ani z wizerunku AA., zapłacone na jego rzecz kwoty stanowią świadczenie nienależne.

Wyrokiem z dnia 17 kwietnia 2010 r., Sąd Okręgowy Sąd Gospodarczy w K., w sprawie o sygn. akt IX GC .../11, oddalił powództwo co do kwoty 425.551,21 zł, umorzył postępowanie co do kwoty 375.254,52 zł i rozstrzygnął o kosztach procesu. Ustalił, że AA w 1999 r. zgłosił do Urzędu Patentowego znak towarowy „X”. Umową z dnia 1 lipca 2005 r., będącą kontynuacją umowy z 2003 r., AA udzielił powódce (wówczas G. spółce z o.o.) 50-letniej licencji na wykorzystywanie wyżej wymienionego znaku za wynagrodzeniem stanowiącym 2,6% przychodów netto ze sprzedaży produktów oznaczonych znakiem „X”. W zakres licencji wchodziło również prawo do korzystania z wizerunku AA. (Promotora) i jego pseudonimu „X”. W umowie (§ 1.7) powódka zobowiązała się ponadto do uzyskiwania akceptacji AA. do każdego konkretnego opakowania zawierającego znak. Aneksem nr 1 z dnia 23 marca 2006 r., strony postanowiły, że korzystanie z wizerunku AA może polegać na jego użyciu, jako elementu znaków towarowych. Aneksem nr 2 z dnia 30 lipca 2006 r., strony rozszerzyły umowę o korzystanie przez powódkę ze znaku wspólnotowego „AXA”.

Powódka zarejestrowała na siebie szereg znaków towarowych ze słowem „X”. W 2004 r. zgłosiła znaki: „Y” i „Z”. W 2006 roku zgłosiła ponownie znak „Z”, w innej szacie graficznej, i „XX”. W 2007 r. powódka zgłosiła znak zawierający słowa

„YY”, a ponadto znaki „ZZ”, „XY” i „XZ”. W roku 2009 r. powódka zgłosiła znaki: „X” w nowej butelce, „YX” i „YZ”.

W dniu 1 stycznia 2007 r. strony zawarły aneks nr 3, w którym postanowiły, że powódka może rejestrować swoje znaki towarowe zawierające znak „X” AA, jego imię i nazwisko oraz pseudonim „X”. Przewidziana w umowie prowizja miała przysługiwać AA niezależnie od tego, czyim znakiem został oznaczony produkt powódki, o ile tylko znak ten wykorzystywał słowo „X”, wizerunek lub imię i nazwisko. Jednocześnie strony obniżyły prowizję do 1,5%.

Umową z dnia 1 kwietnia 2007 r. AA przejął na pozwaną prawo do dysponowania swoim wizerunkiem i znakiem towarowym w zakresie niezbędnym do wykonywania umowy z dnia 1 lipca 2005 r. oraz prawo do dysponowania swoim wizerunkiem i znakiem towarowym w zakresie niezbędnym do wykonywania umowy z dnia 1 lipca 2005 r. Od tej chwili powódka płaciła prowizję ze sprzedaży napojów [...] pozwanej. W wykonaniu aneksu nr 3 AA udzielił powódce pełnomocnictwa do zgłaszania znaków przewidzianych w tym aneksie, jednakże w dniu 3 listopada 2008 r. odwołał to pełnomocnictwo. Pismem z dnia 23 kwietnia 2009 r., AA i pozwana uchylili się od skutków prawnych aneksu nr 3 z uwagi na wprowadzenie AA w błąd, co do uprawnienia do rejestracji znaków towarowych przewidzianych w aneksie. AA był przekonany, że aneks zobowiązuje powódkę do dokonania rejestracji każdego znaku na rzecz AA, tymczasem okazało się, że uprawnienie dotyczy rejestracji znaku na rzecz powódki. W dniu 7 sierpnia 2009 r. AA złożył w Urzędzie Patentowym wnioski o unieważnienie zarejestrowanych przez powódkę znaków zawierających słowo „X”, wskazując na podobieństwo znaku „X” zarejestrowanego wcześniej przez niego. Powódka początkowo kwestionowała skuteczność uchylecia się przez AA od skutków prawnych aneksu nr 3, ostatecznie jednak, pismem z dnia 30 września 2010 r., uznała aneks nr 3 za nieobowiązujący ze skutkiem *ex tunc*. W piśmie dnia 14 października 2010 r. powódka oświadczyła, że zaprzestała korzystania ze znaków i wizerunku AA już przed III kwartałem 2009 r. W odpowiedzi, pismem z dnia 27 października 2010 r., AA i pozwana złożyli oświadczenie o rozwiązaniu umowy z dnia 1 lipca 2005 r., powołując się na § 4.4 umowy.

Za okres od 1 stycznia 2007 r. do 30 czerwca 2010 r. powódka sprzedała napoje oznaczone słowem „X” w jakiegokolwiek postaci na sumę 598.682.765,45 zł netto, z czego prowizja 2,6% wynosi 15.565.751,90 zł netto, a po dodaniu 22% VAT - 18.990.217,32 zł brutto. Za ten okres powódka zapłaciła pozwanej, przelewami i potrąceniami, co najwyżej 15.234.350,09 zł. Powyższe dane nie były kwestionowane przez pozwaną. Sporna była pomiędzy stronami część potrąceń, a w konsekwencji również suma zapłacona przez powódkę. Zagadnienie to nie ma jednak znaczenia dla rozstrzygnięcia, ponieważ powództwo należało oddalić nawet przy założeniu, że powódka - tak jak twierdziła - zapłaciła sumę 15.234.350,09 zł.

Ponadto Sąd pierwszej instancji ustalił, że w wykonaniu umowy promocyjnej powódka przedstawiała pozwanej co kwartał zestawienia sprzedaży napojów oznaczonych słowem „X” w dowolnej postaci i suma tych zestawień za okres od 1 stycznia 2007 r. do 30 czerwca 2012 r. wynosiła 598.682.765,45 zł netto. W III kwartale 2009 r. z opakowań napojów [...], wprowadzanych do obrotu przez powódkę, zniknął wizerunek AA, natomiast nadal na tych opakowaniach było słowo „X” w różnych postaciach.

Sąd Okręgowy uznał powództwo za bezzasadne. Rozstrzygnięcie sprawy zależało od interpretacji umowy z dnia 1 lipca 2005 r., tj. czy prowizja przysługiwała pozwanej od sprzedaży każdego napoju oznaczonego słowem „X” w dowolnej postaci. Wykładni umowy Sąd dokonał wyłącznie na podstawie treści umowy i przyjął, że strony objęły umową wszystkie produkty oznaczane przez powódkę słowem „X” w dowolnej postaci, niezależnie od tego czy słowo to wchodziło w skład jakiegokolwiek znaku towarowego zarejestrowanego na powódkę albo na AA, bądź też na osobę trzecią. Praktyka stron była zgodna z powyższą, literalną wykładnią umowy. Powódka stworzyła rodzinę napojów [...] „X”, których etykiety opakowań ewoluowały w czasie. Zestawieniami sprzedaży przedkładanymi pozwanemu obejmowała wszystkie napoje oznaczone słowem „X” w dowolnej postaci. Konsekwencją powyższego w związku z uchyleniem aneksu nr 3 jest to, że pozwanej przysługuje prowizja w wysokości 2,6% wartości sprzedaży powódki, która w okresie od 1 stycznia 2007 r. do 30 czerwca 2010 r. wyniosła 18.990.217,32 zł, co znacznie przewyższa sumę zapłaconą na rzecz pozwanej. Nawet w razie rozstrzygnięcia sporów co do skuteczności potrąceń i zaliczenia

wpłat na korzyść powódki, suma zapłaconego wynagrodzenia wyniesie co najwyżej 15.234.350,09 zł, co oznacza brak nadpłaty i prawa do zwrotu części zapłaconej sumy, jako świadczenia nienależnego. W tej sytuacji rozstrzygnięcie sporu co do wysokości świadczenia spełnionego przez powódkę nastąpi w sprawie z powództwa Fundacji przeciwko spółce F. o zapłatę kwoty 10.318.753, 94 zł, którą Sąd połączył ze sprawą niniejszą w trybie art. 219 k.p.c., a następnie rozdzielił do odrębnego rozpoznania.

Wyrokiem z dnia 12 listopada 2012 r., Sąd Apelacyjny oddalił apelację powódki wniesioną od wyroku Sądu pierwszej instancji oraz rozstrzygnął o kosztach postępowania apelacyjnego.

Sąd drugiej instancji uznał, że zaskarżony wyrok ma charakter wyroku częściowego. W stosunku do dokonanych ustaleń przyjął, że Sąd Okręgowy błędnie ustalił, że powódka wykonując umowę promocyjną z 2005 r. przedstawiała pozwanej co kwartał zestawienia sprzedaży napojów oznaczonych słowem „X” w dowolnej postaci. Przekazywanie zestawień sprzedaży napojów po III kwartale 2009 r. znajdowało uzasadnienie w treści aneksu nr 3, w którym jednoznacznie i bez wątpliwości określono podstawę obliczania prowizji, jako przychody netto ze sprzedaży napojów [...] wykorzystujących na opakowaniach, między innymi, pseudonim promotora. Z kolei po uznaniu aneksu nr 3 za nieobowiązujący powódka zaprzestała przekazywania pozwanej zestawień sprzedaży napojów [...], choć nadal wprowadzała je do obrotu w opakowaniach wykorzystujących słowo „X” w różnych postaciach. Tym samym traci na znaczeniu ten argument Sądu pierwszej instancji, jakoby z praktyki wykonywania umowy, tj. z treści zestawień o obrotach wynikało, że powódka była zobowiązana do zapłaty prowizji od sprzedaży napojów oznaczonych słowem „X” w jakiegokolwiek postaci.

Sąd uznał za nieuzasadniony zarzut apelacyjny kwestionujący zasadność pominięcia przez Sąd Okręgowy dowodów wnioskowanych przez powódkę w piśmie procesowym z dnia 27 września 2011 r., w tym z pism powódki do pozwanej i AA z dnia 10 czerwca 2009 r. i z dnia 14 października 2010 r. Pisma te stanowią jedynie dowód na to, jakiej treści wyjaśnienie złożyła powódka pozwanej w okresie, w którym strony pozostawały już w konflikcie w związku z uchyceniem się przez AA i Fundację od skutków prawnych zawarcia aneksu nr 3. Prywatny

charakter wymienionych dokumentów ogranicza ich walor dowodowy. Stosownie do przepisu art. 245 k.p.c. nie stanowią one dowodu na zgodną wolę stron w dacie zawarcia umowy.

Za bezzasadny uznał także zarzut naruszenia art. 65 § 1 i 2 k.c., gdyż Sąd pierwszej instancji prawidłowo przyjął, że celem i zgodnym zamiarem umawiających się stron była sprzedaż przez powódkę napojów oznaczonych słowem „X” w jakiegokolwiek postaci, za co AA miał otrzymywać prowizję. Tym samym zapłata wynagrodzenia, którego zwrotnie domaga się powódka, miała umocowanie w umowie, również po uchyleniu aneksu nr 3. Świadczenie powódki nie było więc nienależne w rozumieniu art. 410 § 2 k.c.

W przypadku oświadczeń złożonych w formie pisemnej podstawą interpretacji stają się, w pierwszej kolejności, reguły lingwistyczne, co nie wyklucza jednak ustalenia sensu umowy odbiegającego od jej „jasnego” znaczenia, według reguł językowych z uwzględnieniem okoliczności, w których zostały złożone oświadczenia woli, zgodnego zamiaru stron i celu umowy. Prowizja dla Promotora została uregulowana w § 3 ust. 1 a) umowy, zgodnie z którym za wykonanie przez Promotora obowiązków wynikających z umowy G. zobowiązała się do zapłaty na jego rzecz kwoty stanowiącej 2,6% przychodów netto od sprzedaży produktów wprowadzonych do obrotu, wykorzystujących na opakowaniach znak „X” i/lub wizerunek promotora, zgodnie z postanowieniami umowy. Zapis ten, czytany w oderwaniu od pozostałych postanowień umownych, potwierdza racje powódki. Stanowisko powódki wzmacnia też treść aneksu nr 2, którym poszerzono zakres licencji o kolejny znak towarowy (wspólnotowy), wskazując jednocześnie, że określenie „znak X” w treści umowy promocyjnej zastępuje się każdorazowo określeniem „znaki X”. Ponadto w aneksie nr 3 zmieniono przytoczony § 3.1 umowy w ten sposób, że w określeniu podstawy naliczania prowizji wskazano oprócz znaku „X” i wizerunku Promotora również jego imię, nazwisko, bądź pseudonim. Mimo to, treść § 3.1 umowy promocyjnej, w brzmieniu sprzed zawarciem aneksu nr 3, nie może być rozumiana jednoznacznie. Interpretując treść tego zapisu należy mieć na względzie przedmiot umowy, którym było zezwolenie przez Promotora na korzystanie zarówno ze znaków towarowych (§ 1.1), wizerunku AA (§ 1.4) oraz prawa do „wykorzystania i rozpowszechniania pseudonimu Promotora „X” (§ 1.4).

Ponadto w pierwotnym tekście umowy (przed aneksem nr 1) nie sprecyzowano sposobu wykorzystywania wizerunku Promotora, tak jak sprecyzowano sposób wykorzystywania znaku towarowego. Pomimo tego od daty zawarcia umowy powódka sprzedawała napoje z wizerunkiem Promotora i bez znaku towarowego, i płaciła prowizję. Literalne rozumienie zapisu § 3.1 umowy prowadzi do wniosków, których nie sposób zaaprobować, gdyż oznaczałoby, iż AA, sportowiec o wciąż niekwestionowanej renomie, powszechnie znany co najmniej w środowisku konsumentów napojów [...], pozwolił powódce na nieograniczone i nieodpłatne korzystanie z pseudonimu sportowego „X” - którym posługuje się od lat [...] i który, co jest faktem notoryjnym, jest kojarzony wyłącznie z jego osobą. Wniosek taki jest nie do przyjęcia, jeśli się zważy, że jedną z dyrektyw wykładni oświadczeń woli jest założenie racjonalnego działania uczestników obrotu. Przy wykładni oświadczeń woli należy wychodzić z założenia, że ich autorzy są ludźmi rozsądnymi. Dla racjonalnie myślącego uczestnika obrotu jest oczywiste, że ani AA, ani Fundacja jego imienia nie wyraziłaby zgody na wypromowanie produktu spożywczego oznaczonego pseudonimem „X” bez wynagrodzenia. Przyjętą przez Sąd Apelacyjny wykładnię potwierdzały także przeprowadzone przez Sąd drugiej instancji z urzędu dowody osobowe w postaci zeznań świadków: [...] oraz z przesłuchania w charakterze strony T. W.

Za niewiarygodne uznał Sąd zeznania świadka W. W., w tym w części, że słowo „X” to marka, którą powódka wypromowała jeszcze przed podpisaniem umowy z AA. Jedyne dowód na okoliczność, że marka „X” była znana przed zawarciem umowy promocyjnej, został zgłoszony już po zamknięciu rozprawy apelacyjnej i był spóźniony w świetle art. 381 k.p.c.

Od wyroku Sądu Apelacyjnego skargę kasacyjną wniosła powódka, która zaskarżyła go w całości. W ramach podstawy kasacyjnej z art. 398³ § 1 pkt 2 k.p.c. zarzuciła naruszenie przepisów:

- art. 228 § 1 k.p.c. w zw. z art. 382 i art. 391 § 1 k.p.c. poprzez nieuprawnione przyjęcie przez Sąd drugiej instancji, że faktem notoryjnym jest powszechna i wyłączna asocjacja słowa „X” jako pseudonimu AA, podczas gdy nie było podstaw do uznania powyższej okoliczności za fakt notoryjny, co miało istotny wpływ na treść zaskarżonego rozstrzygnięcia, albowiem Sąd drugiej instancji na tej

podstawie dokonał wykładni umowy promocyjnej łączącej strony uznając, iż strony *ab initio* przyjęły odpłatność korzystania przez powódkę za słowo „X” w jakiegokolwiek postaci, co z kolei doprowadziło do utrzymania w mocy wyroku Sądu pierwszej instancji oddalającego powództwo;

- art. 232 zd. drugie k.p.c. w zw. z art. 278 § 1, art. 391 § 1 i art. 382 k.p.c. poprzez nieuprawnione uznanie przez Sąd drugiej instancji za notoryjny fakt, który z istoty swej dla przyjęcia w poczet ustaleń faktycznych wymagał wiadomości specjalnych i tym samym wydania opinii przez biegłego określonej specjalności, albowiem dopiero na tej podstawie możliwe było ewentualne przesądzenie o notoryjności asocjacji słowa „X” jako pseudonimu sportowego wyłącznie z AA, co z kolei miało istotny wpływ na wynik dokonanej przez Sąd Apelacyjny wykładni oświadczeń woli stron i tym samym na wynik sprawy;

- art. 382 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 i art. 391 § 1 k.p.c. poprzez:

- nieodniesienie się przez Sąd drugiej instancji do części materiału dowodowego zebranego w sprawie, co miało istotny wpływ na treść rozstrzygnięcia, albowiem uwzględnienie pominiętej części w połączeniu z bezspornym faktem niekorzystania przez powódkę z dóbr objętych umową promocyjną od III kwartału 2009 roku, tj. zarówno znaków towarowych, jak i wizerunku AA, czyniłoby zasadną tezę, że świadczenia uiszczane przez powódkę za wykorzystywanie słowa „X” zyskały miano nienależnych z uwagi na odpadnięcie jedynej podstawy prawnej do ich spełniania (uchylenie aneksu nr 3 do umowy), które to naruszenie jest tożsame z wadliwością uzasadnienia wyroku uniemożliwiającą kontrolę kasacyjną i tym samym z naruszeniem art. 328 § 2 k.p.c.;

- nierozpoznanie przez Sąd drugiej instancji istoty sprawy wbrew obowiązującej zasadzie apelacji pełnej i bezpodstawne zaniechanie ustalenia, czy powódka korzystała z pseudonimu AA po dniu 22 czerwca 2009 r., a także zaniechanie analizy materialnoprawnych przesłanek świadczenia dochodzonego przez powódkę i poprzestanie jedynie na dokonaniu subiektywnej wykładni oświadczeń woli zawartych w umowie promocyjnej, co skutkowało oparciem rozstrzygnięcia tylko i wyłącznie na jej wynikach, podczas gdy weryfikacja zasadności roszczenia powódki wymagała rozważenia zarówno charakteru, w jakim powódka używała słowa „X”, jak i zasadności wyliczenia dochodzonej kwoty,

a zatem rozważenia podstaw materialnoprawnych świadczenia nienależnego z punktu widzenia wzajemnych rozliczeń stron, które to naruszenie również utożsamić należy z wadliwością, uzasadnienia wyroku uniemożliwiającą kontrolę kasacyjną, a tym samym z naruszeniem art. 328 § 2 k.p.c. przez Sąd Apelacyjny;

- art. 245 k.p.c. w zw. z art. 382 i art. 391 § 1 k.p.c. poprzez nieuprawnione przyjęcie przez Sąd drugiej instancji ograniczonego waloru dowodowego pism powódki wskazanych w piśmie procesowym z dnia 27 września 2011 r. (pismo powódki do pozwanego oraz AA z dnia 10 czerwca 2009 r. oraz 14 października 2010 r.) przy ustalaniu rzeczywistego zamiaru i celu stron umowy promocyjnej, podczas gdy wykładnia oświadczeń woli mogła być dokonana za pomocą wszelkich środków dowodowych, w tym dokumentów prywatnych, co z kolei miało istotny wpływ na wynik dokonanej wykładni oświadczeń woli i tym samym na wynik sprawy;

- art. 230 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. w zw. z art. 382 k.p.c. przez przyjęcie, że powódka nie wykazała okoliczności, jakoby wypromowała markę „X” przed zawarciem umowy promocyjnej w sytuacji, gdy pozwana w toku postępowania w sprawie nie zaprzeczyła tej okoliczności, konsekwencją czego winno być uznanie przez Sąd Apelacyjny jej za przyznaną, które to naruszenie miało istotny wpływ na wynik dokonanej przez Sąd Apelacyjny wykładni oświadczeń woli stron i tym samym na wynik sprawy;

- art. 382 k.p.c. w zw. z art. 378 § 1, art. 317 § 1 i art. 391 § 1 k.p.c. przez nieuprawnione, dowolne uznanie przez Sąd drugiej instancji, że wyrok Sądu Okręgowego z dnia 17 kwietnia 2012 r. zaskarżony apelacją miał tzw. „charakter wyroku częściowego”, co skutkowało nierozpoznanie przez Sąd Apelacyjny istoty sprawy, podczas gdy wyrok Sądu Okręgowego był wyrokiem całościowym i w związku z tym sąd *ad quem* winien był rozważyć istotę sporu pomiędzy stronami zarówno w zakresie kwestii prawnej, jak i wartości kwoty dochodzonej przez powódkę z punktu widzenia wzajemnych rozliczeń stron;

- art. 325 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. poprzez niewłaściwe oznaczenie przez Sąd Apelacyjny stron oraz przedmiotu sprawy w komparacji zaskarżonego wyroku, co poddaje w wątpliwość granice podmiotowe powagi rzeczy osądzonej zaskarżonego wyroku.

W ramach podstawy kasacyjnej z art. 398¹ § 1 pkt 1 k.p.c. zarzucono naruszenie:

- art. 65 § 1 i § 2 k.c. poprzez jego niewłaściwe zastosowanie w sprawie polegające na interpretacji oświadczeń woli obejmującej jedynie tzw. subiektywny etap i skutkującej niewłaściwym nadaniem rzeczywistego brzmienia oświadczeń woli stron umowy, według którego zgodnym zamiarem i celem stron było wprowadzenie obowiązku uiszczania wynagrodzenia za wykorzystywanie przez powódkę na opakowaniach sprzedawanych napojów [...] słowa „X” w jakiegokolwiek postaci już w pierwotnej wersji umowy (nieuwzględniającej uchylonego *ex tunc* aneksu nr 3 do umowy), podczas gdy prawidłowo dokonana wykładnia umowy w świetle art. 65 § 1 i 2 k.c., przy uwzględnieniu wyraźnego dysonansu w rozumieniu oświadczeń woli przez strony (i w konsekwencji niemożności odtworzenia rzeczywistego zamiaru i celu stron umowy), winna być podstawą przeprowadzenia rozstrzygającej, obiektywnej wykładni oświadczeń woli, co w sposób oczywisty prowadziło do wniosku, że obiektywnie rozumiane postanowienia umowy promocyjnej, przy uwzględnieniu całokształtu okoliczności im towarzyszących, objęły obowiązkiem odpłatności jedynie przypadki wykorzystania wizerunku oraz znaków towarowych AA na opakowaniach sprzedawanych produktów, nie zaś słowa „X” w jakiegokolwiek postaci, w tym w postaci pseudonimu „X”;

- art. 410 § 2 k.c. w zw. z art. 410 § 1 k.c. oraz w zw. art. 405 k.c. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie do ustalonego w sprawie stanu faktycznego polegające na uznaniu, że prowizja uiszczana przez powódkę na podstawie uchylonego aneksu nr 3 do umowy nie miała charakteru świadczenia nienależnego, podczas gdy podstawa prawna dla uiszczania świadczenia przez powódkę (a w konsekwencji podstawa prawna do domagania się przez pozwaną wynagrodzenia za używanie słowa w charakterze pseudonimu „X”) upadła w wyniku uchylenia *ex tunc* łączącego strony aneksu nr 3 przewidującego odpłatność wykorzystywania pseudonimu „X”, zaś z uwagi na brak umownego obowiązku uiszczania wynagrodzenia na podstawie postanowień umowy promocyjnej (nieuwzględniających uchylonego aneksu) świadczenia uiszczone przez powódkę za okres od III kwartału 2009 r. nabrały znamion świadczenia

nienależnego podlegającego zwrotowi na podstawie art. 410 § 2 k.c. w zw. z art. 410 § 1 k.c. i w zw. z art. 405 i n. k.c.

Powódka wniosła o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy Sądowi Apelacyjnemu do ponownego rozpoznania, ewentualnie o zmianę zaskarżonego wyroku i orzeczenie co do istoty sprawy poprzez uwzględnienie powództwa zgodnie z żądaniem zakreślonym w apelacji.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

W razie wydania przez sąd zarządzenia połączenia spraw na podstawie art. 219 k.p.c. do wspólnego rozpoznania i rozstrzygnięcia, połączone sprawy nie tracą samodzielnego charakteru. Połączenie na tej podstawie spraw ma charakter wyłącznie techniczny, co przejawia się w tym, że dalej sprawy są rozpoznawane pod jedną sygnaturą (por. § 32 zarządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 12 grudnia 2003 r. w sprawie organizacji i zakresu działania sekretariatów sądowych oraz innych działów administracji sądowej - Dz.Urz.MS z 2003 r. Nr 5, poz. 22 ze zm.). W konsekwencji w wyroku kończącym postępowanie – określanym w piśmiennictwie wyrokiem łącznym - zapadają odrębne rozstrzygnięcia co do zgłoszonych powództw i kosztów postępowania w każdej z połączonych spraw. W razie zaś późniejszego rozdzielenia, wcześniej połączonych ze sobą spraw, wydane wyroki nie mają charakteru częściowych. W przypadku wydania wyroku przez Sąd pierwszej instancji tylko w odniesieniu do jednej z połączonych do wspólnego rozpoznania i rozstrzygnięcia spraw wyrok nie ma charakteru wyroku częściowego, gdyż ten, zgodnie z art. 317 k.p.c. dotyczy sytuacji, gdy sąd wyrokuje co do części powództwa, lub części roszczeń dochodzonych jednym powództwem albo co do pozwu głównego i wzajemnego dochodzonych w jednej sprawie. Regulacja ta nie odnosi się więc do sytuacji rozstrzygnięcia tylko o jednym powództwie w razie połączenia do wspólnego rozpoznania dwóch oddzielnych spraw. Ponadto, w przypadku wydania wyroku częściowego nie orzeka się o kosztach procesu, o których rozstrzyga się dopiero w wyroku kończącym postępowanie w sprawie. Uwzględniając powyższe Sąd Apelacyjny nie tylko błędnie przyjął, że zaskarżony wyrok Sądu pierwszej instancji miał charakter wyroku częściowego, lecz był także w tej ocenie niekonsekwentny, gdyż nie dostrzegł, że w takiej sytuacji Sąd pierwszej instancji nie powinien był orzekać

o kosztach postępowania. Również orzeczenie Sądu Apelacyjnego w przypadku przyjęcia, że przedmiotem apelacji był wyrok częściowy sądu pierwszej instancji, nie powinno zawierać rozstrzygnięcia o kosztach postępowania apelacyjnego. Niezależnie od tego należy mieć także na względzie – co pominął Sąd Apelacyjny - że przed wydaniem wyroku z dnia 17 kwietnia 2012 r. Sąd Okręgowy uprzedził przed zamknięciem rozprawy strony, że będzie wydane orzeczenie tylko co do powództwa dochodzonego przez F. spółkę z o.o. w Z. Sąd pierwszej instancji uchybił przepisom o tyle, że przed wydaniem wyroku z dnia 17 kwietnia 2012 r. nie wydał zarządzenia o rozłączeniu połączonych wcześniej do wspólnego rozpoznania i rozstrzygnięcia spraw. Dopiero po wydaniu wyroku z dnia 17 kwietnia 2012 r. Przewodniczący Sądu Okręgowego w K. w dniu 29 stycznia 2013 r. wydał zarządzenie o wyłączeniu sprawy z powództwa pozwanej Fundacji do odrębnego rozpoznania i zarejestrował ją pod nową sygnaturą IX GC .../13. W sprawie tej w dniu 24 września 2013 r. Sąd Okręgowy wydał wyrok rozstrzygający o powództwie Fundacji [...] przeciwko F. spółce z o.o. w Z. Poza tym, o tym, że przedmiotem rozstrzygnięcia Sądu Okręgowego było jedynie powództwo wniesione przez F. spółkę z o.o. Sąd Okręgowy dał wyraz w sentencji swojego wyroku z dnia 17 kwietnia 2012 r., w którym określił, że rozstrzygał tylko o tym powództwie. Uwzględniając powyższe trafnie zarzucono w skardze kasacyjnej, że w sentencji zaskarżonego wyroku Sądu Apelacyjnego błędnie oznaczono zarówno zaskarżony wyrok Sądu Okręgowego jako wyrok częściowy, jak również strony, wskazując, że są nimi Fundacja [...] jako strona powodowa oraz F. spółka z o.o. w Z. jako strona pozwana. Uchybienie wskutek tego przepisom zawartym w art. 382, art. 317 § 1 i art. 325 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. nie miało jednak wpływu na wynik sprawy, gdyż nie spowodowało - co zarzucono w skardze – naruszenia art. 378 § 1 k.p.c. przez ograniczenie zakresu kontroli apelacji wniesionej przez powódkę. Wyrok Sądu Okręgowego rozstrzygał sprawę co do powództwa wniesionego przez F. spółkę z o.o. w Z. przeciwko Fundacji [...] o zapłatę, a apelacja od tego wyroku, mimo błędnego oznaczenia w wyroku Sądu Apelacyjnego charakteru zaskarżonego wyroku Sądu pierwszej instancji oraz częściowo wadliwego określenia stron postępowania, została rozpoznana w pełnym zakresie wynikającym z art. 378 § 1 k.p.c. Nawet przyjęcie - co nie jest przedmiotem oceny Sądu Najwyższego - że nie

było podstaw do wydania przez Sąd Okręgowy w K. zarządzenia o rozłączeniu do oddzielnego rozpoznania i rozstrzygnięcia sprawy z powództwa Fundacji [...] przeciwko F. spółce z o.o. w Z. dopiero po wydaniu wyroku z dnia 17 kwietnia 2012 r., a w konsekwencji podzielenie oceny strony powodowej przedstawionej w skardze kasacyjnej, że wyrok Sądu Okręgowego miał charakter wyroku kończącego postępowanie co do obu połączonych do wspólnego rozpoznania i rozstrzygnięcia spraw, nie zmieniłoby powyższej oceny. Pominięcie przez Sąd pierwszej instancji w wyroku jednego z żądań nie może być bowiem skutecznie kwestionowane w apelacji, którą można wnieść jedynie od orzeczenia istniejącego. Brak rozstrzygnięcia w wyroku co do części zgłoszonego żądania lub żądań może być kwestionowane przez strony jedynie w drodze wniosku o uzupełnienie wyroku (art. 351 § 1 k.p.c.). Dopiero od wydanego orzeczenia w następstwie rozpoznania tego wniosku strony przysługuje prawo wniesienia środka odwoławczego dotyczącego pominiętego w wyroku rozstrzygnięcia. Uzasadnia to więc wniosek, że Sąd Apelacyjny mógł rozpoznać apelację jedynie w zakresie, w którym odnosiła się ona do rozstrzygnięcia dotyczącego powództwa dochodzonego przez F. spółkę z o.o. w Z. przeciwko Fundacji [...] o zapłatę kwoty 425.551,21 zł tytułem zwrotu nienależnie, zdaniem powódki, zapłaconego wynagrodzenia za wykorzystanie pseudonimu sportowego „X” na opakowaniach produkowanych i sprzedawanych przez powódkę napojów [...].

Bezasadnie zarzucono naruszenie art. 230 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 i art. 382 k.p.c. przez nieprzyjęcie, że powódka wypromowała markę „X” przed zawarciem umowy promocyjnej z tej przyczyny, że strona pozwana nie zaprzeczyła temu twierdzeniu powódki. Zastosowanie art. 230 k.p.c. może nastąpić jedynie wówczas, gdy strona nie wypowie się do twierdzeń strony przeciwnej o faktach, a sąd mając na uwadze wyniki całej rozprawy, może fakty te przyznać za przyznane. Z przepisu tego wynika więc, że zastosowanie art. 230 k.p.c. nie ma charakteru automatycznego, w razie niewypowiedzenia się strony co do twierdzenia strony przeciwnej, gdyż zależy od oceny sądu *meriti*, który mając na uwadze wynik całej rozprawy może uznać, że zachodzą przesłanki do jego zastosowania. Wyłączenie zastosowania tego przepisu może mieć miejsce wówczas, gdy z ogólnej postawy procesowej strony wynika, że określonego faktu nie

przyznaje. Niewątpliwie taka sytuacja wystąpiła w odniesieniu do stanowiska strony pozwanej, która twierdziła w sprawie, że dopiero po zawarciu umowy promocyjnej i połączeniu słowa „X” używanego na opakowaniach napojów z osobą AA doszło do sukcesu rynkowego napojów [...] sygnowanych tym słowem. Niezależnie od tych argumentów odnoszących się do ogólnych założeń sytuacji procesowej, w której może mieć zastosowanie art. 230 k.p.c. należy dodatkowo stwierdzić, że w orzecznictwie Sądu Najwyższego jednoznacznie przesądzono, iż art. 230 k.p.c. nie może stanowić skutecznej podstawy skargi kasacyjnej. Zgodnie bowiem z art. 398³ § 3 k.p.c., przepis ten wyłącza oparcie skargi kasacyjnej na zarzutach dotyczących ustalenia faktów lub oceny dowodów, co obejmuje niemożność podnoszenia nie tylko zarzutu naruszenia art. 233 § 1 k.p.c., ale także zarzutu naruszenia art. 230 k.p.c., umożliwiającego dokonywanie przez sądy *meriti* ustaleń faktów metodą bezdowodową, co następuje jednak przy uwzględnieniu analizy wyników innych dowodów przeprowadzonych w sprawie według zasad określonych w art. 233 § 1 k.p.c. (por. m.in. wyroki Sądu Najwyższego: z dnia 3 grudnia 2010 r., I CSK 123/10, z dnia 18 lutego 2011 r., I CSK 298/10 oraz z dnia 18 maja 2012 r., IV CSK 486/11, nie publ.).

Sąd drugiej instancji przyjął błędnie, że treść art. 245 k.p.c. ogranicza moc dowodową dokumentu prywatnego tylko do tego, o czym stanowi ten przepis, tj. że osoba, która je podpisała, złożyła oświadczenie zawarte w dokumencie. Prawidłowa wykładnia tego przepisu jest taka, że zawiera on jedynie domniemanie, które powinien uwzględnić sąd, iż osoba która złożyła podpis na dokumencie złożyła zawarte w nim oświadczenie. Ma to takie znaczenie, że do tego domniemania znajduje zastosowanie art. 234 k.p.c., według którego domniemania ustanowione przez prawo wiążą sąd; mogą być jednak obalone, ilekroć ustawa tego nie wyłącza. Nie oznacza to, że moc dowodowa dokumentu prywatnego ogranicza się do konsekwencji wynikających z przewidzianego w art. 245 k.p.c. domniemania. W pozostałym bowiem zakresie - nie objętym tym domniemaniem - moc dowodowa dokumentu prywatnego podlega ocenie przez sąd zgodnie z regułami zawartymi w art. 233 § 1 k.p.c., tak jak każdego innego dowodu. Mimo błędnej wykładni art. 245 k.p.c. przez Sąd Apelacyjny nie miało to istotnego wpływu na wynik sprawy, gdyż znaczenia dokumentów prywatnych, tj. pism powódki

skierowanych do pozwanej oraz AA z dnia 10 czerwca 2009 r. oraz 14 października 2010 r., Sąd drugiej instancji nie ograniczył jedynie do konsekwencji wynikających z domniemania wynikającego z art. 245 k.p.c. skoro, nie kwestionując ich wiarygodności ocenił, iż nie mają one znaczenia dla wykładni umowy z tej przyczyny, że przedstawiają stanowisko jednej ze stron nie tylko już po zawarciu umowy, ale już w trakcie trwania sporu między stronami na tle wykonania tej umowy. Taka konstatacja Sądu Apelacyjnego, wykraczająca poza powołanie się na zakres domniemania wynikającego z art. 245 k.p.c., zawiera w istocie ocenę mocy dowodowej tych dokumentów dokonaną w oparciu o kryteria zawarte w art. 233 § 1 k.p.c.

W skardze kasacyjnej sformułowano zarzut naruszenia art. 382 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 i art. 391 § 1 k.p.c. uzasadniając to tym, że brakuje w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku są tego rodzaju, że uniemożliwiają przeprowadzenie kontroli kasacyjnej. Wbrew stanowisku powódki, uzasadnienie zaskarżonego wyroku spełnia wymagania określone w art. 328 § 2 w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. i nie jest wadliwe w takim stopniu, aby nie była możliwa kontrola kasacyjna zaskarżonego wyroku.

Zarzut naruszenia art. 382 w zw. z art. 328 § 2 i art. 391 § 1 k.p.c. w zakresie uzasadnionym nieodniesieniem się Sądu Apelacyjnego do części materiału dowodowego zebranego w sprawie nie określa bliżej dowodów, które pominął Sąd drugiej instancji. Z uzasadnienia podstaw kasacyjnych można wnioskować, że dotyczy to pominięcia złożenia wniosków przez powódkę o udzielenie praw ochronnych na znaki „Z” oraz „Y”, raportu w przedmiocie skojarzeń pojawiających się w świadomości respondentów ze słowem „X”, złożonego przez stronę pozwaną, porozumienia wykonawczego dotyczącego umowy zawartej pomiędzy AA i pozwaną a M. spółką z o.o. sp.k., nadto protokołów zeznań świadków [...] złożonych w toku postępowania przygotowawczego, a załączonych w poczet materiału dowodowego pismem powódki z dnia 22 października 2012 r. Odnosząc się do powyższego zarzutu, należy zauważyć, że Sąd pierwszej instancji ustalił, że powódka złożyła wnioski o udzielenie praw ochronnych na znaki „Z” oraz „Y” i w tym zakresie Sąd Apelacyjny nie zakwestionował poprawności tych ustaleń, co oznacza, że stanowiły one także podstawę faktyczną rozstrzygnięcia Sądu drugiej

instancji. Mimo tych ustaleń Sąd Apelacyjny dokonał określonej wykładni umowy z dnia 1 lipca 2005 r., wyjaśniając motywy przyjętej interpretacji. Oznacza to, że nie jest uzasadniony w tym zakresie zarzut naruszenia wskazanych wyżej przepisów postępowania w sytuacji, gdy określony fakt wskazany przez stronę powodową został ustalony przez sąd *meriti*. Nieuwzględnienie faktu ustalonego w sprawie przez sąd, istotnego zdaniem powódki dla prawidłowej wykładni umowy promocyjnej, mogło co najwyżej uzasadniać zarzut wadliwego zastosowania prawa materialnego, w rozważanym przypadku art. 65 § 1 i 2 k.c., co będzie dalej przedmiotem oddzielnej oceny.

Sąd Apelacyjny, tak jak zarzucono w skardze kasacyjnej, nie wypowiedział się co do dowodów w postaci: raportu w przedmiocie skojarzeń respondentów ze słowem „X”, załączonego do odpowiedzi na pozew, jak również porozumienia wykonawczego dotyczącego umowy zawartej pomiędzy AA i pozwaną a M. spółką z o.o. sp. k. Skarga kasacyjna nie zawiera jednak przekonujących argumentów wykazujących, iż naruszenie przez to przepisów art. 382 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 i art. 391 § 1 k.p.c. mogło mieć istotny wpływ na wynik sprawy, jeśli się zważy, że istotą sporu była interpretacja umowy promocyjnej o treści określonej w dniu 1 lipca 2005 r., w której nie określono wyraźnie tak, jak w późniejszym aneksie nr 3, że AA należy się prowizja za użycie do oznakowania napojów [...] pseudonimu „X”. W sprawie istotne było ustalenie woli stron w chwili zawarcia umowy. Z tej przyczyny znaczenie miały przede wszystkim okoliczności dotyczące znajomości i kojarzenia słowa „X” wśród konsumentów istniejące w okresie poprzedzającym zawarcie umowy oraz istniejące w chwili jej zawarcia, a następnie aneksu nr 3. Tymczasem pominięty raport dotyczący badania skojarzeń słowa „X” przez konsumentów napojów [...] pochodzi dopiero z marca 2009 r. Natomiast porozumienie wykonawcze z dnia 15 listopada 2010 r., którego powódka nie była stroną, z oczywistych względów nie mogło być przydatne dla ustalenia wykładni umowy zawartej wcześniej w dniu 1 lipca 2005 r., pomiędzy innymi stronami. Dowody te dotyczyły więc okoliczności nieistotnych dla ustalenia rzeczywistej woli stron umowy promocyjnej. Niezależnie od tego skarga kasacyjna pomija, że dowód w postaci porozumienia wykonawczego był spóźniony i jego pominięcie przez Sąd Apelacyjny uzasadniał przepis art. 381 k.p.c.

Niezasadny jest zarzut naruszenia art. 382 w zw. z art. 328 § 2 i art. 391 § 1 k.p.c. uzasadniony pominięciem dowodów w postaci protokołów z zeznań świadków [...] złożonych w toku postępowania przygotowawczego. Należy mieć bowiem na względzie, że wyżej powołane protokoły zostały załączone do pisma procesowego powódki z dnia 22 października 2012 r., złożonego w trakcie postępowania apelacyjnego, dla uzasadnienia jej stanowiska procesowego sprzeciwiającego się przeprowadzeniu dowodu z zeznań świadków [...]. W takim charakterze dokumenty te zostały przez Sąd drugiej instancji wykorzystane, który mimo stanowiska powódki i treści tych protokołów przeprowadził dowód z zeznań wymienionych wyżej świadków.

Nie jest uzasadniony zarzut naruszenia art. 382 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 i art. 391 § 1 k.p.c. spowodowanego nierozpoznanieniem przez Sąd Apelacyjny istoty sprawy przez bezpodstawne zaniechanie ustalenia, czy powódka po dniu 22 czerwca 2009 r. korzystała z pseudonimu AA. Powyższe zaniechanie było bowiem konsekwencją dokonania przez Sąd Apelacyjny określonej wykładni umowy z dnia 1 lipca 2005 r., według której powódka od chwili zawarcia tej umowy, a nie dopiero od chwili zawarcia aneksu nr 3 do tej umowy, była zobowiązana do zapłaty prowizji na rzecz AA za używanie słowa „X” do oznaczenia napojów [...], nie zaś – tak, jak dowodziła tego powódka – w razie użycia tego słowa w znaku towarowym albo wraz z wizerunkiem lub nazwiskiem AA zamieszczonych na tych napojach, czego nie czyniła już od 22 czerwca 2009 r. Bezzasadnie kwestionowano także w ramach zarzutu naruszenia art. 382 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 i art. 391 § 1 k.p.c. nieodniesienie się Sądu do kwestii wzajemnych rozliczeń. Sąd pierwszej instancji dokonał bowiem niezbędnych do oceny wysokości dochodzonego przez powódkę roszczenia ustaleń faktycznych, których nie zakwestionował Sąd drugiej instancji. Natomiast poprzestanie Sądu Apelacyjnego na dokonaniu subiektywnej wykładni oświadczeń woli zawartych w umowie promocyjnej mogłoby stać się przedmiotem skutecznego zarzutu naruszenia art. 382 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 i art. 391 § 1 k.p.c. tylko wówczas, gdyby wcześniej uznany został za zasadny - co będzie przedmiotem dalszej oceny - zarzut naruszenia art. 65 § 1 i 2 k.c. wskutek dokonania wykładni umowy niezgodnie z kryteriami określonymi w tych przepisach.

W odniesieniu do podniesionego w skardze zarzutu naruszenia art. 228 § 1 k.p.c. w zw. z art. 382 i art. 391 § 1 k.p.c. powstaje wątpliwość, czy ze względu na treść art. 398³ § 3 k.p.c., według którego w postępowaniu kasacyjnym nie można podnosić zarzutów dotyczących faktów oraz oceny dowodów, Sąd Najwyższy może w ogóle objąć kontrolą naruszenie art. 228 k.p.c. Odnosząc się do powyższego należy stwierdzić, że niewątpliwie Sąd Najwyższy w ramach kontroli kasacyjnej ze względu na treść przepisu art. 398³ § 3 k.p.c. nie może przesądzać o tym, czy określony fakt uznany przez Sąd drugiej instancji za notoryjny miał lub nie miał miejsca. Sąd Najwyższy może natomiast ocenić, czy fakt uznany za notoryjny przez sąd *meriti* ze względu na jego charakter mógł zostać zaliczony do kategorii faktów, o których mowa w art. 228 § 1 k.p.c. W sprawie zaistniała przy tym dodatkowo specyficzna sytuacja polegająca na tym, że według zarzutu powódki fakt uznany przez Sąd drugiej instancji za notoryjny należał do kategorii faktów, którego ustalenie mogło nastąpić jedynie przy wykorzystaniu wiadomości specjalnych. W takiej sytuacji naruszenie art. 228 § 1 k.p.c. byłoby jednocześnie naruszeniem art. 278 § 1 k.p.c. Nie ulega zaś wątpliwości, że w ramach kontroli kasacyjnej można ocenić, czy ustalenie określonego faktu wymagało wiadomości specjalnych.

Zgodnie z art. 228 § 1 k.p.c., fakty powszechnie znane nie wymagają dowodu. W orzecznictwie przyjmuje się, że przepis ten wprowadza wyjątek od zasady, że okoliczności mające istotne znaczenie dla sprawy są przedmiotem postępowania dowodowego, a negatywne konsekwencje wynikające z nieudowodnienia takiego faktu obciążają stronę, którą obciąża ciężar jego dowodu. Z tych przyczyn wykładnia pojęcia faktu notoryjnego nie może być rozszerzająca. Przyjmuje się w orzecznictwie, że do faktów notoryjnych należy zaliczyć okoliczności, które powinny być znane każdemu rozsądnemu i mającemu doświadczenie życiowe mieszkańcowi miejscowości, w której znajduje się siedziba sądu. Chodzi tu o wydarzenia historyczne, polityczne, itp. Niewątpliwie może być faktem notoryjnym znajomość osoby publicznej, w tym znanych w środowisku lokalnym, krajowym, czy międzynarodowym sportowców, czy nawet pseudonimu, jakim osoby te posługują się publicznie. Kryterium zaliczenia określonego faktu jako notoryjnego nie są ostre.

Sąd Apelacyjny przyjął, że faktem notoryjnym jest kojarzenie w chwili zawarcia umowy promocyjnej pseudonimu sportowego AA „X” przez konsumentów napojów [...] wyłącznie z jego osobą. Stanowisko Sądu Apelacyjnego jest błędne co wynika przede wszystkim z tego, że pojęcie konsumentów napojów [...] (ich wieku, zainteresowań, przekroju społecznego itp.) jest niedookreślone, co wymagałoby przeprowadzenia badań rynkowych, a więc wykorzystania wiadomości specjalnych. Dopiero sprecyzowanie cech grupy stanowiącej konsumentów napojów [...] mogłoby stanowić podstawę dalszych ocen dotyczących kojarzenia przez nich słowa „X”, które - jak trafnie podniesiono w skardze kasacyjnej - jako słowo obcojęzyczne, mogło wywoływać różne asocjacje, a ponadto jest używane jako pseudonim nie tylko AA, ale również innego znanego na świecie sportowca (BB), czy też stanowi element zarejestrowanych znaków towarowych, z którymi mogli zetknąć się klienci napojów [...]. Poza tym, siła skojarzeń określonego pseudonimu z osobą sportowca jest zmienna w czasie i jest uzależniona od tego, czy jest to nadal czynny sportowiec, osiągniętych przez niego sukcesów i ich rangi.

Fakt, który ze względu na swój charakter może być ustalony jedynie przy wykorzystaniu wiadomości specjalnych (opinii biegłego), nie może być jednocześnie uznany za fakt notoryjny. Ponadto nie może być uznany za notoryjny fakt, co do którego strony są sporne, albo nie potwierdzają go w pełni przeprowadzone dowody. Nie można więc było uznać w sprawie za fakt notoryjny kojarzenia pseudonimu „X” przez konsumentów napojów [...] wyłącznie z AA, skoro co do stopnia kojarzenia tego słowa z osobą AA strony były sporne. Uwzględniając powyższe doszło także do naruszenia przez Sąd drugiej instancji art. 228 § 1, art. 232 zd. drugie w zw. z art. 278 § 1, art. 391 § 1 i art. 382 k.p.c.

Wskazane wyżej uchybienie nie miało jednak istotnego wpływu na wynik sprawy. Wprawdzie ustalenie, że wśród konsumentów napojów [...] kojarzono pseudonim „X” wyłącznie z AA zostało wykorzystane przez Sąd Apelacyjny jako argument za przyjętą przez Sąd interpretacją umowy promocyjnej, jednakże nie był to argument jedyny i przesądzający wynik dokonanej przez Sąd drugiej instancji wykładni tej umowy. Omawiane ustalenie, dokonane przez Sąd Apelacyjny, wykraczające poza twierdzenia samych stron, nie było w istocie istotne dla rozstrzygnięcia sprawy, gdyż niezależnie od tego, czy wszyscy, czy tylko część

konsumentów napojów [...] w okresie poprzedzającym zawarcie umowy promocyjnej kojarzyło słowo „X z pseudonimem sportowym AA, istotne było, że w chwili zawarcia umowy AA był znanym publicznie sportowcem posługującym się właśnie tym pseudonimem, który ponadto stanowił element dominujący zarejestrowanego przez niego znaku towarowego, a pomysł polegał na wykorzystaniu wskazanych wyżej elementów związanych z [...] do oznaczania napojów [...] strony powodowej, niezależnie od stopnia kojarzenia słowa „X” przez konsumentów napojów [...] także z innymi konotacjami tego słowa. Nawet więc wyeliminowanie ustalenia, że wszyscy konsumenci napojów [...] kojarzyli słowo „X” wyłącznie z pseudonimem AA nie podważa prawidłowości zastosowania przez Sąd Apelacyjny art. 65 § 1 i 2 k.c. przy uwzględnieniu pozostałych ustaleń i motywów podanych przez ten Sąd przemawiających za przyjętą w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku wykładnią umowy z dnia 1 lipca 2005 r.

Istota sporu sprowadza się do dwóch aspektów: po pierwsze, wykładni postanowień umowy promocyjnej zawartej w dniu 1 lipca 2005 r., w której nie stwierdzono wyraźnie - tak jak w późniejszym aneksie nr 3 do tej umowy - że AA przysługuje wynagrodzenie za użycie do oznaczenia napojów [...] pseudonimu „X” AA, po drugie, do oceny, czy posłużenie się przy oznaczeniu napojów wyłącznie słowem „X” oznaczało użycie przez powódkę pseudonimu AA, czy też wymagało użycia dodatkowych elementów takich, jak jego wizerunek, nazwisko, podpis, bądź inne symbole wyraźnie nawiązujące do osoby AA.

Odnosnie do pierwszego aspektu, postanowienia umowy promocyjnej przewidywały wynagrodzenie za posłużenie się znakiem towarowym „X” i/lub wizerunkiem AA. Wykładnia umowy według reguł językowych, zdaniem powódki, nie uzasadniała przyjęcia, że samo użycie słowa „X” na oznaczeniach napojów [...] strony, w jakiegokolwiek postaci, w tym w postaci pseudonimu „X” miało nastąpić za odpłatnością na rzecz AA. Wbrew jednak stanowisku powódki i wyraźnej treści umowy, Sąd Apelacyjny przyjął, że strony od chwili zawarcia umowy w dniu 1 lipca 2005 r. przewidziały wynagrodzenie za posługiwanie się przez powódkę słowem „X”, jako stanowiącym pseudonim AA. W związku z taką wykładnią umowy promocyjnej powódka w skardze kasacyjnej zarzuciła naruszenie art. 65 § 1 i 2 k.c. W orzecznictwie (por. m.in. uchwała składu siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z

dnia 29 czerwca 1995 r., III CZP 66/95, OSNC 1995, nr 12, poz. 168, wyroki Sądu Najwyższego: z dnia 22 lutego 2002 r., V CKN 931/00, nie publ. oraz z dnia 8 października 2004 r., V CK 670/03, OSNC 2005, nr 9, poz. 162) wyjaśniono, że przy wykładni oświadczeń woli, zgodnie z powołanymi wyżej przepisami, znajduje zastosowanie tzw. metoda kombinowana obejmująca dwie zasadnicze fazy. W pierwszej z nich, tzw. subiektywnej, dąży się do ustalenia rzeczywistej woli stron, tj. jak same strony rozumiały znaczenie użytych w oświadczeniach woli sformułowań. Znaczenie tego sposobu wykładni podkreśla art. 65 § 2 k.c., według którego w umowach należy raczej badać, jaki był zgodny zamiar stron i cel umowy, aniżeli opierać się na jej dosłownym brzmieniu. O ile uda się ustalić rzeczywisty zamiar stron, nie ma potrzeby sięgania do drugiego etapu wykładni za pomocą tzw. metody obiektywnej, która ma zastosowanie dopiero wówczas, gdy okaże się, że strony w chwili składania oświadczeń woli rozumiały różnie sformułowania zawarte w tych oświadczeniach. Wówczas sens oświadczenia woli ustala się według tego, jak adresat oświadczenia powinien był zrozumieć sens użytych sformułowań przy zachowaniu starannych zabiegów interpretacyjnych. Wbrew więc stanowisku skarżącej, wyartykułowanemu w ramach zarzutu naruszenia art. 65 § 1 i 2 k.c. przez ich niewłaściwe zastosowanie, nie zawsze przy dokonywaniu wykładni oświadczeń woli zachodzi konieczność zastosowania tzw. obiektywnej metody wykładni. Nie ma potrzeby jej zastosowania wówczas, gdy uda się ustalić zgodne, rzeczywiste znaczenie użytych przez strony w oświadczeniu woli sformułowań w chwili ich składania.

Ustalenie zgodnego zamiaru stron może nastąpić na podstawie wszelkich dowodów. Nie jest przy tym wykluczone posługiwanie się przy dokonywaniu wykładni umowy aneksami zawartymi później niż sama umowa. W skrajnych przypadkach może powstać sytuacja, w której odnaleziona w wyniku wykładni treść umowy pozostanie w sprzeczności z wyraźnym jej brzmieniem. Dla ustalenia rzeczywistego rozumienia przez strony zawartych w ich oświadczeniach sformułowań nie bez znaczenia jest także późniejszy sposób wykonywania przez nie swoich zobowiązań (por. wyroki Sądu Najwyższego: z dnia 28 listopada 2003 r., IV CK 206/02, nie publ. oraz z dnia 16 stycznia 2013 r., II CSK 302/12, nie publ.). W sprawie, w której wniesiono skargę kasacyjną, ustalenie

takiego zamiaru stron zostało dokonane m.in. na podstawie zeznań powołanych przez Sąd Apelacyjny świadków, którym Sąd dał wiarę, które wyjaśniały, jakie były rzeczywiste intencje stron, które zawarły umowę promocyjną w dniu 1 lipca 2005 r. Według dokonanej przez Sąd drugiej instancji wykładni umowy, zawarty później aneks nr 3, w analizowanym aspekcie jedynie uściślał, a nie zmieniał, uzgodnienia stron dokonane już w dniu 1 lipca 2005 r., które nie znalazły jednoznacznego odzwierciedlenia w pierwotnym tekście umowy promocyjnej. Dokonując wykładni umowy promocyjnej, Sąd Apelacyjny nie ograniczył się do analizy spornego fragmentu umowy, lecz uwzględnił cały tekst umowy promocyjnej, który wyraźnie odnosił się nie tylko do używania przez powódkę znaku towarowego zarejestrowanego przez AA, jego wizerunku i nazwiska, lecz także do używania jego pseudonimu sportowego. Ponadto Sąd Apelacyjny uwzględnił sposób wykonywania umowy przez same strony już od chwili jej zawarcia.

Wbrew stanowisku skarżącej, Sąd Apelacyjny zastosował także obiektywną metodę wykładni umowy. Przyjął bowiem, że dokonując interpretacji umowy należy założyć, że strony działają racjonalnie, a w konsekwencji należy wyeliminować taki wynik wykładni, który wyklucza takie założenie. Wskazał więc, że jest rzeczą niepodobną w świetle zasad doświadczenia życiowego, aby AA, jako znany powszechnie sportowiec posługujący się publicznie pseudonimem „X” zgodził się na bezpłatne używanie przez powódkę jego pseudonimu do oznaczania napojów [...]. Taka argumentacja nie uzasadnia trafności zarzutu naruszenia art. 65 § 1 i 2 k.c. Dodać należy, że wykładnia umowy promocyjnej przedstawiona przez stronę powodową - zakładająca możliwość używania przez powódkę do oznaczania napojów słowa „X”, nawet w postaci pseudonimu AA, bez wynagrodzenia - musiałaby także nieuchronnie prowadzić do konfliktu stron spowodowanego używaniem przez powódkę słowa „X”, jako pseudonimu AA, będącego zarazem elementem dominującym w zarejestrowanym przez niego znaku towarowym, tj. dóbr niemajątkowych o dużym potencjale komercyjnym, podlegających ochronie na podstawie odrębnych przepisów, w tym o ochronie dóbr osobistych. W procesie wykładni oświadczeń woli dokonywanych metodą obiektywną należy zakładać, że porozumienie stron zostało tak ukształtowane, aby

wykonywanie obowiązków umownych nie prowadziło do kolizji z chronionymi prawnie dobrami stron tej umowy.

Niezależnie od powyższego należy mieć na względzie, że w procesie wykładni umowy art. 65 § 2 k.c. nakazuje uwzględnić także cel umowy. Uwzględniając powyższe za przyjętą przez Sąd drugiej instancji wykładnią umowy przemawia także to, że niewątpliwą intencją stron umowy promocyjnej, mimo złożenia przez powódkę wniosków o rejestrację znaków towarowych zawierających słowo „X”, było wykorzystanie popularności znanego sportowca AA posługującego się takim pseudonimem do oznaczenia produktów w postaci napojów [...], nadto wykorzystanie zarejestrowanego na jego rzecz znaku towarowego w celu zwiększenia siły oddziaływania nazwy produktu na potencjalną klientelę. Umowa promocyjna miała w przyszłości prowadzić więc do wytworzenia wśród konsumentów napojów [...], poprzez sprzedaż tak sygnowanych produktów i ich promocję, mechanizmu kojarzenia tego słowa właśnie z osobą AA, niezależnie od konotacji tego słowa z innymi jego desygnatami.

Przesądzenie o niezasadności zarzutów odnoszących się do wykładni umowy z dnia 1 lipca 2005 r. oznacza, że powódka była zobowiązana do zapłaty wynagrodzenia za używanie słowa „X” jako pseudonimu AA do oznaczania napojów [...], co ma decydujące znaczenie dla uznania za bezzasadnego zarzutu, iż powódka od III kwartału 2009 r. nie używała tego pseudonimu oznaczenia napojów [...] z tej przyczyny, że oprócz słowa „X” na opakowaniach nie było - tak jak wcześniej - innych elementów, które prowadziłyby do kojarzenia tego słowa z pseudonimem AA. Przeciwno zasadności tego zarzutu przemawia przede wszystkim przyjęty wynik wykładni umowy promocyjnej, z której nie wynika, aby posłużenie się słowem „X” jako pseudonimu AA do oznaczenia napojów [...] wymagało zamieszczenia dodatkowych elementów wskazujących na osobę AA. Należy mieć także na względzie, że stanowisko powódki abstrahuje od okoliczności używania tego słowa w okresie poprzedzającym III kwartał 2009 r. do oznaczenia określonego rodzaju produktów (napojów [...]), pochodzących od określonego producenta (powódki) w sposób prowadzący do kojarzenia przez konsumentów napojów [...] słowa „X” z pseudonimem sportowym AA. Ponadto, z ustaleń dokonanych w sprawie nie wynika, aby w tym czasie na opakowaniach napojów

[...] były używane dodatkowo inne elementy słowne bądź graficzne, które mogłyby prowadzić do skojarzeń użytego słowa „X” z innymi desygnatami tego słowa. Przesądza to o niezasadności zarzutu naruszenia art. 410 § 2 w zw. z art. 410 § 1 i art. 405 k.c.

Z tych względów skarga podlegała oddaleniu na podstawie art. 398¹⁴ k.p.c. O kosztach postępowania orzeczono na podstawie art. 98 § 1 i 3, art. 99 w zw. z art. 391 § 1 i art. 398²¹ k.p.c. przy uwzględnieniu przepisów § 12 ust. 4 pkt 2 w zw. z § 2 ust. 2 i § 6 pkt 7 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu (jedn. tekst: Dz.U. z 2013 r., poz. 490).