

**OSZACOWANIE WARTOŚCI ZNAKU TOWAROWEGO
„VE VINTAGEEXPRESS”
WCHODZĄCEGO W SKŁAD MASY UPADŁOŚCI PACAD
SP. Z O.O. Z SIEDZIBĄ W OLSZTYNIE
NR. R. 018386307**

WYNIK WYCENY:

Wartość rynkowa znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie - według oszacowania na dzień sporządzenia opracowania – wyniosła 5.440,50 zł wyniosła (słownie: pięć tysięcy czterysta czterdzieści złotych 50/100).

Wartość dla wymuszonej sprzedaży znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie - wg oszacowania na dzień sporządzenia opracowania – wyniosła 4.080,38 zł (słownie: cztery tysiące osiemdziesiąt złotych 38/100).

Autor:

Karol Łagowski

Warszawa, dnia 17 lipca 2025 roku

ROZDZIAŁ I

Zlecenie oszacowania

Oszacowanie wartości znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, sporządzone na podstawie zlecenia Piotra Jankowskiego – syndyka masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, w ramach postępowania upadłościowego prowadzonego przed Sądem Rejonowym w Olsztynie, V Wydział Gospodarczy dla spraw Upadłościowych i Restrukturyzacyjnych, sygn. akt OL10/GU/42/2025.

ROZDZIAŁ II

Wykonawca oszacowania

Oszacowanie wartości znaku towarowego sporządzone przez Karola Łagowskiego – eksperta o ugruntowanej praktyce w zakresie wyceny, analizy, finansów, zarządzania oraz organizacji przedsiębiorstw w specjalności: wycena przedsiębiorstw oraz ich poszczególnych składników, w szczególności ruchomości, należności oraz praw niematerialnych; analiza zdolności upadłościowej. Autor aktualnie wpisany na listę biegłych sądowych przy:

- Sądzie Okręgowym w Warszawie;
- Sądzie Okręgowym w Płocku;
- Sądzie Okręgowym w Piotrkowie Trybunalskim.

ROZDZIAŁ III

Zakres oszacowania

Oszacowanie wartości rynkowej oraz wartości dla wymuszonej sprzedaży (nierynkowej) znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie, według stanu na dzień ogłoszenia upadłości i cen na datę sporządzenia oszacowania.

ROZDZIAŁ IV

Podstawa sporządzenia oszacowania

Niniejsze oszacowanie opracowano na podstawie:

1. Danych, dotyczących charakterystyki i stanu przedmiotów podlegających wycenie, przekazanych wykonawcy oszacowania w formie zestawienia tabelarycznego, dokumentów elektronicznych;
2. Informacji w zakresie poniesionych kosztów utrzymania znaku towarowego;
3. Postanowienia Sądu Rejonowego w Olsztynie, V Wydział Gospodarczy dla spraw Upadłościowych i Restrukturyzacyjnych z dnia 27 marca 2025 r., sygn. akt OL10/GU/42/2025;
4. Odpisu aktualnego z EMS-KRS;
5. Sprawozdań finansowych za okresy historyczne pobranych z serwisu Infoveriti;
6. Zasobów internetowych, w szczególności:
 - a) <https://ems.ms.gov.pl>
 - b) <http://stat.gov.pl/>
 - c) <https://uprp.gov.pl>
 - d) <https://www.tmdn.org>
 - e) <https://euipo.europa.eu/eSearch/#advanced/trademarks>
7. Literatury:
 - Podszywalow A., *Wycena Wartości Niematerialnych I Prawnych w Praktyce.*, wyd. Ośrodek Doradztwa I Doskonalenia Kadr, Gdańsk 1999, str. 67;
 - Instytucje Prawa Prywatnego, Maciej Kaliński. *Szkoda na mieniu i jej naprawianie*. 2 wydanie. C.H. Beck. Warszawa 2014, str. 324-325;
 - Praca zbiorowa pod redakcją Andrzeja Szablewskiego i Rafała Tuzimka. *Poltext. Wycena i zarządzanie wartością firmy.*, Warszawa 2004, str. 275-302;
 - Cywińska A., Okoń S., *Marki wynalazki, wzory użytkowe. Ochrona własności przemysłowej.*, wyd. Hellon, Gliwice 2010, str. 79;
 - Panfil M., Szablewski A., *Metody wyceny spółki. Perspektywa klienta i inwestora.*, wyd. Poltext, Warszawa 2009;

- Panfil M., Szablewski A., *Wycena przedsiębiorstwa. Od teorii do praktyki.*, wyd. Poltext, Warszawa 2011;
- Panfil M., Szablewski A., *Dylematy Wyceny Przedsiębiorstw.*, wyd. Poltext, Warszawa 2013;
- Damodaran A., *Wycena firmy. Storytelling i liczby.*, Wydawnictwo POLTEXT, Warszawa 2017;
- *International Business and Global Economy* 2014, nr. 33, str. 609–622;
- 8. Aktów prawnych:
 - Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej;
 - Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 17 września 2001 r. w sprawie dokonywania i rozpatrywania zgłoszeń wynalazków i wzorów użytkowych (Dz. U. z 2001 r. Nr 102, poz. 1119, z 2005 r. Nr 109, poz. 910 z 2015 r., poz. 366 oraz z 2016 r. poz. 1840);
 - Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks Cywilny;
 - Ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego;
 - Ustawa z dnia 15 września 2000 r. - Kodeks spółek handlowych;
 - Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. - o podatku od towarów i usług;
 - Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. - o podatku dochodowym od osób prawnych;
 - Ustawa z dnia 9 września 2000 r. - o podatku od czynności cywilnoprawnych.

ROZDZIAŁ V

Cel oszacowania

Oszacowanie wartości rynkowej oraz wartości dla wymuszonej sprzedaży (nierynkowej) znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS” sporządzone w celu określenia szacowanej wartości znaku towarowego, jako składnika stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie.

ROZDZIAŁ VI

Zastrzeżenia

1. Niniejsze oszacowanie zostało sporządzone w celu określonym szczegółowo w pkt. V niniejszej opinii. Nie może być wykorzystywany w żadnym innym celu ani kopiowany bez wiedzy autora. Zastrzeżenie to nie dotyczy zamawiającego, który uprawniony jest do tworzenia kopii niniejszego opracowania na użytek własny.
2. Podstawę sporządzenia oszacowania stanowił przedstawiony ekspertowi materiał źródłowy szczegółowo wskazany w pkt IV. Autor założył, że posiadane przez niego informacje są rzetelne i prawidłowe oraz zostały mu przekazane zgodnie z najlepszą wiedzą zlecającego.
3. Wycena wartości znaku towarowego została sporządzona wedle przedstawionego ekspertowi stanu. Gdyby stan ten uległ modyfikacji (np. w wyniku zmiany warunków ochrony znaku, zmiany w zakresie przedmiotu ochrony, ujawnienia się praw i roszczeń osób trzecich), również wycena znaku towarowego może ulec zmianie.
4. Autor, dokonując oszacowania wartości znaku towarowego, kierował się przyjętymi zasadami, opisanymi w dalszej części opinii. Zasady te oddają stan znaku towarowego ukazanego autorowi do wyceny.
5. Autor zaznacza, że nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne wady oszacowania powstałe z oparcia się na stanie przedmiotu oszacowania, wynikając z przedstawionych informacji, jeśli było brak podstaw do kwestionowania ich zgodności ze stanem rzeczywistym lub też ustalenie stanu rzeczywistego było niemożliwe, bądź znacznie utrudnione.
6. Autor nie bierze na siebie odpowiedzialności za wady ukryte (prawne i fizyczne) oraz ewentualne skutki wynikające z dalszego użytkowania przedmiotu oszacowania, a także za skutki wykorzystania samego oszacowania.
7. Ustalona przez eksperta cena godziwa może być osiągnięta wyłącznie w warunkach rynkowego popytu na tego typu prawa. W przeciwnym razie, osiągnięcie oszacowanej ceny może być utrudnione.
8. Autor zastrzega, że zastosowane przez niego w oszacowaniu procedury nie oznaczają, że przeprowadził badanie sprawozdań finansowych, ani ich przeglądów w rozumieniu obowiązujących w Polsce przepisów, ani w rozumieniu Międzynarodowych Standardów Rewizji Finansowych.

9. Oszacowanie nie może być interpretowane jako obejmujące przez domniemanie inne niewspomniane w nim kwestie. Żadnego stwierdzenia zawartego w oszacowaniu nie można traktować jako wyrażenie oceny na temat jakichkolwiek oświadczeń i zapewnień lub innych informacji zawartych w dowolnym dokumencie zbadanym w związku z przygotowaniem oszacowania, o ile nie jest to wyrażnie potwierdzone w treści oszacowania.
10. Zlecenie oszacowania nie było uzależnione od przygotowania lub przedstawienia w wycenie przez eksperta wniosków oraz konkluzji z góry zakładanymi rezultatami.

ROZDZIAŁ VII

Podstawy teoretyczne i metodologia wyceny znaku towarowego

Znak towarowy uznawany jest powszechnie za integralną część budowania wizerunku oraz rozpoznawalności przedsiębiorstwa. Zgodnie z brzmieniem art. 120 ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. - Prawo własności przemysłowej (tekst jedn.: Dz.U. z 2013 r. poz. 1410) znakiem towarowym może być każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżnienia towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa. W praktyce może nim być w szczególności wyraz, rysunek, ornament, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna, w tym forma towaru lub opakowania, a także melodia lub inny sygnał dźwiękowy. Większość przedsiębiorstw posiada własny znak towarowy, lecz jedynie część z nich poczyniła starania ukierunkowane na ustanowienie ochrony przysługującego im znaku. Głównym zadaniem związanym z obecnością znaku towarowego jest tworzenie wizerunku, budowanie zaufania, pozyskiwanie klientów oraz ich lojalności. W efekcie ustabilizowana pozycja znaku towarowego może korzystnie wpłynąć na wartość przedsiębiorstwa.

W rozumieniu art. 120 ustawy, znakiem towarowym może być każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżnienia w obrocie towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa. Znakiem towarowym może być w szczególności: wyraz, rysunek, ornament, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna, w tym forma towaru lub opakowania, a także melodia lub inny sygnał dźwiękowy. Urząd Patentowy RP na podstawie art. 147 ustawy wydaje decyzję o udzieleniu prawa ochronnego na znak towarowy. Przez uzyskanie tego prawa nabywa się prawo wyłącznego używania znaku towarowego w sposób

zarobkowy lub zawodowy na całym obszarze Rzeczypospolitej Polskiej. Prawo ochronne na znak towarowy trwa dziesięć lat od daty dokonania zgłoszenia w Urzędzie Patentowym i może zostać na wniosek uprawnionego przedłużone na kolejne okresy dziesięcioletnie (art. 153 ustawy).

Uprawniony z prawa ochronnego na znak towarowy może udzielić innej osobie upoważnienia do używania znaku, zawierając z nią umowę licencyjną (art. 163 ustawy). Umowa licencyjna wymaga, pod rygorem nieważności, zachowania formy pisemnej (art. 76 ustawy).

Znak towarowy, czy jest znakiem słownym, graficznym, słowno-graficznym itp. pełni takie funkcje jak: oznaczania pochodzenia towaru lub usługi, reklamową towaru lub usługi oraz gwarancyjną towaru lub usługi. Funkcja pochodzenia pozwala ona odróżnić towary lub usługi jednego przedsiębiorstwa od tego samego rodzaju towarów innych przedsiębiorców. Funkcja reklamowa zapewnia przedsiębiorcy pozyskanie właściwego rynku zbytu dla towarów, które produkuje, stanowiąc pewien element reklamy, która ma zachęcić klienta do zakupu towaru lub skorzystania z usługi. Funkcja gwarancyjna znaku wskazuje potencjalnemu klientowi pochodzenie towaru lub usługi, do której odnosi się dany znak towarowy. Przedsiębiorca posługujący się znakiem towarowym zamieszczonym na wyrobie lub wskazującym świadczone usługi ponosi odpowiedzialność przed klientem za jakość towaru czy świadczonej usługi.

Znak towarowy może być sprzedany, zamieniony lub darowany, oddany w zastaw oraz wniesiony aportem do spółki. Oznacza to, że może on być przedmiotem obrotu rynkowego. Możliwe jest zatem ustalenie jego bieżącej wartości materialnej (pieniężnej), ponieważ zalicza się go do kanonu dóbr zbywalnych. Dobrze rozpoznawalny znak towarowy sprzyja indywidualizacji oferowanych przez dany podmiot produktów. Silna marka firmy może być istotnym elementem w wypadku ewentualnej sprzedaży przedsiębiorstwa. Zwykle obrót znakami towarowymi występuje w korelacji z transakcją przeniesienia własności przedsiębiorstwa.

Specyfika polskiego rynku wskazuje, że samodzielne transakcje, mające na przedmiot wyłącznie znak towarowy, stanowią mniejszość. Wynika to także z przekonania o stosunkowo niskiej płynności znaku towarowego oraz niewystarczającego wykształcenia aktywnego rynku obrotu znakami towarowymi. Prawa do znaków towarowych posiadają wartość aportową stąd zdaniem eksperta warto przytoczyć kilka słów na ten temat wyceny aportów. Współczesne orzecznictwo przyjęło opcję możliwości

szerokiej kwalifikacji praw i rzeczy mających wartość majątkową tzw. aportową. Przykładowo Kodeks Spółek Handlowy, który nie definiuje pojęcia aportu, lecz zawiera uregulowania np. cyt.” Jeżeli wkładem do spółki w celu pokrycia udziału ma być w całości albo w części wkład niepieniężny (aport), umowa spółki powinna szczegółowo określać przedmiot tego wkładu oraz osobę wspólnika wnoszącego aport, jak również liczbę i wartość nominalną objętych w zamian udziałów (art. 158. § 1. k. s. h.). Inny przykład, zgodnie z art. 7 Drugiej Dyrektywy Rady EWG nr 77/91 z 13.12.1976 r z zakresu prawa o spółkach - wyklucza się jako aport do spółek kapitałowych: wkład pracy i wkład polegający na świadczeniu usług. Więcej wykluczeń się nie przewiduje. Zgodnie z polską praktyką w tym zakresie, przedmiotem aportu mogą być wszelkie prawa majątkowe jak i rzeczowe składniki majątku, pod warunkiem, iż są zbywalne i mogą stanowić element aktywów podmiotu gospodarczego. Aporty mogą być wnoszone do spółki na własność bądź do używania (w braku odmiennych postanowień przyjmuje się, że są wnoszone na własność). Zasady wnoszenia wkładów niepieniężnych do spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, ustalone w kodeksie spółek handlowych nie zawierają wytycznych odnośnie wyceny.

Współczesne orzecznictwo przyjęło opcję możliwości szerokiej kwalifikacji praw i rzeczy mogących służyć skutecznemu pokryciu kapitału zakładowego. Sąd Najwyższy w postanowieniu z dnia 19.09.1990 r. sformułował syntetyczną definicję aportu „wkładem niepieniężnym może być wszystko, co nie będąc pieniądzem przedstawia wartość majątkową”. Znaczący zagadnienia przykładowo uważają cyt. „(...) że wycena przedmiotu wkładu niepieniężnego do spółki z ograniczoną odpowiedzialnością należy do wyłącznej gestii wspólników, którzy (...) wskazują przedmiot aportu oraz ilość i wartość przyznanych za ten wkład udziałów. Wkłady niepieniężne winny być wnoszone do spółki z ograniczoną odpowiedzialnością według ich rzeczywistej wartości ustalonej według stanu na dzień zawarcia umowy spółki.” W tym miejscu warto więc przytoczyć stwierdzenie Naczelnego Sądu Administracyjnego zawarte w wyroku z 7 maja 2002 r., że w myśl art. 6 ust. 2 ustawy o podatku od czynności cywilnoprawnych, wartość rynkową przedmiotu czynności cywilnoprawnej określa się na podstawie przeciętnych cen stosowanych w danej miejscowości w obrocie rzeczami tego samego rodzaju i gatunku, z uwzględnieniem ich stanu i stopnia zużycia. Jeżeli strony czynności cywilnoprawnej mimo wezwania przez organ podatkowy nie określiły wartości lub podały wartość nie odpowiadającą wartości rynkowej, organ podatkowy dokonuje jej określenia na podstawie opinii

biegłego (...). Przytoczone wyżej pogląd znawców tej dziedziny znajduje uzasadnienie w orzecznictwie i literaturze z tego zakresu.

Oszacowanie wartości prawa ochronnego na znak towarowy zawsze odbywa się w warunkach niepewności i pewnego ryzyka. Przy tego rodzaju wycenach mamy szczególną sytuację, znak towarowy został opracowany, poniesiono na jego opracowanie, rejestrację w urzędzie patentowym oraz jego ochronę patentową, a także na wypromowanie stosunkowo wysokie nakłady, które rzadką są wykazywane w dokumentacji księgowej. W praktyce wyceny znaków towarowych spotyka się różne metod ich wyceny.

Na podkreślenie zasługuje fakt, iż w gospodarce rynkowej istotą funkcjonowania każdego podmiotu gospodarczego jest prowadzenie takiej działalności, która powinna przynosić korzyści ekonomiczno-finansowe. Ustawa nie reguluje metody ustalania wartości znaku ani metody ustalania korzyści podmiotu gospodarczego, ważną wskazówką dla wyceny stanowi zdefiniowanie przez ustawę pojęcia rozumienie używania znaku. Używanie znaku towarowego polega w szczególności na umieszczaniu tego znaku na towarach objętych rejestracją lub ich opakowaniu, wprowadzaniu tak oznaczonych towarów do obrotu, ich imporcie lub eksporcie oraz składowaniu w celu oferowania i wprowadzania do obrotu, a także oferowaniu lub świadczeniu usług pod tym znakiem, umieszczaniu znaku na dokumentach związanych z wprowadzeniem towarów do obrotu lub związanych ze świadczeniem usług, posługiwaniu w celach reklamy (art. 154 ustawy).

W literaturze przedmiotu, wymienia się uwarunkowania, które stanowią o wartości marki. Do nich zaliczane są m.in. czas obecności na rynku, stopień znajomości, liczba lojalnych klientów, udział w rynku (miejsce w rankingu branżowym), zasięg geograficzny (międzynarodowość), wizerunek marki (postrzegane cechy, skojarzenia), stabilność rynkowa stopień wsparcia marketingowego, koszt zastąpienia, giełdowa cena akcji, wartość franchisingowa (zainteresowanie kupnem, przejęciem), możliwość rozszerzenia, stopień ochrony.

W nauce o wycenie dóbr niematerialnych i wartości intelektualnej funkcjonuje wiele metod służących do wyceny składnika majątku przedsiębiorstwa, jakim jest znak towarowy. Metody wyceny wartości znaku towarowego można podzielić na dwa podstawowe marketingowe oraz finansowe.

Metoda marketingowa - przy metodach marketingowych brane są pod uwagę przychody z posiadanego znaku towarowego, które następnie korygowane są przez pomiar dotyczący relacji klienta z marką. Wartość znaku jest wówczas wyceniana na podstawie wyników badań. Minusem tej metody jest jej niedokładność w pomiarach. Objawia się ona przez znaczne uproszczenie przyjmowanych założeń. W efekcie mogą występować znaczne rozbieżności w wartościach za poszczególne lata.

Metoda finansowa - charakteryzuje się większą dokładnością. Wycena znaku towarowego polega na zestawieniu dwóch sytuacji. Jedna z nich zakłada stosowanie znaku towarowego lub marki. Druga zaś je wyłącza. Na podstawie zestawienia dwóch różnych szacunków wyodrębnieniu podlega nadwyżka zysków firmy w skutek stosowania znaku lub marki. Ponadto w ramach metody finansowej możemy wyszczególnić podejście kosztowe, dochodowe oraz rynkowe wyceny znaku towarowego:

Podejście kosztowe - obejmuje ogół przewidywanych kosztów, które należałoby ponieść, w celu osiągnięcia korzyści przez istniejący znak towarowy. Przykładem mogą być koszty reklamy lub promocji. Metoda ta swym zakresem obejmuje także wcześniejsze estymacje, które zostaną zaktualizowane do wartości bieżącej na dzień sporządzenia danej wyceny. Niestety w metodzie kosztowej pomijane są potencjalne przepływy pieniężne. Skutkiem tego jest otrzymanie niższego wyniku niż przy innych sposobach wyceny znaku towarowego.

Metoda dochodowa - wynik finansowy z tytułu posiadania marki lub znaku odgrywa tutaj doniosłą rolę. Istnieją także liczne odmiany tej techniki. Warto wspomnieć o wycenie, która opiera się na opłatach licencyjnych oraz na przesłance, że inne przedsiębiorstwo, nieposiadające własnego znaku towarowego, byłoby w stanie zapłacić za używanie marki konkurenta.

Metoda rynkowa - opiera się na tzw. transakcjach porównywalnych. Za punkt odniesienia należy przyjąć dany znak towarowy, który został nabyty w przeszłości przez jakieś przedsiębiorstwo i aktualnie występuje w obrocie. Z uwagi na to, że większość transakcji objęta jest klauzulą tajności, w praktyce rola tej metody jest marginalna.

Do ustalenia wartości zbycia praw do znaków, przyjmuje się metody stosowane w gospodarce rynkowej np. wyceny wartości niematerialnych i prawnych. Powszechnie przyjmuje się, że wartość rynkowa odpowiada aktualnym cenom na istniejącym rynku danych obiektów, bez bliższego

sprecyzowania cech rynkowych, w ogóle jego istnienia czy warunków spodziewanych transakcji. W art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U z 2019 r. poz.351,1495, 1571, 1655, 1680) zdefiniowana została wartość w sposób następujący cyt. „Za wartość godziwą przyjmuje się kwotę, za jaką dany składnik mógłby zostać wymieniony, a zobowiązanie uregulowane na warunkach transakcji rynkowej, pomiędzy zainteresowanymi i dobrze poinformowanymi, nie powiązanymi ze sobą stronami. (...)” Podkreślić należy, że ustawa Kodeks Spółek Handlowych, w art. 175 § 1 wprowadziła pojęcie w postaci „wartości zbywczej”, które nie zostało zdefiniowane w ustawie, a także pojęcia takiego nie ma w słowniku języka polskiego. Aktualnie w związku ze zmianami właścicielskimi przedsiębiorstw, coraz częściej w obrocie gospodarczym używa się pojęcia „wartość likwidacyjna”, która określana, jako wartość obiektu wystawionego na sprzedaż w warunkach pilnej potrzeby lub nawet konieczności.

ROZDZIAŁ VIII

Prezentacja aktualnego stanu znaku towarowego, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie

Zgodnie z danymi przekazanymi przez zamawiającego, znak towarowy słowny „VE VINTAGEEXPRESS” został zgłoszony do Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej w dniu 29 stycznia 2021 roku przez PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie.

Rodzaj znaku: słowno-graficzny



Decyzją Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej z dnia 18 maja 2021 roku zostały udzielone na znak słowny „VE VINTAGEEXPRESS” prawa ochronne nr R. 018386307. Prawa ochronne na znak wygasną 29 stycznia 2031 roku, o ile nie zostanie wniesiona opłata za dalsze przedłużenie praw ochronnych.

Znak towarowy zarejestrowany pod nr Z. 018386307 zawiera słowo „VE VINTAGEEXPRESS”. Według klasyfikacji nicejskiej znak przeznaczony został do oznaczania usług w zakresie klasy:

- 39: Transport; Kontenery transportowe; Transport lądowy; Transport samochodowy; Transport wykonany; Transport zachowany; Transport ładunków; Logistyka transportu; Organizacja transportu; Rezerwowanie transportu; Transport samochodami ciężarowymi; Transport drogowy ładunków; Wynajęty transport; Organizacja transportu ładunków; Organizacja transportu; Usługi transportu; Usługi pośrednictwa transportowego; Transport i dostawa; Usługi w zakresie transportu kontenerowego; Usługi informacyjne dotyczące transportu; Usługi powstałe w czasie transportu [informacje dotyczące transportu]; Udzielanie informacji na temat transportu samochodowego; Usługi w zakresie transportu samochodowego.

Zgodnie z wyjaśnieniami oraz dokumentami udzielonymi autorowi, przedmiotowy znak towarowy stanowi własność PACAD sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie. Udzielona została jedna licencja na korzystanie ze znaku towarowego, gdzie korzystającym jest PACAD sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie. Umowa licencyjna została zawarta dnia 18 maja 2021 roku, na okres 10 lat.

Znak towarowy nie jest zabezpieczony ograniczonymi prawami rzeczowymi.

Nie zgłoszono roszczeń ani innych żądań w stosunku do wykorzystania przedmiotowego znaku towarowego przez podmioty trzecie.

Integralną część niniejszego oszacowania stanowi wyciąg z Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej, zamieszczony w załączniku do oszacowania.

ROZDZIAŁ IX

Oszacowanie wartości znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie

Autor dokonał wyboru podejścia metodologicznego oraz podstaw teoretycznych w celu optymalnego dostosowania zastosowanego podejścia do wyceny znaku towarowego, jako składnika masy upadłości. Autor przyjął, że przedmiotem wyceny są poszczególne prawa, jako składniki majątku, nie zaś zorganizowany ich zespół. Oszacowanie zostało przeprowadzone w oparciu o cel wskazanych wykonawcy oszacowania przez zamawiającego. W związku z tym wartość wszystkich składników jest sumą ich indywidualnych wartości. Metoda wyceny nie uwzględnia synergicznych efektów wynikających z posiadania innych zasobów spółki, związanych ze sposobem ich zorganizowania oraz sprawnością i efektywnością wykorzystania.

Autor, analizując dostępne metody, zdecydował o posłużeniu się metodą kosztową przy oszacowaniu wartości znaku towarowego, wchodzącego w skład majątku przedsiębiorstwa, stanowiącego dobro niematerialne, chronione prawem patentowym. Zastosowanie metody kosztowej znajduje uzasadnienie, jako jedynej możliwej do przeprowadzenia w obecnych warunkach.

Wyceniany znak towarowy jest wykorzystywany przez działalność upadłego, lecz próba posłużenia się metodami dochodowymi mogłaby być obarczona znacznym ryzykiem wystąpienia błędu związanego z uwzględnieniem przepływów pieniężnych niezwiązanych z wykorzystaniem znaku towarowego podlegającego oszacowaniu. Od 2025 roku trwa postępowanie upadłościowe prowadzone względem spółki. Dostępne dane wskazują, że również w okresach wcześniejszych spółka odnotowywała ujemny wynik na działalności.

Autor nie mógł się posłużyć w wypadku przedmiotowej wyceny metodą marketingową, ponieważ nie jest możliwa identyfikacja strumienia przychodów, generowanego bezpośrednio przez ten znak, co powoduje, iż nie są możliwe do pozyskania ani ustalenia podstawowe parametry wykorzystywane w tym podejściu. Autor nie zastosował metody rynkowej przy próbie wyceny znaku towarowego, ponieważ w dostępnych mu zasobach nie uzyskał wystarczającego zasobu danych na temat transakcji porównywalnych.

Analiza oparta była o dane odnośnie wysokości opłat i kosztów koniecznych do poniesienia w wypadku próby utworzenia i ustanowienia ochrony prawnej podobnego znaku towarowego. Autor dokonał przeglądu reprezentatywnego poziomu cen występujących na rynku. Autor dokonał również analizy kosztów wypromowania znaku towarowego poprzez jego odpowiednio długą ekspozycję na rynku

Autor dla potrzeb oszacowania przyjmuje założenie, zgodnie z którym oszacowano poziom nakładów w wysokości ograniczonej do maksymalnej wysokości dopuszczalnego poziomu kosztów podatkowych w tego tytułu. Autor docelowo dokona oszacowania wartości nakładów, które efektywnie przyczyniły się do bezpośredniej promocji znaku towarowego.

Przy wycenie przedmiotowego znaku towarowego należy uwzględnić okoliczność związaną z kondycją finansową właściciela znaku i jego postrzeganiem na rynku. Szczególnie należy zwrócić uwagę, że upadły od dłuższego czasu znajduje się w stanie niewypłacalności. Z perspektywy potencjalnego nabywcy, jak i kontrahenta, tego rodzaju okoliczności tworzą negatywny wizerunek podmiotu, jako nierzetelnego płatnika. W warunkach przedmiotowej wyceny brak było możliwości precyzyjnego ustalenia rozmiaru nakładów finansowych poczynionych na kreacje i promocje tego konkretnego znaku towarowego. Należy również odnieść się do okoliczności związanych z zaprzestaniem wykonywania działalności gospodarczej przez właściciela znaku. W konsekwencji powyższego, nie było możliwości posłużenia się metodami dochodowymi na wycenę znaku towarowego ze względu na brak możliwości wyizolowania przepływów pieniężnych możliwych do osiągnięcia z eksploatacji przedmiotowego prawa niematerialnego.

Wobec powyższego autor przyjął następujące dane wyjściowe dla oszacowania wartości znaku towarowego:

1. opłata za zgłoszenie indywidualnego unijnego znaku towarowego w jednej klasie towarowej (kurs euro z dnia postanowienia o ogłoszeniu upadłości, tj. 27.03.2025 r. wynosił 4,23 zł) – 3.595,50 zł;
2. faktura z dnia 1.02.2021 r. za usługę rzeczownika patentowego – 1.845,00 zł

Łączna wartość oszacowanych nakładów wyniosła 5.440,50 zł.

Wartość rynkowa znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie - według oszacowania na dzień sporządzenia opracowania – 5.440,50 zł wyniosła (słownie: pięć tysięcy czterysta czterdzieści złotych 50/100).

Ze względu na cel wyceny uzyskana wartości bazowa (rynkowa) zostanie doprowadzona do standardu wartości wymuszonej sprzedaży. Wartość dla wymuszonej sprzedaży jest to przewidywana cena, która może zostać uzyskana ze sprzedaży przedmiotów przy założeniu, że sprzedaż ta następuje w ograniczonym czasie, a dany składnik majątku jest sprzedawany w miejscu i stanie, w którym obecnie się znajduje. Wysokość współczynnika nie jest stała. W praktyce stosowane są korekty w wysokości procentowej od 15% do 35%. Autor zastosuje korektę w wysokości 25% jako najbardziej popularną i najczęściej stosowaną w praktyce. Wartość w przyjętej wyżej wysokości jest również powszechnie stosowna jako parametr dla ustalenia ceny sprzedaży w postępowaniu egzekucyjnym, prowadzonym według przepisów Kodeksu Postępowania Cywilnego. Wartość likwidacyjną wyliczono w oparciu o formułę przewidującą korektę ceny rynkowej do wartości likwidacyjnej:

$$WWS = (1 - K/100) \times WR = K \times WR$$

gdzie:

- **WWS** – wartość likwidacyjna w zł;
- **WR** - wartość rynkowa;
- **K** - współczynnik korygujący.

$$WWS = (1 - 0,25) \times 5.440,50 \text{ zł} = 0,75 \times 5.440,50 \text{ zł}$$

$$WWS = 4.080,38 \text{ zł}$$

Wartość dla wymuszonej sprzedaży znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie- wg oszacowania na dzień sporządzenia opracowania – wyniosła 4.080,38 zł (słownie: cztery tysiące osiemdziesiąt złotych 38/100).

ROZDZIAŁ X

Podsumowanie i wnioski

Autor dokonał oszacowania wartości znaku towarowego w oparciu o zasób danych i wyjaśnień przedłożonych przez zlecającego oraz założenia metodologiczne leżące u podstaw wyceny tego rodzaju składników majątkowych.

Wartość rynkowa znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie - według oszacowania na dzień sporządzenia opracowania – 5.440,50 zł wyniosła (słownie: pięć tysięcy czterysta czterdzieści złotych 50/100).

Wartość dla wymuszonej sprzedaży znaku towarowego „VE VINTAGEEXPRESS”, stanowiącego prawo niematerialne, wchodzącego w skład masy upadłości PACAD Sp. z o.o. z siedzibą w Olsztynie- wg oszacowania na dzień sporządzenia opracowania – wyniosła 4.080,38 zł (słownie: cztery tysiące osiemdziesiąt złotych 38/100).

Niniejsze oszacowanie wykonano przy zastosowaniu najwyższej staranności i w najlepszej wierze w oparciu o dokumenty i informacje otrzymane od zamawiającego. Osiągnięcie ceny ze zbycia przedmiotowych praw może być uzależnione od popytu na tego rodzaju aktywa oraz efektywności i zakresu upublicznienia i długości ekspozycji oferty na rynku. Zleceniodawca oraz osoby trzecie powinny mieć na uwadze, że przedstawione oszacowanie może być obarczone ryzykiem, wynikającym z prawdopodobieństwa przyjętych w opinii założeń, a przede wszystkim zasobności i struktury danych przedłożonych dla potrzeb oszacowania

Niniejsze oszacowanie wartości należności sporządzono w formie elektronicznej.

Autor:

Karol Łagowski

Załączniki:

1. Wyciąg z Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej z dnia 11 lipca 2025 r..

Załącznik nr 1

Informacje o pliku EUTM

VE VINTAGEEXPRESS
018386307

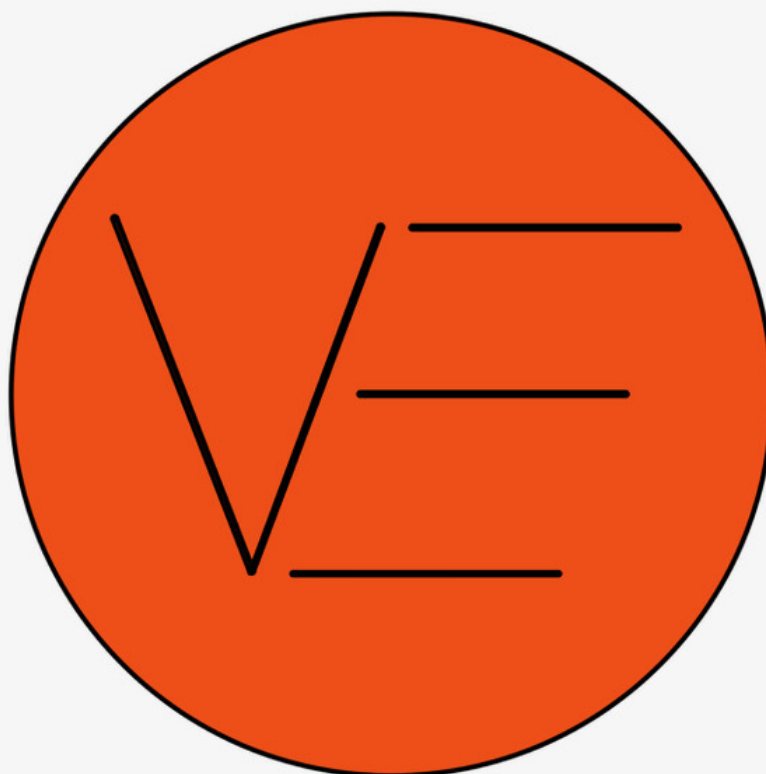
Oś czasu



Informacje o znaku towarowym

Nazwa	VE VINTAGEEXPRESS	Data złożenia	29.01.2021
Numer zgłoszenia	018386307	Data rejestracji	18.05.2021
Podstawa	Znak towarowy UE	Data ważności	29.01.2031
Data otrzymania	29.01.2021	Data wyznaczenia	
Typ	Symboliczny	Język składania	Polski
Natura	Indywidualny	Drugi język	angielski
Miłe zajęcia	39 (klasyfikacja nicejska)	Odniesienie do aplikacji	
Klasyfikacja wiedeńska	25.05.94, 26.01.03, 26.04.01, 26.04.05, 26.04.10, 26.04.18, 26.04.22, 27.05.22, 27.99.05, 27.99.22, 29.01.01, 29.01.08 (Klasyfikacja Wiedeńska)	Status znaku towarowego	Zarejestrowany
		Nabyta odrębność	NIE

Reprezentacja graficzna



VINTAGEEXPRESS

Towary i usługi

polski (pl) ▼

39 Transport; Kontenery transportowe; Transport lądowy; Transport samochodowy; Transport wykonany; Transport zachowany; Transport ładunków; Logistyka transportu; Organizacja transportu; Rezerwowanie transportu; Transport samochodami ciężarowymi; Transport drogowy ładunków; Wynajęty transport; Organizacja transportu ładunków; Organizacja transportu transportu; Usługi transportu; Usługi pośrednictwa transportowego; Transport i dostawa; Usługi w zakresie transportu kontenerowego; Usługi informacyjne dotyczące transportu; Usługi powstałe w czasie transportu [informacje dotyczące transportu]; Udzielanie informacji na temat transportu samochodowego; Usługi w zakresie transportu samochodowego.

Opis

Brak danych

Właściciele

PACAD Sp. z oo

ID	1166401	Kraj	PL - Polska	Adres korespondencyjny	Ukryte. Możesz ustawić swoje dane kontaktowe jako publicznie dostępne w Strefie Użytkownika.
Organizacja	PACAD Sp. z o o	Stan/hrabstwo	brak danych	PACAD Sp. z oo Marka Kotańskiego 2/B2.15 10-166 Olsztyn POLONIA	
Status prawny	Podmiot prawny	Miasto	Olsztyn		
		Kod pocztowy	10-166		Ukryte. Możesz ustawić swoje dane kontaktowe jako publicznie dostępne w Strefie Użytkownika.
		Adres	Marka Kotańskiego 2/B2.15		
					Ukryte. Możesz ustawić swoje dane kontaktowe jako publicznie dostępne w Strefie Użytkownika.

Przedstawiciele

BIURO RZECZNIKA PATENTOWEGO IZABELLA RANISZEWSKA

ID	27036	Kraj	PL - Polska	Adres korespondencyjny	Ukryte. Możesz ustawić swoje dane kontaktowe jako publicznie dostępne w Strefie Użytkownika.
Organizacja	brak danych	Stan/hrabstwo	brak danych	BIURO RZECZNIKA PATENTOWEGO IZABELLA RANISZEWSKA ul. ks.Jerzego Popiełuszki 5 m 48 10-693 Olsztyn POLONIA	
Status prawny	Osoba prawna	Miasto	Olsztyn		
Typ	Stowarzyszeni	Kod pocztowy	10-693	ul. ks.Jerzego Popiełuszki 5 m 48	Ukryte. Możesz ustawić swoje dane kontaktowe jako publicznie dostępne w Strefie Użytkownika.
		Adres			
					Ukryte. Możesz ustawić swoje dane kontaktowe jako publicznie dostępne w Strefie Użytkownika.

Korespondencja

	Z	Procedura	Numer zgłoszenia	Temat	Data	Akcje
		Znak towarowy UE	018386307	L304 – List motywacyjny do certyfikatu rejestracyjnego	21.05.2021	
		Znak towarowy UE	018386307	Certyfikat	19.05.2021	
		Znak towarowy UE	018386307	L101F – Otrzymanie zgłoszenia znaku towarowego Unii Europejskiej (ZTUE) i powiadomienie o nadaniu tymczasowej daty zgłoszenia	29.01.2021	
		Znak towarowy UE	018386307	Formularz zgłoszeniowy i załącznik	29.01.2021	
		Znak towarowy UE	018386307	Symboliczny	29.01.2021	
Wyświetlanie wpisów od 1 do 5 z 5						

Transformacja IR

Brak danych

Starszeństwo

Brak danych

Roszczenie o pierwszeństwo wystawy

Brak danych

Roszczenie priorytetowe

Brak danych

Publikacje

Numer biuletynu	Data	Sekcja	Opis
2021/025	08.02.2021	A.1	Zgłoszenia opublikowane na podstawie artykułu 44 EUTMR
2021/092	19.05.2021	B.1	Rejestracje bez zmian od momentu opublikowania wniosku
Wyświetlanie wpisów od 1 do 2 z 2			

Anulowanie

Brak danych

Recordals

Brak danych

Sprzeciwy

Brak danych

Odwołania

Brak danych

Decyzje

Brak danych

Odnowienia

Brak danych

Relacje w zakresie znaków towarowych

Brak danych

Aplikacje międzynarodowe

Brak danych