

Legal Alert

Marzec 2026 r. | www.skslegal.pl

„To nie mleko” vs „Post milk generation” – dwa porządki prawne, dwa odmienne spojrzenia

11 lutego 2026 r. Sąd Najwyższy Zjednoczonego Królestwa orzekł, że znak towarowy *POST MILK GENERATION* jest nieważny dla produktów spożywczych i napojów na bazie owsa, a słowo „milk” nie może pojawić się nawet w hasle reklamowym producenta napojów owsianych. Jest to podejście zupełnie odmienne od prezentowanego przez polskie sądy, które uznają, że zmodyfikowane, graficzne nawiązanie do mleka nie narusza przepisów. Obydwa wyroki dotyczą tej samej regulacji unijnej ale konkluzje są zupełnie różne.

Polska: „Nie mleko” jest w porządku

W dniu 30 stycznia 2024 r. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Gliwicach rozpatrywał sprawę napoju owsianego z etykietą zawierającą określenie „to nie mleko”, gdzie zamiast litery „o” widniała grafika kropli białego płynu¹.

WIJHARS uznał, że takie oznakowanie wprowadza konsumenta w błąd, sugerując, że w kartonie znajduje się mleko zwierzęcego pochodzenia, i że jest to próba ominięcia unijnych regulacji.

WSA nie zgodził się z tym stanowiskiem. Podkreślił, że przepisy należy interpretować przez pryzmat konsumenta co najmniej przeciętnie starannego, świadomego i dociekliwego, a ocenie musi podlegać całość informacji dostępnych w momencie zakupu. Na opakowaniu widniała pełna nazwa „Napój owsiany z dodatkiem wapnia i witaminy D”, hasła „roślinnie pyszne” i „na bazie owsianej” oraz zdjęcie owsa. Sąd stwierdził, że „nie mleko” z jednej strony jasno komunikuje, że produkt nie jest mlekiem, a z drugiej – przez skojarzenie informuje, że jest to roślinny zamiennik o podobnym zastosowaniu. Trudno tu dopatrzeć się wprowadzenia w błąd.

Wielka Brytania: „Post Milk Generation” – koniec pewnej epoki

Sprawa dotyczyła znaku towarowego „POST MILK GENERATION”, zarejestrowanego przez Oatly w 2021 r. dla produktów na bazie owsa. Dairy UK Ltd. – stowarzyszenie przemysłu mleczarskiego – złożyło wniosek o jego unieważnienie.

Po długiej batalii sądowej Sąd Najwyższy Zjednoczonego Królestwa ostatecznie utrzymał decyzję o nieważności znaku².

Kluczowe pytanie brzmiało: co oznacza słowo „designation” (oznaczenie) w unijnym rozporządzeniu 1308/2013³? Oatly twierdziło, że termin ten odnosi się wyłącznie do nazwy produktu i że „Post Milk Generation” nią nie jest. **Sąd Najwyższy Zjednoczonego Królestwa odrzucił to rozumienie i stwierdził, że zakaz obejmuje każde użycie terminu w marketingu – w tym jako część znaku towarowego lub hasła reklamowego.**

Sąd uznał też, że „Post Milk Generation” nie opisuje cechy produktu (np. braku mleka), lecz opisuje samych konsumentów – młodsze pokolenie wyrażające obawy wobec przemysłu mleczarskiego.

Co z tego wynika dla branży?

Opisany przykład podkreśla jak różne podejścia mogą dotyczyć podobnego stanu faktycznego. Podczas przygotowania etykiet i komunikacji marketingowej dla produktów spożywczych, w tym pochodzenia roślinnego, warto spojrzeć na przepisy z szerokiej perspektywy! Chętnie wspomozemy Państwa w tej kwestii!

Zapraszamy do kontaktu!



Jacek Myszko

Partner, radca prawny

☎ +48 660 617 009

✉ jacek.myszko@skslegal.pl



Katarzyna Wójcik-Welc

Prawnik, radca prawny

☎ +48 539 673 159

✉ katarzyna.wojcik-welc@skslegal.pl

¹ Wyrok WSA w Gliwicach z 30.01.2024 r. (sygn. III SA/Gl 664/23).

² *Dairy UK Ltd (Respondent) v Oatly AB (Appellant)* (dostęp: 06.03.2026).

³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiające wspólną organizację rynków produktów rolnych oraz uchylające rozporządzenia Rady (EWG) nr 922/72, (EWG) nr 234/79, (WE) nr 1037/2001 i (WE) nr 1234/2007.