

Sygn. akt: XVI GCo 168/11

POSTANOWIENIE

Dnia 18 sierpnia 2011 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XVI Gospodarczy

w składzie następującym:

Przewodniczący SSO Beata Stryjewska

po rozpoznaniu w dniu 18 sierpnia 2011 roku w Warszawie

na posiedzeniu niejawnym

sprawy z wniosku (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W.

z udziałem T. K.

o udzielenie zabezpieczenia

postanawia:

1. udzielić zabezpieczenia roszczenia wnioskodawcy (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W. przeciwko uczestnikowi T. K. o zaniechanie niedozwolonych działań stanowiących czyny nieuczciwej konkurencji polegających na prowadzeniu przez uczestnika sprzecznej z prawem i wprowadzającej w błąd konsumentów reklamy poprzez:

zakazanie na czas trwania postępowania uczestnikowi T. K. emisji telewizyjnych spotów reklamowych, których przedmiotem są suplementy diety pod nazwami: (...), (...), (...) i (...)

2. oddalić wniosek w pozostałym zakresie

3. wyznaczyć wnioskodawcy (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w (...) – tygodniowy termin do wytoczenia powództwa po rygorem upadku zabezpieczenia

SSO Beata Stryjewska

UZASADNIENIE

(...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W. wniósł o zabezpieczenie roszczenia, o którym mowa w art. 18 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej: „u.n.z.k.”) o zaprzestanie przez uczestnika T. K. działań stanowiących delikty nieuczciwej konkurencji, polegających na prowadzeniu przez T. K. sprzecznej z prawem i wprowadzającej w błąd konsumentów reklamy suplementów diety A. S.”, (...), (...) i (...) (dalej: (...)) poprzez zakazanie uczestnikowi emisji telewizyjnych spotów reklamowych, których przedmiotem są suplementy diety pod nazwami: (...), (...), (...) i (...) oraz wprowadzania do obrotu Suplementów Diety w opakowaniach, na których zamieszczone są hasła reklamowe będące sprzeczną z prawem i wprowadzającą w błąd reklamą, co stanowi delikty nieuczciwej konkurencji określone w art. 16 ust. 1 i 2 u.n.z.k.

W uzasadnieniu wniosku wskazano, iż wnioskodawca jest producentem oraz dystrybutorem jedyne dopuszczonego do obrotu w Polsce produktu leczniczego dostępnego bez recepty ze wskazaniami terapeutycznymi do stosowania jako środek zmniejszający masę ciała u osób dorosłych z nadwagą. Uczestnik T. K. prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą (...) jest producentem Suplementów Diety, które zgodnie z informacjami na opakowaniach i w spotach reklamowych mają zastosowanie o kuracjach odchudzających i zapewniają redukcję tkanki tłuszczowej. Zdaniem wnioskodawcy uczestnik dopuszcza się czynów nieuczciwej konkurencji określonych w art. 16 u.n.z.k.,

w szczególności reklama Suplementów Diety w postaci spotów reklamowych oraz informacji zawartych na opakowaniach Suplementów Diety jest reklamą sprzeczną z prawem i wprowadzającą w błąd konsumenta. (...) wymienionych produktów w sposób spreczny z prawem przypisują bowiem tym produktom właściwości produktu leczniczego, a mianowicie właściwości leczenia choroby jaką jest otyłość. Ponadto komunikat płynący z reklam Suplementów Diety w postaci stwierdzeń, iż jest on dostępny w aptekach sugeruje ich odbiorcom, iż jest to produkt leczniczy, a przez to wprowadza konsumentów w błąd.

Uzasadniając istnienie interesu prawnego w udzieleniu zabezpieczenia podkreślono, iż w razie zapadnięcia prawomocnego orzeczenia w przedmiotowej sprawie, nawet korzystne dla wnioskodawcy rozstrzygnięcie będzie bezprzedmiotowe w zakresie, w jakim wnioskodawcy przysługuje prawo żądania zaniechania niedozwolonych działań. Przyjąć bowiem należy, iż w razie prawomocnego rozpoznania sprawy sam uczestnik zaprzestanie niedozwolonych działań nie z powodu ich bezprawności, tylko przy użyciu nowych materiałów reklamowych.

Postanowieniem z dnia 26 kwietnia 2011 r. Sąd Okręgowy w Warszawie oddalił przedmiotowy wniosek o zabezpieczenie uznając, iż wnioskodawca nie wykazał istnienia interesu prawnego w udzieleniu zabezpieczenia.

Postanowieniem z dnia 8 lipca 2011 r. Sąd Apelacyjny w Warszawie uchylił w/w postanowienie Sądu Okręgowego i wniosek o udzielenie zabezpieczenia przekazał do ponownego rozpoznania tut. Sądowi Okręgowemu.

Sąd zważył, co następuje:

Stosownie do treści art. 730¹ § 1 kpc udzielenia zabezpieczenia może żądać każda strona lub uczestnik postępowania, jeżeli uprawdopodobni roszczenie oraz interes prawny w udzieleniu zabezpieczenia.

Do udzielenia zabezpieczenia konieczne jest zatem aby wnioskodawca uprawdopodobnił zarówno roszczenie jak i interes prawny w udzieleniu zabezpieczenia. Wymóg uprawdopodobnienia roszczenia oznacza konieczność uprawdopodobnienia faktów, z których jest ono wywodzone. Z kolei interes prawny w udzieleniu zabezpieczenia istnieje wówczas – zgodnie z art. 730¹ § 2 kpc - gdy brak zabezpieczenia uniemożliwi lub poważnie utrudni wykonanie zapadłego w sprawie orzeczenia lub w inny sposób uniemożliwi lub poważnie utrudni osiągnięcie celu postępowania w sprawie.

Sąd Apelacyjny w Warszawie w postanowieniu z dnia 8 lipca 2011 r. uchylającym postanowienie Sądu Okręgowego w przedmiocie odmowy udzielenia zabezpieczenia przesądził, iż w niniejszej sprawie wnioskodawca uprawdopodobnił istnienie interesu prawnego w udzieleniu zabezpieczenia. Koniecznym zatem stało się rozważenie czy wnioskodawca w sposób należyty uprawdopodobnił także istnienie roszczenia.

Zdaniem Sądu wnioskodawca uprawdopodobnił, iż przysługuje mu roszczenie określone w art. 18 u.n.z.k., a tym samym także – iż uczestnik T. K. dopuścił się czynów nieuczciwej konkurencji określonych w art. 16 ust. 1 i 2 u.n.z.k.

Zgodnie z art. 16 ust. 2 u.n.z.k. czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi. Jak podkreśla się w doktrynie reklama wprowadza w błąd, gdy na jej podstawie konsument uzyskuje fałszywe wyobrażenie na temat towaru lub usługi, a wprowadzające w błąd informacje mogą wpłynąć na jego decyzję dotyczącą nabycia towaru lub usługi. Nie jest przy tym istotne czy konsument rzeczywiście dokona nabycia towaru czy skorzysta z danej usługi. Zdaniem Sądu reklama Suplementów Diety może wprowadzać konsumentów w błąd poprzez sugerowanie w jej treści, iż produkty te dostępne są w „dobrych aptekach”. Jak wskazał wnioskodawca Suplementy Diety nie są produktami leczniczymi, jednakże treść reklamy poprzez zawarte w niej określenie, iż są one dostępne w aptekach wyraźnie sugeruje, że Suplementy Diety są produktami leczniczymi, co może wprowadzać konsumentów w błąd. Przeciętny odbiorca reklamy może odnieść wrażenie, iż Suplementy Diety są produktami leczniczymi, co z pewnością wpłynie na jego decyzje co do zakupu produktu produkowanego przez uczestnika.

Ponadto wnioskodawca uprawdopodobnił także, iż uczestnik dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 16 ust. 1 u.n.z.k., polegającego na reklamie produktów sprzecznej z przepisami prawa. W tym miejscu należy zaznaczyć, iż reklama może także przybrać formę umieszczenia na opakowaniu produktów komunikatów, które nie mają charakteru neutralnej informacji, ale mają na celu skłonienie konsumentów do nabycia danego produktu. Jak podkreśla się w doktrynie przez pojęcie reklamy należy rozumieć każdą wypowiedź, niezależnie od jej formy oraz sposobu rozpowszechniania. Jeśli celem wypowiedzi o określonej treści (oferty rynkowej) jest nakłonienie jej adresatów do skorzystania z niej, to niezależnie od użytych nośników reklamowych mamy do czynienia z reklamą towarów lub usług. Reklamą jest zatem także informacja umieszczona na opakowaniu danego produktu, jeśli tylko zawiera komunikaty zachęcające konsumenta do nabycia danego produktu. Reklama Suplementów Diety zarówno w formie spotów reklamowych, jak i w formie informacji zamieszczonych na opakowaniach narusza obowiązujące przepisy prawne. Jak wskazał wnioskodawca, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (t.j. Dz. U. 2010, Nr 136, poz. 914) opakowanie suplementu diety nie może przypisywać środkowi spożywczemu (jakim są produkty Uczestnika) właściwości zapobiegania chorobom albo odwoływać się do takich właściwości. Tymczasem reklamy Suplementów Diety w sposób jednoznaczny wskazują, iż użycie tych produktów zredukują masę ciała, a zatem produktom tym przypisywane jest zwalczanie choroby jaką jest otyłość.

Mając powyższe na uwadze należy uznać, iż wnioskodawca należycie uprawdopodobnił, iż uczestnik dopuścił się czynów nieuczciwej konkurencji stypizowanych w art. 16 ust. 1 i 2 u.n.z.k., a w rezultacie przysługuje mu roszczenie z art. 18 wymienionej ustawy. Należy jednak zaznaczyć, iż uprawdopodobnienie nie przesądza jeszcze o merytorycznej zasadności roszczenia - pogłębiona analiza przesłanek istnienia przedmiotowego roszczenia nie jest dokonywana bowiem na etapie postępowania zabezpieczającego.

Wobec uprawdopodobnienia istnienia roszczenia i interesu prawnego w udzieleniu zabezpieczenia w dalszej kolejności należy odnieść się do wnioskowanych sposobów zabezpieczenia. Zdaniem Sądu zasadnym jest udzielenie zabezpieczenie tylko pierwszym ze wskazanych sposobów tj. poprzez zakazanie emisji telewizyjnych spotów reklamowych, których przedmiotem są Suplementy Diety. Nie jest jednakże zasadne udzielenie zabezpieczenia poprzez zakazanie wprowadzania do obrotu Suplementów Diety w opakowaniach, na których zamieszczone są hasła reklamowe będące sprzeczną z prawem i wprowadzającą w błąd reklamą. Wnioskodawca, bowiem nie sprecyzował w sposób dostateczny, jakie to hasła reklamowe mają być zakazane, a określenie, iż zakazane mają być „hasła reklamowe będące sprzeczną z prawem i wprowadzającą w błąd reklamą” jest zbyt ogólne. W rezultacie zabezpieczenie powyższym sposobem nie nadawałoby się do wykonania.

Sąd nie uwzględnił także wniosku o zasądzenie od uczestnika na rzecz wnioskodawcy kosztów postępowania zabezpieczającego kierując się treścią art. 745 § 1 kpc - o kosztach postępowania zabezpieczającego rozstrzyga sąd dopiero w orzeczeniu kończącym merytoryczne postępowanie w sprawie.

Rozstrzygnięcie w pkt 3 postanowienia znajduje uzasadnienie w treści art. 733 kpc.

SSO Beata Stryjewska

ZARZĄDZENIE

1. (...)