

*Sygn. akt XXII GWo 17/16*

## POSTANOWIENIE

*Dnia 10 lutego 2016 r.*

*Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XXII*

*Sąd Wspólnotowych Znaków Towarowych i Wzorów Przemysłowych*

w składzie następującym :

Przewodniczący SSO Beata Piwowska

na posiedzeniu niejawnym w dniu 10 lutego 2016 r. w Warszawie

w sprawie z wniosku **Agencji (...)** « (...) » spółki z o.o. w W.

z udziałem **Fundacji im. (...)** w W.

o udzielenie zabezpieczenia

**postanawia:** oddalić wniosek.

## UZASADNIENIE

Po uzupełnieniu braków formalnych 2 lutego 2016 r., powołując się na przepisy art. 296 ust. 2 pkt 2 i 3 p.w.p. oraz art. 18 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 3 ust. 1 i art. 10 ust. 1 u.z.n.k., jak też na podstawie art. 24 ust. 1 w zw. z art. 43 k.c. Agencja (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W. wniosła o udzielenie zabezpieczenia przyszłych roszczeń o:

1. nakazanie Fundacji im. (...) w W. zaniechania naruszania praw do znaków towarowych uprawnionej:

i. **Nagrody (...)** zarejestrowanego przez Urząd Patentowy RP pod nr R. (...) dla klasy 35 oraz 41;

ii. **Nagrody imienia S. K. (2) przez tygodnik (...)** zarejestrowanego przez Urząd Patentowy RP pod nr R. (...) dla klasy 35 oraz 41;

(...). **Nagrody K.** zarejestrowanego przez Urząd Patentowy RP pod nr R. (...) dla klasy 41

poprzez zakazanie obowiązanej używania w ramach swojej działalności oznaczenia **Nagrody im. (...)** lub oznaczenia podobnego;

2. zakazanie obowiązanej popełniania czynów nieuczciwej konkurencji polegających na organizowaniu konkursów mających na celu przyznawaniu nagród oznaczonych jako **Nagrody im. (...)** lub podobnie w takich samych lub podobnych kategoriach: polityk – osoba publiczna, publicysta, przedsiębiorca,

3. nakazanie obowiązanej opublikowania na swój koszt w dzienniku „(...)” i Gazeta (...), na 1/5 3 strony czcionką normalnie używaną w tych dziennikach, oświadczenia: Fundacja im. (...) oświadcza, że przyznanie N. im. (...) za 2015 r. prof. A. R., ks. A. B. i twórcom gry (...), odbyło się w sposób bezprawny, naruszający dobra osobiste i prawa do znaków towarowych (...) (...)t. Jedynym podmiotem uprawnionym do przyznawania ww. nagród jest (...) (...)t – wydawnictwo tygodnika (...).

poprzez:

1. zakazanie obowiązanej używania oznaczeń słownych i słowno-graficznych: **Nagrody K. , N. K. , Nagrody im. (...)** , **Nagrody (...)**o i podobnych, w celu przyznawania wszelkiego rodzaju nagród i wyróżnień,
2. zakazanie obowiązanej prowadzenia działań marketingowych, promocyjnych i reklamowych z użyciem oznaczeń słownych i słowno-graficznych: **Nagrody K. , N. K. , Nagrody im. (...)** , **Nagrody (...)**o i podobnych.

Na podstawie art. 756<sup>2</sup> § 1 pkt 1 k.p.c. wniosła także o zagrożenie obowiązanej nakazaniem zapłaty na rzecz uprawnionej kwoty 5.000 zł za każdy dzień uchylenia się od wykonania postanowienia o zabezpieczeniu roszczeń. (3-95, 100-103)

**Sąd ustalił, że:**

Agencja (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w W. jest wydawcą tygodnika (...) ukazującego się nieprzerwanie od 1982 r. Od 1990 r. spółka jest organizatorem i patronem Nagrody K., ustanowionej przez (...) pod patronatem tygodnika dla najlepszego biznesmena, ekonomisty i publicysty. Nagroda ta od śmierci (...) w 1991 r. przyznawana jest w trzech kategoriach (polityk, publicysta, przedsiębiorca) osobom, które w mijającym roku osiągnęły szczególnie wiele i których działalność jest zgodna z duchem twórczości (...), przez K., w skład której wchodzi wszyscy dotychczasowi żyjący jej laureaci oraz syn publicysty J. K. (1). (dowód odpis z KRS k.28-40, wydruk ze strony internetowej k.46-47, 48-58, egzemplarze tygodnika k. 61-62)

Spółce służą prawa ochronne na znaki towarowe:

- słowno-graficzny (...) nr R- (...) z pierwszeństwem od 24/07/2002 r., zarejestrowany w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej w dla usług w 41. klasie klasyfikacji nicejskiej: organizowanie publicznych konkursów, plebiscytów i spektakli w celach kulturalnych i edukacyjnych,

- słowny **Nagrody (...)**o nr R- (...),

- słowny **Nagrody imienia (...) przyznawane przez tygodnik (...)** nr R- (...)

z pierwszeństwem od 23/12/2011 r., zarejestrowane w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej dla usług w klasach klasyfikacji nicejskiej:

**35.** m.in.: organizowanie konferencji, gier, konkursów i loterii oraz imprez rozrywkowych o podłożu reklamowym z zastosowaniem reklamy prasowej, radiowej, telewizyjnej i internetowej oraz z wykorzystaniem elektronicznych, magnetycznych i optycznych nośników informacji,

**41.** m.in.: organizowanie, obsługa i prowadzenie kursów korespondencyjnych, seminariów, kongresów, forum, konferencji, sympozjów, organizowanie konkursów, plebiscytów, loterii, przyjęć i wystaw, zabaw, festynów, pikników, wydarzeń tematycznych, festiwali filmowych. (dowód: świadectwa ochronne k.63-66, wydruk z bazy UP RP k.67)

Fundacja im. (...) z siedzibą w W. została ustanowiona w dniu

5 lutego 2015 r. przez fundatorów: J. K. (1), J. B., S. B., W. U., T. W., W. W., W. T. i J. K. (2). Celem Fundacji jest krzewienie, popularyzacja oraz twórcze, współczesne rozwijanie idei i dorobku (...). Fundacja realizuje swoje cele statutowe m.in. poprzez przyznawanie corocznych nagród honorowych, materialnych wyróżnień i stypendiów. W tym celu Fundacja może prowadzić działalność gospodarczą, której przedmiotem jest: wydawanie książek, czasopism i pozostałych periodyków; pozostała działalność wydawnicza, organizacja targów, wystaw i kongresów, produkcja i dystrybucja filmów, nagrań i programów telewizyjnych, projekcja filmów, nagrania dźwiękowe i muzyczne, nadawanie programów radiofonicznych i telewizyjnych, przetwarzanie danych, działalność portali internetowych i agencji informacyjnych, reklamowych, badanie rynku i opinii publicznej, dzierżawa własności intelektualnej, pozostała działalność usługowa w zakresie informacji gdzie indziej nie sklasyfikowana, pozostałe pozaszkolne formy edukacji gdzie indziej nie sklasyfikowane. (dowód: odpis z KRS k.41-45, statut k.68-77, wydruk z poczty elektronicznej k.78)

Fundacja przyznała nagrody za 2015 r. profesorowi A. R., księdzu A. B. oraz A. K. i M. I. – szefom CD Projekt, twórcom gry (...). (dowód: wydruki ze stron internetowych k.79-87)

### **Sąd zważył:**

Art. 730 § 1 k.p.c. dopuszcza udzielenie zabezpieczenia w każdej sprawie cywilnej podlegającej rozpoznaniu przez sąd lub sąd polubowny, zarówno przed wszczęciem postępowania jak i w jego toku. (§ 2.) Zgodnie z art. 730<sup>1</sup> k.p.c. wniosek powinien zawierać uprawdopodobnienie roszczenia oraz interesu prawnego w udzieleniu zabezpieczenia, który istnieje wtedy, gdy brak zabezpieczenia uniemożliwi albo poważnie utrudni wykonanie zapadłego w sprawie orzeczenia lub w inny sposób uniemożliwi albo poważnie utrudni osiągnięcie celu postępowania w sprawie.

Zabezpieczenie roszczeń pieniężnych może nastąpić m.in. poprzez zajęcie ruchomości, wierzytelności lub innego prawa majątkowego. (art. 747 pkt 1 k.p.c.) Jeżeli przedmiotem zabezpieczenia nie jest roszczenie pieniężne, sąd udziela go w taki sposób, jaki stosownie do okoliczności uzna za odpowiedni, nie wyłączając sposobów przewidzianych do zabezpieczenia roszczeń pieniężnych, w szczególności sąd może unormować prawa i obowiązki stron lub uczestników postępowania na czas trwania postępowania. (art. 755 § 1 pkt 1 k.p.c.)

### **I. Odnosnie do naruszenia praw do znaku towarowego :**

Podstawową funkcją znaku towarowego jest gwarantowanie konsumentowi lub końcowemu odbiorcy możliwości określenia pochodzenia towaru lub usługi nim oznaczonych, odróżnienia go (bez ewentualności wprowadzenia w błąd) od towarów lub usług innego pochodzenia. (tak wyroki Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z 23/05/1978 r. w sprawie 102/77 Hoffmann-La Roche , z 18/06/2002 r. w sprawie C-299/99 Philips , z 8/05/2008 r. w sprawie C-304/06 Eurohypo , wyrok Sądu Unii Europejskiej z 8/02/2011 r. w sprawie T-157/08 Insulate for life)

Prawo wyłączne zostało przyznane, aby umożliwić właścicielowi znaku towarowego ochronę jego szczególnych interesów, zadbanie o to, aby znak ten mógł spełniać właściwe mu funkcje wskazywania konsumentom pochodzenia towaru lub usługi oraz gwarantowania ich jakości, a także funkcje komunikacyjną, reklamową i inwestycyjną.

**Wykonywanie prawa wyłącznego jest zastrzeżone dla przypadków, w których używanie przez osoby trzecie określonego oznaczenia wpływa lub może negatywnie wpływać na pełnione przez znak funkcje.** (tak wyrok Trybunału z 22/09/2011 r. w sprawie C-482/09 Budějovický Budvar, a także wyroki z 18/06/2009 r. w sprawie C-487/07 L'Oréal i in., z 23/03/2010 r. w sprawach połączonych od C-236/08 do C-238/08 Google France i Google )

Zgodnie z przepisem art. 120 ust. 1 ustawy z 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej, 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. Pojęcie „przedsiębiorstwa” użyte tu zostało w znaczeniu przedmiotowym, rozumianym jako zorganizowany zespół składników materialnych i niematerialnych przeznaczonych do prowadzenia działalności gospodarczej, zgodnie z definicją przedsiębiorstwa zawartą w art. 55<sup>1</sup> k.c. Na taką interpretację wskazuje bowiem wykładnia systemowa, gdyż ustawodawca w ustawie – Prawo własności przemysłowej wyraźnie odróżnia pojęcie przedsiębiorcy zdefiniowane w art. 3 ust. 1 pkt 3 p.w.p. od pojęcia przedsiębiorstwa, o którym mowa w komentowanym przepisie. We wszystkich pozostałych przepisach, gdy w ustawie mowa jest o przedsiębiorstwie, kontekst użycia analizowanego pojęcia wskazuje jednoznacznie na to, że chodzi o wspomnianą wyżej definicję przedsiębiorstwa w znaczeniu przedmiotowym. Taką interpretację potwierdzają przede wszystkim przepisy regulujące kwestię zbycia praw własności przemysłowej wraz z przedsiębiorstwem (art. 71 ust. 2, art. 75 ust. 2, art. 85, 160 ust. 2 p.w.p.) (por. J. Sitko [w:] T. Demendecki, Prawo własności przemysłowej Komentarz LEX, Warszawa 2015 str. 603)

Ustawodawca nie formułuje w art. 120 ust. 3 pkt 2 p.w.p. legalnej definicji towaru, wyliczając zaledwie przykładowo katalog dóbr mieszczących się w tym pojęciu (wyroby przemysłowe, rzemieślnicze, płody rolne oraz produkty naturalne, zwłaszcza wody, minerały, surowce oraz usługi). Zaś usługą jest działalność gospodarcza, która nie polega

na wytwarzaniu dóbr materialnych ale ma charakter świadczeń osób fizycznych i prawnych na rzecz innych osób. W literaturze przedmiotu podkreśla się jej niematerialny charakter, co powoduje utratę substratu znaku, którym jest towar. („Leksykon własności przemysłowej i intelektualnej” pod redakcją Andrzeja Szewca Zakamycze 2003 r.)

Z art. 153 ust. 1 i 2 p.w.p. wynika, że prawo ochronne na znak towarowy jest bezwzględny i wyłączny, a jego wyłączenie jest wyjątkiem od zasady wyłączności. Przepis ten stanowi podstawę do wyodrębnienia strony pozytywnej, obejmującej swym zakresem prawo wyłącznego używania znaku w sposób zarobkowy lub zawodowy na całym terytorium Polski oraz strony negatywnej obejmującej roszczenia służące uprawnionemu na wypadek wkroczenia przez naruszcyciela w zakres przysługującego mu prawa wyłącznego. Zawodowe prowadzenie działalności oznacza przy tym nadanie jej charakteru względnie trwałego, profesjonalnego, a nie amatorskiego lub okazjonalnego. (uchwała Sądu Najwyższego z 18/06/1991 r., III CZP 40/91, OSNC 1992, nr 2, poz. 17, s. 6)

Przepis art. 296 ust. 2 p.w.p. przyznaje właścicielowi prawo do wyłącznego i niezakłóconego używania znaku towarowego oraz zakazania innym osobom, które nie mają jego zgody, używania w obrocie (gospodarczym):

1. znaku identycznego do znaku zarejestrowanego w odniesieniu do identycznych towarów;
2. znaku identycznego lub podobnego do zarejestrowanego znaku towarowego w odniesieniu do towarów identycznych lub podobnych, jeżeli zachodzi ryzyko wprowadzenia odbiorców w błąd, które obejmuje w szczególności ryzyko skojarzenia znaków;
3. znaku identycznego lub podobnego do renomowanego znaku towarowego, zarejestrowanego w odniesieniu do jakichkolwiek towarów, jeżeli może to przynieść używającemu nienależną korzyść lub być szkodliwe dla odróżniającego charakteru bądź renomy znaku wcześniejszego.

Zdefiniowane przez ustawodawcę typy naruszeń wiążą się – co do zasady – z negatywnym wpływem działania osoby nieuprawnionej na możliwość pełnienia przez znak towarowy przynależnych mu funkcji (w szczególności oznaczenia pochodzenia), nie w każdej zatem sprawie uprawniony zmuszony jest do odrębnego wykazywania spełnienia tej przesłanki. Wydaje się jednak celowe wyjaśnienie tej kwestii, szczególnie w postępowaniu toczącym się bez udziału pozwanego (obowiązane), który – zainteresowany odstąpieniem przez sąd od zastosowania względem niego sankcji wynikających z naruszenia – mógłby wykazywać, że w konkretnym stanie faktycznym, pomimo że jego działanie formalnie wyczerpuje znamiona określone w ust. 2 art. 296 p.w.p., nie dochodzi do naruszenia prawa wyłącznego.

Zgodnie z art. 296 ust. 1 p.w.p., osoba, której prawo ochronne na znak towarowy zostało naruszone lub osoba, której ustawa na to zezwala, może żądać od osoby, która naruszyła to prawo, zaniechania naruszenia, wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści, a w razie zawinionego naruszenia również naprawienia wyrządzonej szkody:

- na zasadach ogólnych albo
- poprzez zapłatę sumy pieniężnej w wysokości odpowiadającej opłacie licencyjnej albo innego stosownego wynagrodzenia, które w chwili ich dochodzenia byłyby należne tytułem udzielenia przez uprawnionego zgody na korzystanie ze znaku towarowego.

Kwalifikacja naruszenia prawa ochronnego na znak towarowy na tle art. 296 ust. 2 pkt 2 p.w.p. powinna być dokonywana według zasad wypracowanych w orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości i Sądu Unii Europejskiej na tle Pierwszej Dyrektywy Rady nr 89/104/EWG z 21/12/1989 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych (zmienionej Dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/95/WE z 22/10/2008 r. mającą na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych) oraz rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z 26/02/2009 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego.

Ocena identyczności lub podobieństwa znaku zarejestrowanego i przeciwstawianego mu oznaczenia pozwanego opiera się na ich zgodności wizualnej, fonetycznej i koncepcyjnej. Znaki należy porównywać całościowo, a decydujące

znaczenie mieć będą elementy odróżniające (dominujące), a nie opisowe. Oznaczenie może być uznane za identyczne ze znakiem, tylko wtedy, gdy powtarza – bez dokonywania zmian lub uzupełnień – wszystkie jego elementy lub, gdy rozpatrywane jako całość, wykazuje nieznaczne różnice, które nie zostaną dostrzeżone przez przeciętnego konsumenta. (tak wyrok Trybunału z 20/03/2003 r. C-291/00 LTJ Diffusion) Dwa znaki towarowe są do siebie podobne jeżeli, z punktu widzenia określonego kręgu odbiorców, są one przynajmniej częściowo identyczne w jednym lub kilku istotnych aspektach. (tak wyrok Sądu z 23/10/2002 r. w sprawie T-6/01 Matratzen ) Dla stwierdzenia, czy w konkretnym przypadku znaki są identyczne, czy też można mówić zaledwie o podobieństwie, konieczne jest dokonanie oceny wizualnych, fonetycznych i znaczeniowych cech znaków i ich całościowego oddziaływania na percepcję należycie poinformowanego, dostatecznie uważnego i rozsądnego przeciętnego konsumenta. (tak wyroki Trybunału z 20/03/2003 r. w sprawie C-291/00 LTJ Diffusion, z 8/05/2014 r. w sprawie C-591/12 P Bimbo SA )

Dokonując oceny podobieństwa towarów i usług należy brać pod uwagę wszystkie czynniki charakteryzujące zachodzące między nimi relacje (zależności), szczególnie ich rodzaj i przeznaczenie, sposób używania lub korzystania z nich, warunki w jakich są sprzedawane, a także ich wzajemny, konkurencyjny lub komplementarny charakter. (tak wyroki Sądu z 23/10/2002 r. w sprawie T-388/00 ELS , z 4/11/2003 r. w sprawie T-85/02 Castillo ) Całościowa ocena zakłada pewną współzależność między branymi pod uwagę czynnikami, w szczególności podobieństwem znaków oraz podobieństwem towarów/usług, których one dotyczą, przy czym niski stopień podobieństwa towarów i usług może być zrównoważony znaczącym stopniem podobieństwa znaków i odwrotnie. (zasada wzajemnej zależności - tak wyroki Trybunału z 23/10/2002 r. w sprawie T-6/01 Matratzen , z 13/09/2007 r. w sprawie C-234/06 Il Ponte Finanziaria, z 18/12/2008 r. w sprawie C-16/06 Mobilix )

W myśl utrwalonego orzecznictwa, prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje, gdy znaczna część właściwego kręgu odbiorców mogłaby zostać skłonią do omyłkowego zakupu towaru pozwanego, myśląc, że jest to towar uprawnionego (uznając, że dane towary lub usługi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa), ewentualnie mogłaby uznać, że dane towary lub usługi pochodzą z przedsiębiorstw powiązanych ze sobą gospodarczo. (tak wyroki Trybunału z 29/09/1998 r. w sprawie C-39/97 Canon, z 4/05/1999 r. w sprawach połączonych C-108/97, C-109/97 Windsurfing Chiemsee Produktions , z 22/06/1999 r. w sprawie C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, z 2/09/2010 r. w sprawie C-254/09 CK Calvin Klein i wyrok Sądu z 9/12/2010 r. w sprawie T-303/08 Golden Elephant ) Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd powinno być oceniane w sposób całościowy, według sposobu postrzegania określonego konsumenta, przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności konkretnego przypadku, szczególnie wzajemnej zależności między podobieństwem oznaczeń i towarów lub usług, których one dotyczą. (tak wyroki Trybunału z 11/11/1997 r. w sprawie C-25/95 Sabel , z 23/03/2006 r. w sprawie C-206/04 Mühlens , z 18/12/2008 r. w sprawie C-16/06 Mobilix, z 8/05/2014 r. w sprawie C-591/12 P Bimbo oraz wyroki Sądu z 9/07/2003 r. w sprawie T-162/01 Giorgio Beverly Hills i z 20/01/2010 r. w sprawie T-460/07 Life Blog )

Właściwy krąg odbiorców składa się z przeciętnych konsumentów, należycie poinformowanych, dostatecznie uważnych i rozsądnych, przy czym poziom uwagi konsumentów może się różnie kształtować w zależności od kategorii towarów lub usług. (tak wyroki Trybunału z 22/06/1999 r. w sprawie C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer , z 6/05/2003 r. w sprawie C-104/01 Libertel i z 12/01/2006 r. C-361/04 Ruiz Picasso ) Przeciętny konsument rzadko ma możliwość przeprowadzenia bezpośredniego porównania różnych znaków towarowych, musi zazwyczaj zdać się na zachowany w pamięci niedoskonały ich obraz. Ryzyko konfuzji jest tym większe, im silniejszy jest charakter odróżniający znaku towarowego, który wynika z jego samoistnych cech lub renomy (znajomości, rozpoznawalności na rynku). (tak wyroki Trybunału z 22/06/1999 r. w sprawie C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer , z 11/11/1997 r. w sprawie C-251/95 SABEL i z 29/09/1998 r. w sprawie C-39/97 Canon )

Istnieje pewna współzależność pomiędzy znajomością znaku wśród odbiorców, a jego charakterem odróżniającym - tym bardziej wzmocnionym, im bardziej znak jest znany. Przy ocenie, czy znak cieszy się wysoce odróżniającym charakterem wynikającym z jego znajomości wśród odbiorców, należy rozpatrzeć wszystkie istotne okoliczności danego przypadku, w szczególności udział znaku w rynku, natężenie, zasięg geograficzny i długość okresu jego używania, wielkość inwestycji dokonanych przez przedsiębiorstwo w celu jego promocji, udział procentowy zainteresowanych grup odbiorców, którym znak umożliwia zidentyfikowanie towarów jako pochodzących z

określonego przedsiębiorstwa, jak również oświadczenia izb handlowych i przemysłowych lub stowarzyszeń zawodowych. (tak wyrok Sądu z 12/07/2006 r. w sprawie T-277/04 Vitakraft-Werke) Ciężar udowodnienia siły znaku towarowego i jego odróżniającego charakteru, spoczywa na powodzie. (art. 6 k.c.)

Agencja (...) należyście uprawdopodobniła swą wyłączność używania znaków towarowych: (...), **Nagrody (...)** R- (...) i **Nagrody imienia (...) przyznawane przez tygodnik (...)** R- (...), m.in. w odniesieniu dla usług organizowania konkursów. Sąd nie może jednak dokonać oceny naruszenia pierwszego z wymienionych znaków towarowych, który mając charakter słowno-graficzny, nie został przedstawiony w wydruku ze strony internetowej uprp.pl (k.67). Roszczenia wynikające z naruszenia praw wnioskodawcy w odniesieniu do znaku towarowego R- (...) należy więc uznać za nieuprawdopodobnione.

Zgodnie z przedstawionymi wyżej regułami, zasadność roszczeń zakazowych sformułowanych w pkt 1. wniosku oceniana jest przez przeciwstawienie znakom słownym **Nagrody (...)** R- (...) i **Nagrody imienia (...) przyznawane przez tygodnik (...)** R- (...) oznaczeń używanych przez obowiązaną. Uprawniona nie przedstawiła jednak żadnych dowodów na potwierdzenie zarzutu używania przez samą Fundację oznaczenia identycznego lub kolizyjnie podobnego do jej znaków towarowych.

W ocenie Sądu informacje prasowe, czy komentarze na stronach internetowych pochodzące od osób trzecich o przyznaniu przez Fundację im. (...) nagród za 2015 r., których nazwa nie została wskazana nie pozwala na ustalenie, że obowiązana narusza lub grozi naruszeniem praw wyłącznych spółki. W szczególności z zaoferowanego materiału dowodowego nie wynika, że obowiązana świadczy usługi w zakresie organizowania konkursów lub usługi do nich konfuzyjnie podobne pod oznaczeniami: **Nagrody K.**, **N. K.**, **Nagrody im. (...)**, **Nagrody (...)**. Należy zaś podkreślić, że wyłącznie używanie oznaczenia w obrocie gospodarczym, w funkcji znaku towarowego (usługowego) może być rozpatrywane w kategoriach naruszenia stypizowanego w art. 296 ust. 2 p.w.p. (por. także wyrok ETS z 12/11/2002 r. Arsenal Football (...): używanie znaku w ramach obrotu handlowego oznacza używanie go "nie w sferze prywatnej, lecz w kontekście działalności handlowej, mającej na celu uzyskanie korzyści gospodarczej") Nie wiadomo nawet, czy obowiązana w istocie prowadzi działalność gospodarczą, a jeśli tak, w jakim zakresie. Uprawniona nie przedstawiła żadnych dokumentów ani innych informacji pochodzących od samej Fundacji, a nie od innych osób relacjonujących jej działania lub plany. W zakresie żądania zakazania używania oznaczenia podobnego do Nagrody im. (...) roszczenie, jako nadmiernie ogólne, przenoszące ocenę przyszłych potencjalnych naruszeń na organy egzekucyjne, musi być uznane za niedopuszczalne.

Sąd ma także istotne wątpliwości co do słuszności zarzutu naruszenia praw spółki do znaków towarowych **Nagrody (...)** R- (...) i **Nagrody imienia (...) przyznawane przez tygodnik (...)** R- (...), w którejkolwiek z przynależnych im funkcji. Jednoznaczne wskazanie przez Fundację, że to ona nie zaś Agencja (...) świadczy usługi organizowania konkursu wyklucza ryzyko konfuzji konsumenckiej, od którego wystąpienia zależy zastosowanie względem naruszcyciela (grożącego naruszeniem) sankcji zakazowych. Odnosi się to w szczególności do znaku R- (...), w którym określony został patron nagrody, element ten zaś ma charakter wysoce odróżniający, jego pominięcie – lub zastąpienie wskazaniem innego fundatora - w oznaczeniu konkurenta rynkowego może sprawiać, że nie zajdzie ryzyko wprowadzenia w błąd osób zainteresowanych korzystaniem z usług organizacji konkursów co do pochodzenia kwestionowanego oznaczenia.

Należy przy tym zwrócić uwagę, że w odniesieniu do tego rodzaju usług mamy do czynienia z relatywnym kręgiem konsumentów dobrze poinformowanych, ze zrozumieniem przyjmujących przekaz informacyjny, czy reklamowy. Osoby te nie tylko doskonale wiedzą kim był S. K. (1), znają jego dorobek i idee ale też rozpoznają podmioty, które w ramach prowadzonej działalności gospodarczej (jak uprawniona) lub w zakresie działania fundacji (obowiązana) odwołują się do jego postaci. Z pewnością z wyłączności używania znaków towarowych nie mogą ponadto wynikać dla spółki prawa zakazywania innym osobom ustanowienia fundacji jego imienia, której celem statutowym jest krzewienie, popularyzacja oraz twórcze, współczesne rozwijanie idei i dorobku (...). Dotyczy to w szczególności jego spadkobierców, dalej idące rozważania w tym zakresie wykraczają jednak poza ramy niniejszego orzeczenia.

Z powołanych przyczyn, roszczenia zakazowe wynikające dla uprawnionej do znaków towarowych Agencji (...) z art. 296 ust. 1 p.w.p. należało uznać za nieuzasadnione. (a contrario art. 730<sup>1</sup> k.p.c.)

## **II. Odnośnie do naruszenia dóbr osobistych:**

Zgodnie z art. 23 k.c., dobra osobiste człowieka, jak w szczególności zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska, pozostają pod ochroną prawa cywilnego niezależnie od ochrony przewidzianej w innych przepisach. Art. 24 § 1 stanowi natomiast, że ten, czyje dobro osobiste zostaje zagrożone cudzym działaniem, może żądać zaniechania tego działania, chyba że nie jest ono bezprawne. W razie dokonanego naruszenia może także żądać dopełnienia przez naruszającego czynności potrzebnych do usunięcia jego skutków, w szczególności złożenia oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. Na zasadach przewidzianych w kodeksie może również żądać zadośćuczynienia pieniężnego lub zapłaty odpowiedniej sumy pieniężnej na wskazany cel społeczny. Jeżeli wskutek naruszenia dobra osobistego została wyrządzona szkoda majątkowa, poszkodowany może żądać jej naprawienia na zasadach ogólnych. (§ 2)

Ochrona dóbr osobistych służy także osobom prawnym (przez art. 43 k.c.), przepisy art. 23, 24 i 448 k.c. znajdują w tym przypadku jedynie odpowiednie zastosowanie. Do osób prawnych można stosować wprost jedynie art. 24 k.c., a pozostałe przepisy tylko po modyfikacji uwzględniającej odmienności strukturalne i funkcjonalne osób fizycznych i prawnych. Zakres dóbr osobistych przysługujących obu tym podmiotom nie jest jednakowy. Przepis art. 43 k.c. nie chroni dóbr osobistych związanych immanentnie z osobą fizyczną, jak życie, zdrowie, wolność sumienia, kult osoby zmarłej. Przy wyznaczaniu zakresu ochrony dóbr osobistych służących osobom prawnym podstawowe znaczenie mają cel działalności i funkcja osób prawnych. (por. wyrok Sądu Najwyższego z 26/10/2006 r., I CSK 169/06) W związku z tym do katalogu dóbr osobistych osób prawnych należy zaliczyć: dobre imię, sławę, wiarygodność, reputację, renomę, firmę lub nazwę przedsiębiorcy, tajemnicę korespondencji, nietykalność pomieszczeń i tajemnicę przedsiębiorstwa. Nie ulega przy tym wątpliwości, że celem art. 43 w zw. z art. 23, 24 k.c. jest zapewnienie ochrony dóbr osobistych, nie zaś interesu majątkowego osoby prawnej.

Dobre imię przysługuje wszystkim osobom prawnym. Renoma, odmiennie niż w prawie znaków towarowych, rozumiana jest jako pozycja rynkowa przedsiębiorcy, podobnie do jego renomy chronionej ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Bez znaczenia jest zakres, przedmiot prowadzonej działalności, rozpoznawalność na rynku, długość istnienia itd. Dla wystąpienia o ochronę dóbr osobistych przed naruszeniami nie jest potrzebne przedstawianie listy kontrahentów, czy klientów, ich opinii, ani odwoływanie się do wyników prowadzonej działalności gospodarczej. Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z 9/06/2005 r. (III CK 622/04): Dobre imię osoby prawnej jest łączone z opinią, jaką o niej mają inne osoby ze względu na zakres jej działalności. Uwzględnia się tu nie tylko renomę wynikającą z dotychczasowej działalności osoby prawnej, ale i niejako zakładaną (domniemaną) renomę osoby prawnej od chwili jej powstania. Dobre imię osoby prawnej naruszają wypowiedzi, które obiektywnie oceniając, przypisują osobie prawnej niewłaściwe postępowanie mogące spowodować utratę do niej zaufania potrzebnego do prawidłowego jej funkcjonowania w zakresie swych zadań. (por. także wyroki Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z 25/05/2006 r. I ACa 1331/05, Sądu Apelacyjnego w Białymstoku z 25/04/2013 r. I ACa 102/13) Określenie „renoma” oznacza dobrą opinię, której zakwestionowanie może być odebrane jako podważenie zaufania, będącego immanentnym składnikiem funkcjonowania osoby prawnej. Renoma i reputacja mieszczą w zakresie pojęciowym wyznaczanym przez „dobre imię”(goodwill). (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 9/05/2013 r. VI ACa 1291/12)

Stosownie do art. 23 w zw. z art. 43 k.c. dobre imię stanowi dobro osobiste osoby prawnej i jako takie podlega ochronie na gruncie prawa cywilnego. Jest to jedno z najważniejszych dla osoby prawnej dóbr osobistych, gdyż ma ono decydujący wpływ na jej pozycję, a jego podważenie może doprowadzić do uniemożliwienia realizacji funkcji osoby prawnej i w konsekwencji zaprzestania jej istnienia. (...) Do naruszenia dobrego imienia osoby prawnej dochodzi w przypadku rozpowszechniania dyskredytujących ją informacji (...). (wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z

29/01/2015 r. VI ACa 499/14) Dobre imię osoby prawnej jest łączone z opinią, jaką o niej mają inne osoby ze względu na zakres jej odpowiedzialności. Uwzględnia się tu nie tylko renomę wynikającą z dotychczasowej działalności osoby prawnej, ale i niejako zakładaną (domniemaną) renomę osoby prawnej od chwili jej powstania. Dobre imię osoby prawnej naruszają wypowiedzi, które obiektywnie oceniając, przypisują osobie prawnej niewłaściwe postępowanie mogące spowodować utratę do niej zaufania potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w zakresie swych zadań. (wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 19/11/2013 r. VI ACa 657/13)

Należy wskazać, że podstawą dochodzenia roszczeń o naruszenie dobrego imienia osoby prawnej jest możliwość identyfikacji podmiotowej tj. powiązaniu działania (naruszenia) z konkretnym podmiotem i wykazania, że działania te wyróżniające się przymiotem naruszenia, były skierowane przeciwko podmiotowi, powodując zagrożenie lub naruszenie konkretnego dobra prawnego. Naruszenie dobrego imienia może polegać bądź na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji, które bezpośrednio lub pośrednio godzą w reputację podmiotu, podważając jego wiarygodność rynkową, bądź na rozpowszechnianiu opinii wartościujących, stanowiących krytykę konkretnego podmiotu. Dobre imię osoby prawnej jest łączone z opinią, jaką o niej mają inne osoby ze względu na zakres jej odpowiedzialności (...) Dobre imię osoby prawnej naruszają wypowiedzi, które, obiektywnie oceniając, przypisują osobie prawnej niewłaściwe postępowanie mogące spowodować utratę do niej zaufania potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w zakresie swych zadań. (wyrok Sądu Najwyższego z 9/06/2005 r., III CK 622/04) W razie sporu sąd musi uwzględnić, z jednej strony, że utrata reputacji może dla wielu osób prawnych oznaczać w skrajnych przypadkach koniec ich istnienia, z drugiej zaś potrzebę ochrony konsumenta, uczciwości obrotu i wolności krytyki, spod której osoby prawne (także przedsiębiorcy) nie są wyłączone. Zakres swobody w ocenie sądu jest tu bardzo duży.

Przedsiębiorca będący osobą prawną lub nie mający osobowości prawnej może sprzeciwić się naruszeniom jego dóbr osobistych, występując na drogę sądową o ich zakazanie oraz usunięcie skutków dokonanych przez pozwanego naruszeń. Dopuszczalność dochodzenia zadośćuczynienia przez takie osoby budzi niejakie kontrowersje w orzecznictwie i doktrynie. Poglądy odmawiające im prawa do zadośćuczynienia są jednak stosunkowo rzadko spotykane (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z 28/09/1999 r. I ACa 464/99, TPP 2002, nr 3, s. 131) i nie zasługują na akceptację. Sąd Apelacyjny wyraża przekonanie, że szkoda niemajątkowa może być wyrządzona również osobie prawnej, czy podmiotowi nie mającemu osobowości prawnej. (por. A. Szpunar, Ochrona dóbr osobistych..., s. 172; M. Safjan, Ochrona majątkowa..., s. 14; J. Frąckowiak (w:) System Prawa Prywatnego, t. I, s. 1087). Przedsiębiorca może także żądać zasądzenia od naruszydźciela stosownej sumy na cel społeczny. W razie naruszenia dobra osobistego dopuszczalna jest kumulacja roszczeń przewidzianych w art. 448 k.c. (tak uchwała składu siedmiu Sędziów Sądu Najwyższego z 9/09/2008 r. III CZP 31/08)

Art. 24 § 1 k.c. konstruuje ochronę naruszonych dóbr osobistych opartą o domniemanie bezprawności. Bezprawność jest kategorią obiektywną i polega na sprzeczności z prawem lub z zasadami współżycia społecznego. Za bezprawne uważa się każde działanie naruszające dobra osobiste, o ile nie zachodzi żadna ze szczególnych okoliczności je usprawiedliwiających, np. działanie w ramach porządku prawnego, wykonywanie prawa podmiotowego, zgoda pokrzywdzonego oraz działanie w obronie uzasadnionego interesu. (por. wyrok Sądu Najwyższego z 19/10/1989 r., II CR 419/98)

Powołane przepisy nie znajdują zastosowania w okolicznościach niniejszej sprawy, uprawniona w żaden sposób nie wykazała bowiem, że Fundacja im. (...) podejmuje jakiegokolwiek działania mogące negatywnie wpływać na dobre imię spółki. Nie odwołuje się także do wypowiedzi osób uprawnionych do reprezentowania obowiązanej, ograniczając się do przytoczenia komentarzy dotyczących raczej wyboru osób, którym za 2015 r. spółka przyznała nagrody, niż do reakcji jaką wywołały zapowiedzi (informacje) o nagrodach jakie przyznać ma Fundacja oraz o osobach nagrodzonych. Pismo sygnowane przez T. W. (k.78) ma datę 15 maja 2012 r., nie może więc wyrażać stanowiska fundacji ustanowionej w styczniu 2015 r.

Wyraźny spór pomiędzy stronami ma podłoże polityczne, trudno uznać, że sama tylko informacja o osobach nagrodzonych przez Fundację miała negatywnie wpływać na renomę spółki Agencja (...). Należy przy tym zauważyć, że fundacja została ustanowiona między innymi przez spadkobierców (...), którym nie można odmówić prawa do



ochrony dobra osobistego w postaci kultu osoby zmarłej. W sprawie możemy mieć zatem do czynienia z konfliktem dóbr, którego rozstrzygnięcie wymagać będzie wysłuchania racji obowiązanej.

Dodatkowo należy wyjaśnić, że jedynym roszczeniem którego Agencja (...) zamierza dochodzić w celu ochrony jej dóbr osobistych jest złożenie stosownego oświadczenia. Żądane przez spółkę tymczasowe zakazy nie są więc adekwatnymi sposobami zabezpieczenia przyszłego roszczenia.

### **III. Odnośnie do naruszenia zasad uczciwej konkurencji:**

Ustrój Rzeczypospolitej Polskiej opiera się na zasadzie wolności gospodarczej i swobody konkurencji. Działania konkurencyjne, bez względu na to, jak dotkliwe skutki mogą wywierać w sferze interesów innych uczestników obrotu, są co do zasady dozwolone, każdy przedsiębiorca funkcjonujący na polskim rynku może więc podejmować działania zmierzające do pozyskiwania kontrahentów – nabywców oferowanych przezeń towarów i usług. Ustawodawca zwraca się przeciwko nim tylko o tyle, o ile są one sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami lub też podważają fundamenty konkurencji jako takiej. (por.: Wojciech Pyziół, Anna Walaszek-Pyziół Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia). Przegląd Prawa Handlowego 1994/10/1) W uzasadnieniu wyroku z 11/07/2002 r. (I CKN 1319/00 OSNC 2003/5/73) Sąd Najwyższy stwierdził m.in.: założeniem ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jest ochrona atrakcyjnej siły przedsiębiorcy oraz jej oddziaływanie na krąg odbiorców. Chodzi o rozgraniczenie między działaniem uczciwym i zgodnym z prawem, a wykraczającym poza ustanowione reguły, nie zaś o ochronę konkretnego osiągnięcia. Ustawa ma zatem na celu zapewnienie prawidłowości zachowania się i działania podmiotów gospodarczych w warunkach wolnej konkurencji i dostępu do rynku na równych prawach. Realizacja konstytucyjnej zasady wolności gospodarczej uzasadnia (...) poszukiwanie równowagi między wolnością rynku i swobodą obrotu a celami ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, określonymi w art. 1.

Zgodnie z jej art. 1, ustawa z dnia 16/04/1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji reguluje zapobieganie i zwalczanie nieuczciwej konkurencji w działalności gospodarczej - w interesie publicznym, przedsiębiorstw oraz klientów, nie może jednak być traktowana jako instrument służący wyeliminowaniu konkurencji w ogóle, w celu zachowania przez przedsiębiorcę dominującej pozycji rynkowej. (tak Sąd Apelacyjny w Lublinie w wyroku z 30/09/1998 r. sygn. akt I ACa 281/98 Apel.-Lub.1999/1/1) W uzasadnieniu wyroku z 11/07/2002 r. (I CKN 1319/00 OSNC 2003/5/73) Sąd Najwyższy stwierdził m.in., że założeniem ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jest ochrona atrakcyjnej siły przedsiębiorcy oraz jej oddziaływanie na krąg odbiorców. Chodzi o rozgraniczenie między działaniem uczciwym i zgodnym z prawem, a wykraczającym poza ustanowione reguły, nie zaś o ochronę konkretnego osiągnięcia. Ustawa ma zatem na celu zapewnienie prawidłowości zachowania się i działania podmiotów gospodarczych w warunkach wolnej konkurencji i dostępu do rynku na równych prawach. Realizacja konstytucyjnej zasady wolności gospodarczej uzasadnia (...) poszukiwanie równowagi między wolnością rynku i swobodą obrotu a celami ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, określonymi w art. 1.

Działalność gospodarczą należy zdefiniować jako działalność wyróżniającą się profesjonalnym charakterem, podporządkowaniem regułom opłacalności i zysku, powtarzalnością działań, uczestnictwem w obrocie gospodarczym. Zgodnie ze stanowiskiem judykatury, można wymienić cztery zasadnicze typy działalności: wytwórczą, budowlaną, handlową i usługową, z zastrzeżeniem, że w ich obrębie są możliwe dalsze podziały. (por. uchwała Sądu Najwyższego z 6/12/1991 r., III CZP 117/91) Zarówno w doktrynie jak i w orzecznictwie przyjmuje się zgodnie, że działalność pozbawiona tych cech, np. społeczna, artystyczna, charytatywna nigdy nie będzie działalnością gospodarczą w rozumieniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Zgodnie z art. 2, przedsiębiorcami, rozumieniu ustawy, są osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej, które prowadząc, chociażby ubocznie, działalność zarobkową lub zawodową uczestniczą w działalności gospodarczej. Przy czym zarobkowy charakter działalności, winien być pojmowany w sensie subiektywnym, jako cecha działalności polegająca na osiąganiu za jej pośrednictwem zysków. Należy jednoznacznie podkreślić, że nie jest działalnością zarobkową, a w konsekwencji gospodarczą, działalność prowadzona nie w celu zarobkowym, lecz motywowana wyłącznie względami innymi niż chęć osiągania zysków. Zakresem podmiotowym

ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji objęci są przedsiębiorcy w rozumieniu art. 2 tej ustawy. Powyższe unormowanie wskazuje na to, że co do zasady ustawa ta reguluje stosunki pomiędzy przedsiębiorcami co prowadzi do wniosku, że podmiotami zdolnymi do popełnienia czynów nieuczciwej konkurencji, są w zasadzie przedsiębiorcy. (...) Stąd też podmiot dochodzący ochrony na podstawie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji powinien wykazać sprzeczność zachowania przedsiębiorcy w rozumieniu art. 2 ustawy z prawem lub dobrymi obyczajami, a także powstanie stanu zagrożenia lub naruszenia interesu innego przedsiębiorcy. Jeśli więc pozwany nie jest przedsiębiorcą to nie można przypisać mu dopuszczenia się czynów nieuczciwej konkurencji zagrażających lub naruszających gospodarczy interes powoda. Nie może zatem powód poszukiwać ochrony w oparciu o przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, gdy pozwanemu, który nie jest przedsiębiorcą nie można przypisać dokonania czynów nieuczciwej konkurencji. (wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z 15/02/2012 r. V ACa 5/12)

Stosownie do art. 3 ust. 1, uznanie działania za czyn nieuczciwej konkurencji warunkowane jest kumulatywnym spełnieniem następujących przesłanek :

- czyn ma charakter konkurencyjny,
- narusza lub zagraża interesowi innego przedsiębiorcy lub klienta,
- jest bezprawny, tj. sprzeczny z prawem lub dobrymi obyczajami.

Konkurencyjne są wyłącznie działania zewnętrzne, adresowane do innych uczestników wymiany rynkowej, mające na celu zdobycie klientów dla oferowanych przez nich towarów przez zwiększenie własnej efektywności gospodarczej bądź osłabienie cudzej. Naruszenie lub zagrożenie interesów gospodarczych innych uczestników rynku musi mieć charakter bezpośredni i realny. Muszą one być zdolne wywierać wpływ na innych przedsiębiorców-konkurentów (albo na konsumentów) i niekorzystnie oddziaływać na ich sytuację.

O naruszeniu interesu innego przedsiębiorcy można mówić wtedy, gdy na skutek działania konkurencyjnego nastąpi pogorszenie lub nie nastąpi oczekiwana poprawa możliwości nabywania lub zbywania dóbr bądź usług. Decyduje o tym sposób, w jaki działanie konkurenta jest odbierane przez potencjalnych adresatów. Zważywszy, że prawa przedsiębiorcy uczestniczącego w obrocie mają charakter względny, tylko adresatom działań nieuczciwie konkurencyjnych służyć będzie roszczenie o ich zaniechanie i naprawienie szkody. Obowiązek wskazania i udowodnienia istnienia zagrożenia obciąża występującego z zarzutem nieuczciwej konkurencji. Deliktowy charakter odpowiedzialności nieuczciwego konkurenta uzasadnia także obciążenie powoda obowiązkiem udowodnienia szkody i istnienia związku przyczynowego. (art. 415 i art. 361 § 1 w zw. z art. 6 k.c.)

Naruszenie prawa odnosi się do bezwzględnie obowiązujących przepisów, w szczególności u.z.n.k., przepisów o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym, o ochronie dóbr osobistych, prawa własności, praw autorskich, ochrony konsumentów, kodeksu karnego. Dobre obyczaje rozumieć należy podobnie do zasad współżycia społecznego, jako normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej. O tym, czy dane działanie jest sprzeczne z dobrymi obyczajami, decyduje całokształt okoliczności, a zwłaszcza cel, użyte środki i konsekwencje przedsięwziętych działań. Czyn sprzeczny z prawem może, ale nie musi być zarazem sprzeczny z dobrymi obyczajami, gdyż zależy to od charakteru naruszonych norm. (por. M.Kępiński Problemy ogólne nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Ruch Prawniczy Ekonomiczny i Socjologiczny 1994/2/1)

Pojęcie dobrych obyczajów odczytuje się najczęściej w ujęciu ekonomiczno-funkcjonalnym, przywiązującym wagę nie do przestrzegania dobrych obyczajów w ogóle lecz do zachowania przedsiębiorców w działalności gospodarczej, odchodząc od dokonywania oceny z punktu widzenia ogólnych zasad etyczno-moralnych, gdzie istotne kryterium stanowiło poczucie godności ogółu ludzi myślących sprawiedliwie i słusznie. Obecnie, dobre obyczaje to normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej. (por. uzasadnienie wyroku Sądu Najwyższego z 26/09/2002 r. III CKN 213/01 OSNC 2003/12/169) Sprzeczność z dobrymi obyczajami, jako klauzula generalna, podlega ocenie sądu z punktu widzenia treści, motywów i celu działania konkurencyjnego. Obiektywnie niezgodne

z dobrymi obyczajami są działania (lub zaniechania) sprzeczne ze zwyczajami uznanymi przez daną społeczność, obowiązującymi w określonym środowisku.

Sąd podziela powszechnie przyjęty w doktrynie i orzecznictwie pogląd, iż przepis art. 3 w ust. 1 w sposób ogólny określa czyn nieuczciwej konkurencji, podczas gdy w ust. 2 wymienia przykładowo niektóre czyny, typizowane dodatkowo w art. 5-17, które należy wyklądać tak, że ogólne określenie i przepisy czyn nieuczciwej konkurencji uszczegóławiające pozostają w następujących relacjach:

- wymienione w ustawie czyny nie tworzą zamkniętego katalogu, za nieuczciwie konkurencyjne można uznać także działanie niewymienione w art. 5-17, jeżeli tylko spełnia ono przesłanki zdefiniowane w art. 3 ust. 1,
- wymagania określone w definicji art. 3 ust. 1 odnoszą się do czynów wymienionych w art. 5-17, a klauzula generalna pełni funkcję korygującą w stosunku do przepisów szczególnych. Gdy dany stan faktyczny, formalnie, spełnia przesłanki z art. 5-17, w rzeczywistości jednak działanie nie wykazuje któregoś ze znamion art. 3 ust. 1 (np. bezprawności, sprzeczności z dobrymi obyczajami), uznanie go za czyn nieuczciwej konkurencji nie jest możliwe.

Prawo konkurencji hołduje zasadzie *priori tempore potior iure*. Udzielenie ochrony zmierza do zabezpieczenia słuszych interesów tego przedsiębiorcy, który poniósł określone nakłady na zaprojektowanie, wprowadzenie do obrotu i promocję określonego produktu, czy na rozpoznawalność jego oznaczenia. Warunkiem uzyskania ochrony jest w każdym przypadku wykazanie pierwszeństwa rynkowego oraz zaistnienie okoliczności wskazanych w rozdziale 2. u.z.n.k. (Czyny nieuczciwej konkurencji - art. 5-17) lub deliktu tam nieujętego, ale odpowiadającego hipotezie art. 3 ust. 1.

Zgodnie z art. 10 ust. 1 u.z.n.k., czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczanie towarów lub usług, które może wprowadzić w błąd co do ich pochodzenia. Przepis ten – analogicznie do ochrony zarejestrowanych znaków towarowych – chroni oznaczenia, które nie zostały objęte wyłącznością wynikającą z rejestracji lub udzielenia prawa ochronnego, lecz rzeczywiście używane w obrocie gospodarczym zdołały wypracować własną zdolność odróżniającą, przed działaniami naruszydca, który później rozpoczął używanie konfuzyjnego oznaczenia. Czynem nieuczciwej konkurencji jest również wprowadzenie do obrotu towarów w opakowaniu mogącym wywołać skutki określone w ust. 1, chyba że zastosowanie takiego opakowania jest uzasadnione względami technicznymi. (ust. 2.) Przy ocenie naruszenia na gruncie art. 10 u.z.n.k. znajdują zastosowanie reguły wypracowane w orzecznictwie sądów wspólnotowych, z tym zastrzeżeniem, że ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie chroni prawa wyłącznego, lecz interesy gospodarcze przedsiębiorcy, a zasięg jej działania ogranicza się do terytorium Polski.

Agencja (...) nie może skutecznie żądać udzielenia zabezpieczenia roszczeń sformułowanych w pkt 2. i 3. wniosku nie wykazała bowiem w tym postępowaniu, że Fundacja im. (...) jest przedsiębiorcą, że prowadzi lub zamierza prowadzić działalność gospodarczą konkurencyjną wobec jej działalności, przy wykorzystaniu oznaczeń słownych i słowno-graficznych: **Nagrody K.**, **N. K.**, **Nagrody im. (...)**, **Nagrody (...)**o lub podobnych. Nie uprawdopodobniła, że działania te będą mogły negatywnie wpływać na jej interesy gospodarcze, które stanowią przedmiot ochrony przed czynami nieuczciwej konkurencji.

I w tym przypadku brak jest dowodów podejmowania działań polegających na świadczeniu usług organizacji konkursów z wykorzystaniem kwestionowanych oznaczeń. Dokumenty, jak odpis z KRS, czy statut przemawiają natomiast przeciwko uznaniu zarzutów spółki za usprawiedliwione i znajdujące oparcie w dowodach. Nic nie przemawia za tym, że prócz realizacji celów statutowych (krzewienie i popularyzacja oraz twórcze współczesne rozwijanie idei i dorobku (...)) Fundacja - niewpisana do rejestru przedsiębiorców. (art. 50 ustawy z 20/08/1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym) zawodowo i zarobkowo zajmie się przyznawaniem nagród, stając się konkurentem rynkowym uprawnionej.

**Zdaniem Sądu uprawniona nie wykazała zasadności stawianego obowiązanej zarzutu dopuszczenia się czynów nieuczciwej konkurencji, także więc przysłe roszczenia oparte na**

**przepisie art. 18 ust. 1 pkt 1 u.z.n.k. należy uznać za nieuprawdopodobnione.** Także na tej podstawie, w odniesieniu do roszczeń z pkt 2 i 3 wniosek podlegać musiał oddaleniu. ( a contrario art. 730<sup>(1)</sup>k.p.c.)  
W szczególności uprawniona nie wykazała, że Fundacja im. (...) może być uznana za przedsiębiorcę w rozumieniu art. 1 u.z.n.k., który w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej (art. 2 u.z.n.k.) konkuruje ze spółką Agencja (...), naruszając jej interesy gospodarcze. (art. 3 ust. 1 u.z.n.k.)

## ZARZĄDZENIE

- (...)

- (...)

(...)

- (...)

10/02/2016 r.