

Wyrok z dnia 11 lipca 2002 r., I CKN 1319/00

Wyczerpujące i wyraźne oznaczenie producenta na opakowaniu towaru oraz trwałe umieszczenie znaku towarowego bezpośrednio na produkcie wprowadzanym do obrotu wyłącza możliwość wywołania błędu zarówno co do tożsamości producenta, jak i produktu (art. 13 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz.U. Nr 47, poz. 211 ze zm.).

Sędzia SN Tadeusz Wiśniewski (przewodniczący)

Sędzia SN Kazimierz Zawada

Sędzia SN Tadeusz Żyznowski (sprawozdawca)

Sąd Najwyższy w sprawie z powództwa L.S. A/S, L.T. A/S, K. A/S w D. oraz L.P., spółka z o.o. w W. przeciwko Kazimierzowi P., Robertowi P. i „C.”, spółce z o.o. o nakazanie, po rozpoznaniu w Izbie Cywilnej w dniu 28 czerwca 2002 r. na rozprawie kasacji powodów od wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 29 maja 2000 r.

oddalił kasację i zasądził solidarnie od strony powodowej na rzecz pozwanych kwotę 1500 zł kosztów postępowania kasacyjnego.

Uzasadnienie

Zaskarżonym wyrokiem Sąd Apelacyjny oddalił apelację strony powodowej L.S. A/S, L.T. A/S, K. A/S w D. i L.P., spółka z o.o. w W., aprobując dokonane ustalenia i ich ocenę prawną przytoczoną w uzasadnieniu wyroku Sądu pierwszej instancji (art. 385 k.p.c.). Do istotnych elementów stanu faktycznego należą ustalenia co do produkcji i sprzedaży klocków L. przez wymienione duńskie spółki, zgrupowane w L.Group. W Polsce ich sprzedaż prowadzą spółki L.T. A/S i L.P. Wytwarzane przez L.S. zabawki w formie klocków plastikowych, mających różne kształty i kolory, można – za pomocą odpowiednich wypustek i wgłębień – łączyć w różne kombinacje. Poszczególne klocki oznaczone są napisem L.

Wspólnicy S.C. Robert P. i Piotr S. „C.” – Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe uzyskali decyzję o rejestracji znaku towarowego (z prawem trwającym od dnia 6 września 1993 r.) na wytwarzanie i sprzedaż wyrobów obejmujących m.in. zabawki z tworzyw sztucznych. Pozwana „C.” spółka z o.o. jest producentem klocków plastikowych, których sprzedaż prowadzą Kazimiera P. i Robert P. Klocki te są także konstrukcyjnie kompatybilne z klockami L.; zewnętrznie niektóre z nich są bardzo podobne do klocków L. Na każdym klocku spółki C. jest odcisnięty znak towarowy „C.”. Opakowanie kolorowe, poza wyrażeniem zamieszczonym sześciokrotnie tym znakiem, zawiera oznaczenie producenta, ze wskazaniem jego dokładnego adresu. Kolorystyka i motywy opakowania tych klocków są inne niż stosowane przez L. Po stronie przeciętnego klienta nie może dojść do konfuzji co do pochodzenia tych klocków.

Sąd Apelacyjny podzielił zapatrywanie Sądu pierwszej instancji, że produkcja i wprowadzanie przez pozwanych do obrotu klocków „C.” nie stanowią czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 13 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. Nr 47, poz. 211 ze zm. – dalej „u.z.n.k.”), co – w ocenie tego Sądu – czyni zbędnym rozważanie zasadności żądania strony powodowej na gruncie art. 13 ust. 2 u.z.n.k. Strona powodowa nie wykazała okoliczności faktycznych mogących uzasadniać zastosowanie art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Kasację złożyła strona powodowa. Z powołaniem się na obie podstawy przewidziane w art. 393¹ k.p.c. zarzuciła naruszenie prawa materialnego przez błędną wykładnię art. 3 i 13 u.z.n.k. oraz naruszenie przepisów postępowania, tj. art. 229 i 233 § 1 k.p.c., przez przyjęcie, że kompatybilność klocków pozwanych z klockami powodów stanowi cechę wynikającą wprost z naśladownictwa, co mogło mieć istotny wpływ na wynik sprawy.

Wskazując na powyższe, strona skarżąca wносиła o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy Sądowi Apelacyjnemu do ponownego rozpoznania, ewentualnie o zmianę zaskarżonego wyroku i orzeczenie co do istoty sprawy.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Obszerne i wyczerpujące wywody stron dotyczące przesłanek prowadzących do zakwalifikowania czynu jako nieuczciwej konkurencji obejmują elementy natury ekonomicznej i prawnej, a nawet etycznej. Spór ogniskuje się wokół rozgraniczenia dozwolonego i niedozwolonego naśladownictwa oraz kryteriów pozwalających taką

granicę wyznaczyć, a także możliwości uzyskania przez przedsiębiorcę – nie legitymującego się prawami wyłącznymi – zakazów i nakazów sformułowanych w pozwie. Prezentowane stanowiska oraz krańcowe rozbieżności co do treści wnioskowanego rozstrzygnięcia sporu – w ustalonym stanie faktycznym – uzasadniają odwołanie się do przytoczonego w kasacji art. 13 u.z.n.k. W myśl tego przepisu, czynem nieuczciwej konkurencji jest naśladowanie gotowego produktu, polegające na tym, że za pomocą technicznych środków reprodukcji jest kopiowana zewnętrzna postać produktu, jeżeli może wprowadzić klientów w błąd co do tożsamości producenta lub produktu. Należy jednocześnie wskazać, że spór dotyczy korzystania z osiągnięcia niestanowiącego przedmiotu praw wyłącznych.

Takie naśladownictwo cudzych produktów samo przez się nie jest zjawiskiem nagannym, ponieważ postęp jest możliwy dzięki spuściznie przeszłości. Rozwijanie i ulepszanie każdego produktu leży w interesie ogólnym. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji reguluje korzystanie z cudzych dóbr prawnych (dzieł) poza obszarem regulacji zawartej w prawie własności przemysłowej i prawie autorskim. Z przytoczonego art. 13 ust. 1 u.z.n.k., stanowiącego podstawę rozstrzygnięcia, wynika, że podstawowymi przesłankami konstytuującymi pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji są: kopiowanie zewnętrznej postaci produktu, dokonywanie naśladownictwa za pomocą technicznych środków reprodukcji i możliwość wprowadzenia klientów w błąd co do tożsamości producenta lub produktu. Omawiana ustawa sankcjonuje naśladownictwo jedynie w kwalifikowanej postaci, tj. gdy kumulatywnie spełnione są przytoczone przesłanki. Sądy obu instancji z powołaniem się na sposób oznaczenia klocków „C.” i rodzaj oraz wygląd opakowań wykluczyły możliwość wprowadzenia klientów w błąd. Oceny tej – zdaniem tych Sądów – nie podważa podobieństwo klocków obu firm i ich kompatybilność, która jest cechą wynikającą z naśladownictwa.

W doktrynie i judykaturze na ogół zgodnie przyjmuje się, 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 –

także przy wykładni przytoczonych w kasacji przepisów omawianej ustawy – poszukiwanie równowagi między wolnością rynku i swobodą obrotu a celami ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, określonymi w art. 1.

Punkt ciężkości w regulacji konkurencji w prawie polskim – podobnie jak w ustawodawstwach innych państw – dotyczy zdobywania odbiorców produkowanych lub sprzedawanych towarów i eliminacji wszelkich działań, mogących w jakikolwiek sposób powodować pomyłki co do przedsiębiorcy lub jego wyrobu, albo wprowadzać w błąd przez używanie fałszywych oznaczeń, a także podawanie innych danych. Ze względu na takie ukierunkowanie celów ustawy, postanowienia art. 13 nie mogą zastępować ani powodować ochrony wynikającej z przepisów regulujących prawa bezwzględne (patent, wzór użytkowy). Prawo wynalazcze i wynikająca z niego ochrona patentowa obejmuje rozwiązania techniczne i zawiera zakaz odtwarzania cech konstrukcyjno-funkcjonalnych. Należy ponadto podkreślić – co pomijają skarżące – że patent (lub prawo ochronne na wzór użytkowy) działa w ściśle ograniczonym czasie, określonym przepisami prawa, oraz po wypełnieniu przez uprawnionego obowiązku wniesienia opłat za udzieloną ochronę. Ponadto zawiera ściśle określony zakres udzielonej ochrony udokumentowanego rozwiązania technicznego i zapewnia ochronę w tym tylko zakresie na obszarze państwa, w którym patent został przyznany.

Żądany przez skarżące zakaz naśladownictwa prowadziłby wprost do powstania nie ograniczonego żadnym terminem monopolu eksploatacji określonego rozwiązania technicznego (technologicznego) i uniemożliwiłaby lub co najmniej utrudniały wchodzenie na rynek innym przedsiębiorcom, zajmującym się taką samą lub zbliżoną działalnością gospodarczą. Pozostawałoby to w sprzeczności z porządkiem prawnym, opartym na zasadzie wolności gospodarczej i regułach uczciwej konkurencji. Samo naśladownictwo towarów innego przedsiębiorcy, nie korzystających ze szczególnej ochrony prawami wyłącznymi, nie jest sprzeczne z zasadami prowadzenia konkurencji i nie uzasadnia przyjęcia istnienia czynu nieuczciwej konkurencji (art. 13 ust. 1), nawet w wypadku zgodności wymiarów kopii z pierwowzorem. Podstawę kopiowania cech funkcjonalnych produktu, w szczególności budowy, konstrukcji i charakterystycznej formy zapewniającej użyteczność lub uwzględniającej charakterystyczną formę produktu, stanowi art. 13 ust. 2 u.z.n.k. Swoboda kopiowania dotyczy także wymiarów proporcji i kształtów. Pozwani – co jest zrozumiałe – dostosowali się do wymaganego poziomu

technicznego i technologicznego, nie można zatem zasadnie podważać stanowiska Sądów obu instancji, że w ustalonych okolicznościach sprawy kompatybilność jest pochodną naśladownictwa.

W tych warunkach znaczenia nabiera przesłanka w postaci możliwości wprowadzenia w błąd klientów co do tożsamości producenta lub produktu.

Poglądy doktryny i orzecznictwa w innych krajach są odzwierciedleniem postępującej globalizacji oraz dynamiki rynku europejskiego, lecz zdają się także jednoznacznie wskazywać, że kształtowany bądź przyjmowany wzorec przeciętnego konsumenta należycie poinformowanego, uważnego i rozsądnego, nie może być definiowany w oderwaniu od ustalonych – w rozpoznawanej sprawie – warunków obrotu i realiów życia gospodarczego. Ustalenia Sądu drugiej instancji co do zróżnicowania opakowań klocków „L.” i „C.”, oznaczania ich przez stronę pozwaną znakiem towarowym i wyczerpującego wskazania producenta, a także oznaczania poszczególnych klocków znakiem towarowym, nie zostały przez skarżącego zakwestionowane. Zarzut kasacji naruszenia przepisów postępowania ze skutkami wskazanymi w art. 393¹ pkt 2 k.p.c., za pomocą którego zwalczane są ustalenia faktyczne, zmierza do wykazania wadliwości przyjęcia „że kompatybilność klocków pozwanych z klockami powodów stanowi cechę wynikającą wprost z naśladownictwa”. Wyraźne i czytelne oznaczenie producenta wyklucza zasadność twierdzeń skarżących o chęci maksymalnego zbliżenia się przez pozwanych do znanego i renomowanego produktu „L.” ze wszystkimi wynikającymi stąd konsekwencjami w sferze ekonomicznej, prawnej i etycznej. Zarzut konfuzji konsumenta co do produktu pomija ustalony fakt, że każdy klocek wyprodukowany przez pozwaną firmę „C.” zawiera odcisnięty znak towarowy „C.”. (...)

Nie można pominąć, że zasób zrozumiałej, jasnej i dostępnej informacji dla konsumenta spełnia niezbędne wymagania warunkujące możliwość dokonywania przez niego niezakłóconego i racjonalnego wyboru. Jest to poważny instrument regulujący działalność wolnego rynku, zapewniający jego przejrzystość oraz ochronę nie tylko pozycji konsumenta, lecz także interesów konkurentów. Samo odmienne twierdzenie nie pozwala na przyjęcie realności konfuzji. Uzasadniony jest zatem pogląd, że wyraźne i wyczerpujące oznaczenie producenta na opakowaniu towaru oraz umieszczenie znaku towarowego bezpośrednio na produkcie wprowadzanym do obrotu wyłącza możliwość wprowadzenia w błąd co do tożsamości producenta lub produktu (art. 13 u.z.n.k.).

Zarzucając pozwanym, że dopuścili się dwóch odrębnych czynów nieuczciwej konkurencji, konstruowanych na podstawie przepisów art. 13 ust. 1 i art. 3 u.z.n.k., strona powodowa powoływała się na naruszenie przez nich dobrych obyczajów. Uzasadnienie dla wnioskowanej niezbędności i celowości zastosowania tej klauzuli stanowiły liczne i zróżnicowane zarzuty, jak nieuprawnione wchodzenie w serie cudzego produktu, nieuczciwe wykorzystywanie renomy klocków powodów, nieuczciwe przejmowanie ich klienteli i obniżanie renomy „L.”. Czyn ten został zrealizowany przez wytwarzanie klocków w pełni kompatybilnych z klockami powodów.

Na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji istnieją podstawy do przyjęcia, że działanie wyczerpujące znamiona naśladownictwa może być zakwalifikowane jako czyn nieuczciwej konkurencji wywiedziony z klauzuli generalnej (art. 3 ust. 1 u.z.n.k.), jednakże dopiero po wykazaniu istotnych z punktu widzenia prawa konkurencji zarzutów przesądzających naganność postępowania konkurenta i uzasadniających, w ustalonych okolicznościach sprawy, powołanie się na klauzulę dobrych obyczajów. Strona powodowa nie wykazała tych okoliczności (art. 6 k.c.). Zarzuty skarżących o pasożytnictwie ekonomicznym czy intelektualnym stanowiły przedmiot badań i ustaleń Sądów niższej instancji i okazały się chybione, system zaś przyjętych ocen i wykładnia obowiązujących przepisów nie wykazuje zarzucanych mu wadliwości.

Niektóre zarzuty kasacji nastręczają trudności w jednoznacznym odczytaniu ich treści. Do nich należy twierdzenie o nieuprawnionym wchodzeniu w serie cudzego produktu. Jeżeli ma ono być rozumiane jako bezprawne wprowadzenie towaru na rynek w tym znaczeniu, że potrzeby rynku zostały rozpoznane przez konkurenta i on zaprojektował towar (poszczególne serie) w celu zaspokojenia popytu i z zamiarem kontynuacji rozeźnanego zapotrzebowania, to taka sytuacja w tej sprawie nie zaistniała. Pozwani podjęli produkcję klocków „C.” i wprowadzają je do obrotu w warunkach nie naruszających obowiązujących przepisów, a tylko działanie będące czynem nieuczciwej konkurencji może być sprzeczne z dobrymi obyczajami. W rozpoznawanej zaś sprawie nie zostały podważone przyczyny, z powodu których zasada wolności naśladownictwa nie mogła być uznana za przełamana.

Z powyższego wynika, że kasacja nie ma usprawiedliwionych podstaw i dlatego podlega oddaleniu (art. 393¹² k.p.c.).

