

UZASADNIENIE

Powód F.Spółka z ograniczoną wolnością z siedzibą w N.pozwem wytoczonym w dniu 22 lipca 2010 roku przeciwko pozwanemu (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W.domagał się nakazania pozwanemu zaniechania naruszeń poprzez zaprzestanie rozpowszechniania w materiałach handlowych (...) Sp. z o.o., w tym w broszurach, katalogach oraz cennikach, a ponadto, na polskojęzycznych stronach internetowych (...) Sp. z o.o.znajdujących się pod adresem (...)oraz na stronie internetowej „(...)” znajdującej się pod adresem (...)V. [html](#) oraz „(...)znajdującej się pod adresem (...), nieprawdziwych i wprowadzających w błąd informacji, że założyciel firmy (...)był pierwszym na świecie konstruktorem lub wynalazcą okna do poddaszy (okna dachowego), jak również, że okno do poddaszy (okno dachowe) jest wynalazkiem firmy (...). Ponadto, powód wniósł o nakazanie pozwanemu usunięcia skutków niedozwolonych działań poprzez usunięcie z już rozpowszechnionych materiałów handlowych nieprawdziwych i wprowadzających w błąd informacji, że założyciel firmy (...)był pierwszym na świecie konstruktorem lub wynalazcą okna do poddaszy (okna dachowego), jak również że okno do poddaszy (okno dachowe) jest wynalazkiem firmy (...)oraz o nakazanie pozwanemu złożenia oświadczenia o treści następującej:

(...) Sp. z o.o. informuje, iż dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na rozpowszechnianiu nieprawdziwych i mogących wprowadzić w błąd informacji, że założyciel firmy (...) był konstruktorem pierwszego okna do poddaszy lub, że był on jego wynalazcą, podczas gdy przysługujące mu patenty obejmowały nie okno do poddaszy jako urządzenie w całości, ale jedynie niektóre elementy jego budowy i funkcjonalności. Działanie to (...) Sp. z o.o. podjęła w celu przysporzenia sobie korzyści oraz wyrządzenia szkody konkurentom, w tym (...) Sp. z o.o. z siedzibą w N.. (...) Sp. z o.o. niniejszym przeprasza (...) Sp. z o.o. z siedzibą w N. za rozpowszechnianie wskazanych wyżej nieprawdziwych i wprowadzających w błąd informacji” poprzez:

1. jednokrotną publikację w piątkowym wydaniu dziennika „(...)” w grzbiecie głównym w wydaniu ogólnopolskim na stronie nie dalszej niż 3 w postaci ogłoszenia o powierzchni jednej trzeciej strony redakcyjnej, czyli co najmniej 249 mm na 80 mm drukowanej czcionką standardową dla tego dziennika, nie mniejszą niż 25 punktów,
2. trzykrotną publikację w kolejnych numerach czasopism: „(...)”, „(...)”, „(...)”, „(...)” i „(...)” na stronie nie dalszej niż 12 w postaci ogłoszenia o powierzchni co najmniej strony redakcyjnej, tj. 203 mm na 275 mm w przypadku magazynu „(...)”, 203 mm na 272 mm w przypadku czasopisma „(...)”, 210 mm na 297 mm w przypadku czasopisma „(...)”, 205 mm na 295 mm w przypadku magazynu „(...)” oraz 210 mm na 297 mm w przypadku magazynu „(...)”, drukowanego czcionką standardową dla każdego z powyższych czasopism nie mniejszą niż 20 punktów,
3. ciągłą publikację na stronie głównej (...) Sp. z o.o.znajdującej się pod adresem (...)oraz w dziale „(...)” i jednocześnie poddziale „Historia” przez co najmniej miesiąc w postaci ogłoszenia w ramce nie mniejszej niż 15 cm na 20 cm wyświetlanej zawartości strony czcionką nie mniejszą niż ta użyta do redakcji tekstu podstawowego na wskazanych stronach,
4. ciągłą publikację na stronie „(...)” znajdującej się pod adresem (...)w postaci kolejnego w tym wątku postu (wiadomości na forum).

Powód wniósł również o zasądzenie od pozwanego na swoją rzecz kosztów procesu według norm przepisanych albo według spisu kosztów w przypadku jego złożenia przed zamknięciem rozprawy oraz określenie opłaty tymczasowej od pozwu w związku z niemożnością ustalenia w chwili składania pozwu wartości przedmiotu sporu w niniejszej sprawie.

W części I uzasadnienia pozwu podniesiono, że pozwany rozpowszechnia informacje, iż założyciel duńskiej firmy (...) (z której pozwany się wywodzi) V. K. R.był pierwszym na świecie konstruktorem lub wynalazcą okna do poddaszy (okna dachowego), tudzież że okno do poddaszy (okno dachowe) jest wynalazkiem firmy (...). Informacje takie znaleźć można zdaniem powoda między innymi w załączonych przez powoda dokumentów do pozwu: katalogu i cenniku (...) (obowiązującym od dnia 1 lutego 2010 roku), katalogu (...) na rok 2010 „(...)”, stronie internetowej (...) Sp. z o.o. pod

adresem: (...), (...) stronie internetowej „(...)” znajdującej się pod adresem: (...), forum internetowym (...) znajdującym się pod adresem: (...)

Powód wskazał, iż przedmiotowe informacje są nieprawdziwe i jednocześnie wprowadzają w błąd. Zdaniem powoda V. K. R. nie był w rzeczywistości ani konstruktorem pierwszego okna dachowego ani jego wynalazcą. Wskazał również, iż nie można przyjąć by okno dachowe było wynalazkiem firmy (...). Powód podniósł, iż okna do poddaszy jako element budowlany występują co najmniej od XIX wieku, a w różnych odmiennych od obecnych formach stosowane były znacznie wcześniej co potwierdza brytyjski patent nr (...), brytyjski wynalazek nr (...), amerykańskie zgłoszenie patentowe nr (...) amerykańskie zgłoszenie patentowe nr (...)

Powód podniósł, iż w latach 20-tych XX wieku w Europie opatentowano także szereg rozwiązań umożliwiających otwieranie i zamykanie okien dachowych, jak: niemieckie zgłoszenie patentowe nr (...), brytyjski patent nr (...), amerykańskie zgłoszenie nr (...), niemiecka aplikacja nr (...), niemieckie zgłoszenie patentowe nr (...).

Powód podkreślił, że V. K. R. pierwszy patent „na okno obrotowe” uzyskał w Danii z datą zgłoszenia 22 maja 1945 roku – nr publikacji (...). Kolejne patenty na to rozwiązanie uzyskał później w Szwajcarii, Kanadzie i Wielkiej Brytanii co poświadczają: duńskie zgłoszenie patentowe nr (...), szwajcarski dokument patentowy nr (...), kanadyjski dokument patentowy nr (...), brytyjski dokument patentowy nr (...).

Powód podniósł, iż żaden z wyżej wymienionych patentów V. K. R. nie dotyczył okna dachowego, tj. urządzenia w całości, lecz miały one za przedmiot jedynie określone jego elementy i mechanizmy. Zdaniem powoda kolejne zgłoszenia patentowe V. K. R. dotyczyły systemu mocowania okien dachowych co potwierdzają duńskie zgłoszenie patentowe nr (...) oraz szwajcarski dokument patentowy nr (...).

W części drugiej uzasadnienia do pozwu powód podniósł, iż rozpowszechnianie przez (...) Sp. z o.o. informacji o tym, że V. K. R. założyciel przedsiębiorstwa (...), był konstruktorem pierwszego okna dachowego lub jego wynalazcą, tudzież okno dachowe jest wynalazkiem firmy (...), stanowi czyn nieuczciwej konkurencji wskazany w art. 14 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

W ocenie powoda informacje te są nieprawdziwe i mogą wywoływać u odbiorcy błędne wrażenie, że firma (...) Sp. z o.o. zajmuje jakąś szczególną pozycję na rynku poprzez bycie pierwszym chronologicznie producentem okna dachowego. Powód podkreślił, że komunikat o byciu „wynalazcą” lub „pierwszym konstruktorem” okna dachowego jest dla odbiorców nośnikiem bardzo istotnej gospodarczo informacji. Wskazał również, iż odbiorcy mogą działać w błędnym przeświadczeniu, że produkty firmy (...) z racji wywodzenia się od rzekomego wynalazcy, tudzież konstruktora czy wynalazcy pierwszego okna dachowego, cechują się szczególną solidnością i innowacyjnością, w odróżnieniu od okien dachowych innych producentów.

Powód podniósł, iż przedmiotowe informacje powielane są w materiałach handlowych przedsiębiorców zajmujących się sprzedażą okien. Powód przykładowo powołał się na stronę internetową pod adresem: (...), stronę internetową pod adresem: (...) oraz stronę internetową pod adresem: (...).

Zdaniem powoda nie ulega wątpliwości, że rozpowszechnianie powyższych informacji jest działaniem zamierzonym przez pozwanego. Powód podniósł, że są to działania marketingowe, polegające na „zawłaszczeniu” urządzenia okna dachowego.

W części III uzasadnienia pozwu powód zarzucił pozwanemu naruszenie dóbr osobistych osoby prawnej zgodnie z art. 43 k.c. w zw. z art. 23 k.c. Naruszenie dóbr osobistych osoby prawnej, w tym renomy związane jest ze spowodowaniem określonych trudności w jej funkcjonowaniu, także poprzez pogorszenie warunków jej działalności. Powód zarzucił również pozwanemu, iż ten w sposób nieuzasadniony i niezgodny z prawdą przypisuje sobie określoną cechę, mającą doniosłe znaczenie gospodarcze. W ocenie powoda działanie takie sprawia, że powód jest w tej sytuacji odbierany na zasadzie kontrastu jako podmiot, który wynalazku w postaci okna dachowego nie dokonał, a zatem ten, który nie posiada tak dużej inwentywności, innowacyjności, zdolności wytwarzania ulepszeń okien dachowych, podnoszenia ich

jakości, a także o znacznie mniejszym stopniu zaufania jeżeli chodzi o wprowadzane przez niego nowości techniczne dotyczące tego rodzaju produktów. Powód wskazał, że w ten sposób rozpowszechniając nieprawdziwe, pozytywne informacje o swoim przedsiębiorstwie, faktycznie rozpowszechnia się także treść negatywną, że powód wynalazcą nie jest, a więc prezentuje on niższą jakość i mniejsze doświadczenie rynkowe.

W części IV uzasadnienia pozwu powód odniósł się do okoliczności rozpowszechniania przez pozwanego w dniach 19 i 22 kwietnia 2010 roku nieprawdziwych informacji, w związku z czym powód w dniu 16 lipca 2010 roku doręczył pozwanemu wezwanie do dobrowolnego usunięcia naruszeń. W dniu 19 lipca 2010 roku powód otrzymał drogą e-mail'ową odpowiedź od pozwanego z prośbą o wydłużenie siedmiodniowego terminu określonego w wezwaniu do dobrowolnego usunięcia naruszeń. Powód wskazał, iż żądania wymienione w wezwaniu nie obejmowały zaniechania przez pozwanego rozpowszechniania nieprawdziwych i wprowadzających w błąd informacji, gdyż do materiałów zawierających tego rodzaju informacje powód dotarł dopiero po wystosowaniu wezwania.

(pozew, k. 189-192).

Pozwana Spółka (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością siedzibą w W.w odpowiedzi na pozew wniosła o oddalenie powództwa, zasądzenie kosztów postępowania. Jednocześnie strona pozwana domagała się nakazania powodowi trzykrotnej publikacji w kolejnych numerach czasopism „(...)”, „(...)”, „(...)”, „(...)” i „(...)” na stronie nie dalszej niż 12 drukowanego pogrubionym fontem Verdana czarnym na białym tle o rozmiarze nie mniejszym niż 20 punktów, ogłoszenia następującej treści: (...) Sp. z o.o.przeprasza (...) Sp. z o.o.za wniesienie powództwa bezzasadnie kwestionującego informację, że założyciel grupy (...)– V. K. R.był wynalazcą okna do poddaszy”.

Pozwany w uzasadnieniu swego stanowiska podniósł, że powód naruszył zasadę venire contra factum propirum, akceptując przez wiele lat informacje o wynalezieniu okna do poddaszy przez V. K. R. K. R.. Pozwany podkreślił, że V. K. R. wynalazł okno do poddaszy, zatem w ocenie pozwanego informowanie o tym nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji. Wskazał również, iż pozwana spółka nie naruszyła dóbr osobistych powoda.

W części I uzasadnienia pozwany nakreślając historię powstania firmy wskazał, że konstrukcja stworzona przez R.dała początek nazwie spółki (...), gdzie cząstka (...)pochodzi od łacińskiego słowa „(...)” ((...)), a cząstka (...)oznacza (...)(...)i (...) zapewniały okna zaprojektowane przez K.R.i między innymi na tym polegała ich innowacyjność. Pozwana spółka podniosła, że okno należące do Spółki (...)jest ciągle udoskonalane przez współczesnych producentów, powołując się przy tym na podobne stwierdzenie powoda w związku z „rozkrećaniem okien (...)w warsztatach robiąc podobne”.

Odnośnie naruszenia przez powoda zasady venire contra factum propirum pozwany wskazał, iż powód nigdy wcześniej nie kwestionował przekazu dotyczącego historii (...) i wynalazku R.. Powołując się na wyrok Sądu Najwyższego z dnia 9 kwietnia 2008 roku (sygn. akt V CSK 503/07), wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 24 maja 2007 roku (sygn. akt V ACa 328/07), wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 19 listopada 2008 roku (sygn. akt V Aca 108/08) podniósł, że długotrwałe tolerowanie pewnego stanu ostatecznie przesądza, że stan taki nie narusza interesów przedsiębiorcy ani im nie zagraża. Tym samym zdaniem pozwanej spółki, jej działania są przejawem uczciwej konkurencji.

Pozwany podniósł zarzut przedawnienia, wskazując, iż delikty nieuczciwej konkurencji przedawniają się z upływem trzech lat. Tym samym wskazał, że powód dowodzi, że działanie odnoszące się do informacji „o tym, że V. K. R. był wynalazcą lub konstruktorem pierwszego okna dachowego (...)” – s. 29 pozwu – rozpoczęło się najpóźniej w roku 2005 i jeśli wynikałoby z niego roszczenie, przedawniłoby się ono najpóźniej z końcem roku 2008.

W części III uzasadnienia odpowiedzi na pozew pozwany potwierdził, że V. K. R. wynalazł okno do poddaszy. Jednocześnie strona pozwana wskazała, że powód starając się uzasadnić swoje roszczenie przywołał liczne patenty, jednak zdaniem pozwanego żaden z nich (przywołanych patentów) nie stanowi rozwiązania problemu umieszczania okien na poddaszach mieszkalnych, m.in. przez to że nie zapewniał ochrony przed dostaniem się wody deszczowej lub rozpuszczonego śniegu do wewnątrz pomieszczenia.

Pozwany podniósł, że „era okien do poddaszy rozpoczęła się wraz z wynalazkami R.”. Jednocześnie wskazał, iż „ani (...), ani V. K. R. nie byli twórcami pierwszego rozwiązania służącego doświetlaniu przez dach”, zaś V. K. R. wynalazł okno obrotowe.

Pozwany zaprzeczył, iż informacje na temat wynalazku R. mają na celu uzyskanie korzyści czy wyrządzenia szkody. Zamiaru takiego w ocenie pozwanego, powód nie jest w stanie wykazać.

Część IV uzasadnienia do odpowiedzi na pozew dotyczy wiadomości odnoszących się do wynalezienia przez R. okien do poddaszy, które stanowiły już przedmiot oceny sądów. W tym miejscu pozwany powołał się na wyrok Sądu Okręgowego w Mannheim z dnia 10 listopada 2000 roku (sygn. akt 7-O-214/00) oraz wyrok Sądu Apelacyjnego w Karlsruhe z dnia 11 lipca 2001 roku (sygn. akt 6 U 3/01). Pozwana spółka podniosła, iż wyroki te mają moc wiążącą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na mocy art. 26 Konwencji o jurysdykcji i wykonywaniu orzeczeń sądowych w sprawach cywilnych i handlowych, sporządzonej w Lugano dnia 16 września 1988 roku (Dz.U. z 2000 roku, Nr 10, poz. 132) oraz że są to dokumenty urzędowe w rozumieniu art. 244 § 1 w związku z art. 1138 k.p.c. W przywołanych rozstrzygnięciach sądów w Niemczech prawomocnie orzeczono, że są to informacje prawdziwe, a ich rozpowszechnianie jest zgodne ze standardami uczciwej konkurencji.

Odnosząc się do zarzutu dóbr osobistych, pozwany uznał go za bezzasadny, gdyż publikacje (...) nie dotyczą powoda, więc nie mogą naruszać jego dóbr osobistych. Pozwany podniósł, że powód nie posiada legitymacji procesowej do wytoczenia powództwa, gdyż zgodnie z art. 18 ust. 1 (oraz art. 3) u.z.n.k. uprawniony do wystąpienia z powództwem jest przedsiębiorca, którego interes został zagrożony lub naruszony. Powód nie spełnia żadnej z tych przesłanek, a także nie wykazał ich spełnienia, mimo że to na nim spoczywa ciężar dowodu.

Pozwany wskazał, że w dniu 19 lipca 2010 roku wysłano powodowi pismo z prośbą o umożliwienie dokładnego zweryfikowania żądań powoda. Po dokonaniu skrupulatnej analizy wszystkich materiałów pozwany podjął „decyzję o zmianie niektórych informacji, nie chcąc eskalować konfliktu z powodem i przede wszystkim realizując swoją politykę, jak najprecyzyjniejszego informowania odbiorców o wszystkich aspektach funkcjonowania (...). O tym fakcie poinformowano powoda pismem z dnia 18 sierpnia 2010 roku. Pozwana spółka podkreśliła, że powództwo podlega oddaleniu również z tej przyczyny, że informacje, które rzekomo miałyby wprowadzać w błąd, zostały w większości przez pozwanego zmienione, zaś w stosunku do pozostałych źródeł, które zawierają informacje kwestionowane przez powoda, są one w trakcie wprowadzania zmian.

Strona pozwana podniosła, iż żądanie złożenia oświadczenia jest bezzasadne, zaś rzeczywistym celem żądania oświadczenia jest naruszenie reputacji (...) i reklama powoda. Zdaniem pozwanego stanowi to nadużycie prawa jako sprzeczne z jego przeznaczeniem.

(odpowiedź na pozew, k. 247-276).

Sąd Okręgowy ustalił co następuje:

Strony są przedsiębiorcami prowadzącymi działalność gospodarczą polegającą na produkcji okien dachowych.

W ewidencji przedsiębiorców prowadzonej przez Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem (...)figuruje spółka (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w N.przy ul. (...)utworzona 11 stycznia 1991 roku.

(dowód: odpis aktualny z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 19 lipca 2010 roku, nr (...), k. 38-48).

Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego prowadzi pod numerem (...) rejestr spółki (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. przy ul. (...) utworzonej dnia 24 sierpnia 1990 roku.

(dowód: odpis z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 12 kwietnia 2010 roku, nr (...), k. 237-241).

(...) Sp. z o.o. w latach 90-tych ubiegłego wieku weszła na rynek polski.

(dowód: wywiad z R. F.w „(...)”, k. 413 v, broszura informacyjna (...), k. 379, (...)z 1.07.2005, „(...)planuje nowe inwestycje w Polsce”, k. 161).

W artykule opublikowanym w 2005 roku „(...) planuje nowe inwestycje w Polsce” zawarto zwrot „(...) jako pierwszy wynalazł okno do poddaszy (...)”. W broszurze informacyjnej (...) „Gdzie jest światło tam jest życie” z 2002 roku znalazła się informacja wstępna o firmie ze zwrotem „Dla V. K. R., konstruktora pierwszego na świecie okna do poddaszy i założyciela firmy (...)”.

(dowód: (...) z 1.07.2005, „(...) planuje nowe inwestycje w Polsce”, k. 160, broszura (...) „Gdzie jest światło tam jest życie” z 2002 roku , k. 379).

V. K. R. w 1942 roku opracował nowy rodzaj okna poprzez połączenie dwóch tradycyjnych rodzajów okien, staroświeckiego świetlika i okna wertykalnego przez co stworzył konstrukcję, która umożliwiła znacznie większy dostęp światła niż tradycyjne małe otwory o żelaznej ościeżnicy. Później dodał kanały odprowadzające wilgoć gromadzącą się na szybie i w końcu opatentował zawias obrotowy.

(dowód: Flemming Just Recenzja książki Per Boje pt. „V. K. R.: (...)” zamieszczona w kwartalniku Business History Review, k. 371 – 373 z tłumaczeniem k. 374 – 375).

V. K. R. uznawany jest za wynalazcę okna do poddaszy.

(dowód: wydruk strony internetowej (...), k. 384 z tłumaczeniem k. 385

R. F.w wywiadzie dla „(...) powiedział, że wymyślił okna dachowe jeszcze jako dziecko. „Kiedy do ich rodzinnego domu w T.przyjeżdżali goście, brakowało miejsca i chłopak musiał spać na strychu. Światło dochodziło przez przeszklone dachówki, ale pocił się, bo brakowało powietrza. Gdy jako student pojechał pierwszy raz na Zachód, stwierdził zdumiony, że oni już te wymyślone przez niego okna mają”.

(dowód: wydruk ze strony (...), Co piąte okno na świecie z(...), Wyskoczył przez okno, k. 376).

W roku 1894 w Wielkiej Brytanii zgłoszony został przez P. S.’a wynalazek dotyczący ulepszeń konstrukcji przesuwnych i obrotowych okien, skylightów i drzwi.

(dowód: Brytyjski patent nr (...), nr publikacji (...), k. 65-69; tłumaczenie przysięgłe na język polski, k.543-551).

W roku 1894 w Wielkiej Brytanii zgłoszony został przez A. S.’a oraz P. S. (1) wynalazek dotyczący ulepszeń konstrukcji skylightów.

(dowód: Brytyjski wynalazek nr (...), nr publikacji (...), k. 70-71; tłumaczenie przysięgłe na język polski, k. 552-563).

W roku 1922 w Stanach Zjednoczonych został zgłoszony przez C. W.’a wynalazek dotyczący wentylowanego okna dachowego.

(dowód: Amerykańskie zgłoszenie patentowe nr (...), nr publikacji (...), k. 72-74; tłumaczenie przysięgłe na język polski, k. 558-563).

W roku 1926 w Niemczech zostało zgłoszone przez firmę (...) rozwiązanie umożliwiające otwieranie i zamykanie okna dachowego.

(dowód: Niemieckie zgłoszenie patentowe nr (...), nr publikacji (...), k. 79-81; tłumaczenie przysięgłe na język polski, k. 565-568).

W roku 1926 w Niemczech zostało zgłoszone przez F. T.'a rozwiązanie umożliwiające samo zamykanie się okien dachowych.

(dowód: Niemiecka aplikacja nr (...), nr publikacji (...), k. 88-91; tłumaczenie przysięgłe na język polski, k.570-573).

W roku 1945 w Danii został zgłoszony przez V.K. R. wynalazek dotyczący okna dachowego obrotowego.

(dowód: Duńskie zgłoszenie patentowe nr (...), nr publikacji (...); k. 97-101; tłumaczenie przysięgłe na język polski, k. 575-591).

1946 roku w Danii został zgłoszony przez V.V. K. R. wynalazek dotyczący zawiasu do dachowych okien obrotowych.

(dowód: Duńskie zgłoszenie patentowe nr (...), nr publikacji (...), k. 143-145; tłumaczenie przysięgłe na język polski, k. 593-601)

W dniu 13 października 2008 roku został udzielony przez Prezesa firmy (...)R. F.K. N.z „(...)” wywiad, w którym odniósł się do wynalazku R.: „(...)też nie był pierwszy na rynku, gdy tworzył swój produkt. Też korzystał z innych rozwiązań, udoskonalał je i opatentował. My też, kiedy patent się skończył, udoskonaliliśmy zawias (...), tak by spełniał wymagania antywłamaniowe, i to rozwiązanie opatentowaliśmy. W ten sposób rozwija się technika. Przystudiowałem okna czterech innych producentów obecnych wtedy na rynku niemieckim i z każdego z nich wynikało to, na czym najbardziej zależało klientom i dekarzom. (...) Dobra rzeczą, którą miał (...), była konstrukcja zawiasu. A ponieważ patent wygasł, to rozwiązanie stało się własnością publiczną i skorzystaliśmy z niego”.

(dowód: Wywiad z Prezesem firmy (...)R. F. - rozmawiała K. N.,„GAZETA WYBORCZA”, dostępny na stronie (...)pod adresem:(...), wydruk, k. 413-416).

Na stronie internetowej (...) w rozdziale „Najważniejsze różnice między rodzajami okien dachowych” jest informacja, że okna obrotowe to podstawowy rodzaj okien dachowych, zapewniający przewietrzanie i doświetlenie pomieszczenia”

(dowód: wydruk ze strony internetowej (...), k. 381

W katalogu produktów (...)na rok 2010 „(...)” zawarta jest informacja następującej treści: „Założyciel (...)i konstruktor pierwszego na świecie okna do poddaszy – V. K. R., rozpoczął rewolucję w stylu życia – przemieniając ciemne i zaniedbane poddasza w przestrzeń mieszkalną pełną światła i świeżego powietrza. Od samego początku kluczem do sukcesu firmy była innowacyjność. Do dziś staramy się stale podnosić funkcjonalność naszych produktów i poprawiać ich wygląd, by spełniać przyszłe wymogi naszych klientów.”

(dowód: Katalog produktów (...) na rok 2010 (...) str.8 (k. 52-53, 308)

W katalogu i cenniku produktów firmy (...), w którym ceny obowiązywały od dnia 1 lutego 2010 roku, istnieje wzmianka o identycznej treści, jak w Katalogu produktów (...) na rok 2010(...).

(dowód: Katalog i cennik produktów firmy (...), k. 50-51, 309).

Na stronie internetowej dostępnej pod adresem: (...) (...) znajdowała się, zgodnie ze stanem na dzień 28 maja 2010 roku informacja następującej treści: „ Historia (...) rozpoczęła się w 1941 roku, kiedy V. K. R. skonstruował pierwsze okno do poddaszy, a 3 października 1942 zarejestrowana została nazwa (...)”.

(dowód: wydruk ze strony internetowej:(...), k.55).

Na stronie internetowej widniejącej pod adresem: (...) , znajdowała się, zgodnie ze stanem na dzień 29 czerwca 2010 roku, informacja o treści: „Okna do poddaszy – oryginalny wynalazek założyciela firmy V. K. R., zrewolucjonizowało nie tylko budownictwo, ale zmieniło również dotychczasowy styl życia”.

(dowód: wydruk ze strony internetowej pod adresem: (...), k.54).

(...) Sp. z o.o. ma większy udział w sprzedaży na rynku polskim.

(dowód: Wywiad z Prezesem firmy (...) R. F.- rozmawiała K. N. „GAZETA WYBORCZA”, dostępny na stronie (...) pod adresem: (...), k. 413-416).

Pismem datowanym 16 lipca 2010 roku spółka (...) Sp. z o.o. zwróciła się do spółki (...) Sp. z o.o. wezwała do zaniechania naruszeń poprzez zaprzestanie rozpowszechniania w materiałach handlowych na polskojęzycznych stronach internetowych (...) Sp. z o.o., usunięcia skutków niedozwolonych działań oraz złożenia stosownego oświadczenia.

(dowód: Wezwanie (...) Sp. z o.o. z dnia 16 lipca 2010 roku, k. 162-167).

W dniu 19 lipca 2010 roku (...) Sp. z o.o. otrzymała drogą e-mail'ową odpowiedź H. R. ze spółki (...), będącej spółką macierzystą (...) Sp. z o.o., z prośbą o przedłużenie terminu na ustosunkowanie się do twierdzeń i żądań wzywającego, co ze względu na okres wakacyjny było utrudnione.

(dowód: Odpowiedź na wezwanie H. R. ze spółki (...)z dnia 19 lipca 2010 roku, wraz z tłumaczeniem przysięgłym, k. 168-170).

Pismem z dnia 18 sierpnia 2010 roku (...) Sp. z o.o. poinformowała (...) Sp. z o.o. o podjętych działaniach odnośnie zmiany niektórych decyzji.

(dowód: Odpowiedź na wezwanie z dnia 18 sierpnia 2010 roku, wraz z tłumaczeniem przysięgłym języka angielskiego na język polski, k. 464-465).

Powód spółka (...) Sp. z o.o.w piśmie procesowym datowanym 29 września 2010 roku wskazał, iż zlecił wykonanie badań oraz sporządzenie opinii osobie posiadającej specjalistyczną wiedzę w dziedzinie psychologii reklamy i oddziaływań konsumenckich –Prof. dr hab. A. F.z Katedry Psychologii Marketingu Szkoły Wyższej (...)w W., autorowi m.in. publikacji pt. „Psychologia zachowań konsumenckich”(współautor). Opinię Prof. F.z dnia 15 września 2010 roku pt. „Znaczenie sformułowania odwołującego się do wynalazczości produktu w strategiach marketingowych («Założycielem firmy był konstruktor pierwszego na świecie okna do poddaszy. Jego wynalazek zrewolucjonizował nie tylko budownictwo, ale zmienił również dotychczasowy styl życia wielu osób»): Eksperymentalne badania nad wizerunkiem i pozycjonowaniem firm produkujących okna dachowe”, załączono do niniejszego pisma.

Załączona opinia zdaniem powoda rozwija i precyzuje, a także wyjaśnia opisane przez powoda twierdzenia dotyczące sposobu, w jaki stosowane są przez pozwanego nieprawdziwe informacje, wprowadzają lub mogą wprowadzać w błąd ich odbiorców, zwłaszcza nabywców okien dachowych.

Ponadto, powód podniósł, iż przedmiotowa opinia stanowi integralną część twierdzeń zawartych w pozwie, której zaś nie można było złożyć wraz z pozwem z uwagi na czas niezbędny na przygotowanie i przeprowadzenie badań eksperymentalnych.

(pismo procesowe powoda, k. 2-34).

W Katalogu i cenniku produktów (...), w którym ceny obowiązują od dnia 7 marca 2011 roku, znajduje się informacja o identycznej treści, jak w Katalogu i cenniku produktów firmy (...), w którym ceny obowiązywały od dnia 1 lutego 2010 roku

(dowód: Katalog i cennik produktów (...), k. 545).

Powyższy stan faktyczny Sąd ustalił w oparciu o powołane wyżej dowody. Sąd dał wiarę dowodom z dokumentów prywatnych dołączonych do pozwu, odpowiedzi na pozew oraz pozostałych pism procesowych, ponieważ są jasne i czytelne oraz nie budzą wątpliwości co do prawdziwości i zgodności z rzeczywistym stanem prawnym. Tym bardziej, że nie były kwestionowane przez żadną ze stron postępowania. Stanowią one dowód tego, iż osoby, które je podpisały złożyły oświadczenie zawarte w dokumencie (art. 245 k.p.c.).

Powyższy materiał dowodowy z uwagi na wzajemną spójność i logiczność uznano za wiarygodny.

Sąd postanowił oddalić wnioski powoda o dopuszczenie dowodu z przesłuchania świadka I. M., gdyż w ocenie Sądu przedstawione dokumenty stanowią wystarczający dowód w sprawie.

Sąd Okręgowy w Warszawie zważył co następuje:

Roszczenie powoda nie zasługuje na uwzględnienie.

Uznanie konkretnego czynu za akt nieuczciwej konkurencji wymaga ustalenia, na czym określone działanie polegało oraz zakwalifikowania go pod względem prawnym przez przypisanie mu cech konkretnego deliktu szczegółowo ujętego w ramach rozdziału 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tj. Dz. U. z 2003, Nr 153, poz. 1503 ze zm., dalej ustawa lub u.z.n.k.) lub deliktu w nim nieujętego, lecz odpowiadającego hipotezie art. 3 ust. 1 ustawy.

Powód zarzucił pozwanemu naruszenie art. 14 ust.1 u.z.n.k. oraz art. 43 k.c.

W pierwszej kolejności należy ocenić roszczenia powoda na płaszczyźnie art. 14 ust. 1 ustawy.

Przedmiotem ochrony w art. 14 u.z.n.k. jest czyn nieuczciwej konkurencji polegający na rozpowszechnianiu nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji. Interes przedsiębiorców chroniony jest przez art. 14 u.z.n.k. na kilku płaszczyznach. Przede wszystkim zapobiega on rozpowszechnianiu informacji oczerniających lub w inny sposób szkodzących podmiotom na rynku w celu ich dyskredytacji w oczach klientów. Po drugie, przed rozpowszechnianiem informacji nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd, o których mowa w art. 14 u.z.n.k., chronieni są klienci, którzy są końcowym adresatem wszelkich przekazów płynących od przedsiębiorców i których interes ekonomiczny mógłby zostać w ten sposób naruszony (tak E. Nowińska, M. du Vall, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Warszawa 2008, s. 169). Informacje będą miały na celu zazwyczaj zdyskredytowanie produktów innego przedsiębiorcy lub jego samego w oczach klientów.

Zakres podmiotowy omawianej normy obejmuje przedsiębiorców, którzy na danym rynku zajmują pozycję graczy oferujących swoje produkty niezależnie od tego, czy zachodzi pomiędzy nimi stosunek bezpośredniej konkurencji; oraz odbiorców, czyli szeroko rozumiani klienci.

Wiadomości, o których mowa w art. 14 u.z.n.k., to m.in. informacje o własnym przedsiębiorstwie oraz informacje o innym przedsiębiorstwie.

Dla spełnienia przesłanek czynu nieuczciwej konkurencji z art. 14 u.z.n.k. konieczne jest, aby przedmiotowe wiadomości zostały rozpowszechnione. Przez „rozpowszechnienie się” rozumie się nie tylko udostępnianie informacji publicznie do nieoznaczonej grupy odbiorców, ale także jakiegokolwiek przekazanie jej innym osobom, nawet jeśli jest to grupa zamknięta, składająca z indywidualnie oznaczonych osób ("rozpowszechnić" jest "czynić coś ogólnie znanym, wiadomym" tak Słownik poprawnej polszczyzny, red. A. Markowski, Warszawa 2010, s. 993) (por. M. Kępiński: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, red. J. Szwaja, 2006, s. 541).

Przenosząc powyższe uwagi na grunt niniejszej sprawy należy wskazać, że wiadomość, że założyciel firmy (...).V. K. R. był pierwszym na świecie konstruktorem lub wynalazcą okna do poddaszy, jak również okno do poddaszy

jest wynalazkiem firmy (...) została rozpowszechniona w katalogach firmy (...), broszurach informacyjnych o firmie i stronach internetowych branżowych. W ocenie Sądu nie jest istotne czy informacja została przeczytana. Ochronie podlegają czyny skierowane na rozpowszechnianie wiadomości, stwarzające potencjalną możliwość zapoznania się z informacją przez odbiorców.

Czyn nieuczciwej konkurencji opisany w art. 14 u.z.n.k. polega na rozpowszechnianiu wiadomości nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd. Informacje nieprawdziwe to takie, które są sprzeczne z rzeczywistością, natomiast informacje wprowadzające w błąd to takie, które powodują rozbieżność w wyobrażeniach ich odbiorcy co do rzeczywistości. O wiadomości wprowadzającej w błąd na gruncie omawianego przepisu może być mowa wówczas, gdy jej treść nie odnosi się wprost do rzeczywistości, a jedynie w jakiś sposób sugeruje klientowi wyobrażenie o niej, wpływa na postrzeganie przez klienta rzeczywistych cech produktu. Jak słusznie zauważa M. Kępiński, w błąd wprowadza taka wiadomość, która zawiera informacje dwuznaczne, nie zawiera pewnych informacji koniecznych do zbudowania przez odbiorcę prawidłowego obrazu rzeczywistości (M. Kępiński (w:) Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, red. J. Szwaja, 2006, s. 538).

Sąd Okręgowy uznaje, że kwestionowana informacja nie jest ani wiadomością nieprawdziwą ani wprowadzającą w błąd.

Powód przedstawił patenty dotyczące wynalazków w szeroko rozumianej dziedzinie okien do poddaszy, a obejmujące: przesuwne i obrotowe okna, skylighty, drzwi, wentylowane okna dachowe, okna dachowe (k. 542 – 573). Zgłoszenie duńskie patentowe nr (...)z 1945 r. zgłoszone przez V. K. R. dotyczyło okna dachowego obrotowego (k. 575 – 591).

Nie we wszystkich przytaczanych przez powoda patentach znajduje się słowo „dachowe”. Powód przytacza swoje rozumienie okna dachowego jako otworu w dachu i stosuje te określenie zamiennie z oknem do poddaszy. W kwestionowanych materiałach (...) Sp. z o.o. nie używa się słowa „okno dachowe” tylko okno do poddaszy. Okno obrotowe, którego twórcą jest V. K. R. stało się podstawowym oknem do poddaszy. Elementy zastosowane w jego rozwiązaniu zrodziły nową jakość w tej dziedzinie okien i dzisiejsze rozumienie okna do poddaszy datuje się od czasów V. K. R.. W swoich wywiadach R. F. podkreślał, że chciał wymyślić okno w dachu, ale nie jako przeszklone dachówki, dziurę w dachu, tylko ustawione po skosie, nieprzeciekające, gdzie w pomieszczeniu nie będzie brakowało powietrza (k. 366, 376) i takie okno już było na Zachodzie.

Zdaniem Sądu rozpoznającego sprawę takie okno, którego cechy wymieniał właściciel (...) Sp. z o.o., stanowi powszechny odbiór określenia „okno do poddaszy” datujący się od czasów V. K. R.. Należy podkreślić, że elementy rozwiązania V. K. R. przyjęło (...) Sp. z o.o., nie ujawniając jakie elementy rozwiązań stosowanych przez inne firmy, ani jakie rozwiązania sprzed czasów wynalazku V. K. R., znalazły się w produktach spółki powodowej. Jedynym punktem odniesienia wybrzmiewającym w wywiadach jest (...) Sp. z o.o., co przemawia za wnioskiem, że rozwiązania tej spółki miały decydujące znaczenia dla nowoczesnych okien do poddaszy. Twórcą tych wynalazków był V. K. R..

W materiałach informacyjnych (...) Sp. z o.o. opublikowanych na stronie internetowej, okna dachowe spółka dzieli na kilka rodzajów, z których podstawowy to okna obrotowe. Przyjmując odmienny pogląd, mianowicie, że V. K. R. nie był wynalazcą okna do poddaszy we współczesnym rozumieniu, a tylko okna obrotowego będącego jednym z rodzajów okna do poddaszy, wówczas informacja w materiałach (...) Sp. z o.o. nie zawiera informacji o „podstawowym rodzaju okna do poddaszy” i można by ją uznać za informację niepełną. Taka informacja może stanowić naruszenie art. 14 u.z.n.k., ale pod warunkiem, że miała wywierać skutek opisany tym przepisem „w celu przysporzenia sobie korzyści lub wyrządzenia szkody”.

Sąd Okręgowy nie uznaje za słuszne przypisanie winy (...) Sp. z o.o. w rozpowszechnianiu wiadomości niepełnej, bowiem w dziedzinie okien dachowych V. K. R. jest powszechnie uważany za wynalazcę (recenzja książki sporządzona w 2004 roku, raport H. R. z 2000 r.). Spółka (...) posługuje się tym przekazem od roku 2002, a mimo to udział w rynku zaczęła zdobywać stopniowo (...) Sp. z o.o.

O wiadomości wprowadzającej w błąd na gruncie omawianego przepisu może być mowa wówczas, gdy jej treść nie odnosi się wprost do rzeczywistości, a jedynie w jakiś sposób sugeruje klientowi wyobrażenie o niej, wpływa na postrzeganie przez klienta rzeczywistych cech produktu. Informacje w katalogach odwołują się do zapoczątkowania ery nowoczesnych okien dachowych przeznaczonych do pomieszczeń mieszkalnych wywodzących się z okien obrotowych i nie mogą być uznane za wprowadzające w błąd.

Istotne znaczenie praktyczne ma odróżnienie informacji handlowej od reklamy. Na gruncie art. 14 u.z.n.k. oba rodzaje przekazów mieszczą się bowiem w pojęciu wiadomości, jednak niektóre z nich mogą być w konkretnych przypadkach klasyfikowane także jako reklama, stanowiąca czyn nieuczciwej konkurencji opisany w art. 16 u.z.n.k. Wyniki badań sporządzone przez prof. dr hab. A. F. nie zostały uwzględnione w ocenie merytorycznej, bowiem ich znaczenie byłoby istotne pod warunkiem popełnienia przez pozwanego czynu nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy.

Powód zarzucał pozwanemu działanie naruszające dobra osobiste w postaci renomy w oparciu o art. 43 k.c.

Istotą ochrony dóbr osobistych jest bowiem ochrona dóbr o charakterze niematerialnych immanentnie związanych z podmiotami praw osobistych. Renoma osoby prawnej stanowi na gruncie art. 43 w zw. z art. 23 k.c. odpowiednik reputacji (dobrego imienia) osoby fizycznej. Tak rozumiana renoma nie jest dobrem własności intelektualnej, które może zostać oddzielone od podmiotu prawa i poddane obrotowi, lecz jest cechą tego podmiotu.

Istota czynów, których popełnienie zarzuca pozwanemu strona powodowa nie leży jednak w jakimkolwiek pomniejszaniu renomy powoda czy też naruszania jego dobrego imienia. Nie można przyjąć, że korzystanie z renomy bycia wynalazcą, jest automatycznie naruszeniem dobra osobistego innego producenta, który obiektywnie rzecz ujmując nie jest wynalazcą tego produktu.

Dokonując oceny zasadności zarzutu przedawnienia Sąd Okręgowy zważył, że ustawodawca w art. 20 u.z.n.k. oraz art. 442 k.c. zastosował ten sam zapis legislacyjny. Po pierwsze, bieg przedawnienia rozpoczyna się od dnia, w którym uprawniony/poszkodowany dowiedział się o naruszeniu swego prawa/czynie nieuczciwej konkurencji i o osobie, która naruszyła prawo ochronne na znak towarowy/za niego odpowiedzialnej. Po drugie, bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie co do każdego naruszenia.

Obowiązująca regulacja nie pozostawia wątpliwości, że powtórzono w niej zasadniczo istotę rozwiązania, jakie w polskim prawie cywilnym stosuje się w odniesieniu do deliktów (dawny art. 442 k.c., aktualnie art. 442¹ k.c., zwł. § 1 - por. A. Nowicka, (w) A. Nowicka, M. Poźniak-Niedzielska, U. Promińska, H. Żakowska – Henzler, Prawo własności przemysłowej, Warszawa 2005). Rozwiązanie to charakteryzuje się użyciem dwóch terminów, jednego a tempore scientiae, a drugiego a tempore facti. W przypadku, gdy uprawniony wie o delikcie oraz zna osobę, która ponosi za niego odpowiedzialność, rozpoczyna bieg pierwszy z tych terminów. Termin przedawnienia zaczyna więc biec z momentem łącznego spełnienia obydwu przesłanek i biegnie osobno dla każdego naruszenia.

Pod pojęciem „każdego naruszenia” należy rozumieć rodzajowo odrębne akty naruszeń. Możemy mieć do czynienia z jednym naruszeniem, a nie z wielością naruszeń w sensie czasowym. To zaś sprawia, że naruszenie należy utożsamiać z wkroczeniem w sferę praw uprawnionego. Przyjęcie za początek biegu przedawnienia daty wkroczenia przez osobę nie mającą zgody uprawnionego w sferę jego prawa pozwala na stworzenie spójnej, odpowiadającej istocie przedawnienia roszczeń konstrukcji. Daje pozwanemu gwarancje, że po upływie określonego prawem czasu jego działania nie będą przedmiotem zarzutów, uniemożliwiając mu w praktyce dowodzenie jego racji.

Dla przedawnienia roszczeń wynikających z naruszenia praw do znaków towarowych nie ma obecnie znaczenia, kiedy nastąpiło wezwanie do zaniechania naruszenia lub też spełnienia innego rodzaju żądań uprawnionego z rejestracji. Bieg przedawnienia rozpoczyna więc bieg mimo braku jakiegokolwiek aktywności po stronie uprawnionego. Wystarczające jest, że uprawniony dowie się o naruszeniu i podmiocie, który narusza jego prawo. W niniejszej sprawie materiały informacyjne o V. K. pojawiły się w 2002 roku i nie sposób przyjąć, aby (...) Sp. z o.o. jako śledzący poczynania

konkurenta nie miał wiedzy o ich rozpowszechnieniu. Termin przedawnienia roszczeń powoda rozpoczął bieg w 2002 roku i w dacie wytoczenia powództwa roszczenia powoda były przedawnione.

Nie zasługiwało na uwzględnienie powództwo pozwanego o złożenie oświadczenia zgodne z art. 22 u.z.n.k. „ W razie wniesienia oczywiście bezzasadnego powództwa z tytułu nieuczciwej konkurencji, sąd, na wniosek pozwanego, może nakazać powodowi złożenie jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie”.

Pojęcie oczywistej bezzasadności wskazuje na jej kwalifikowany charakter. Oczywiście bezzasadne jest powództwo, które prima facie podlega oddaleniu, tj. wykazane podstawy powództwa już przy pierwszej ich ocenie wskazują na brak możliwości ich uwzględnienia. Chodzi zwłaszcza o sytuacje, w których sąd orzekający może już na wstępie stwierdzić, iż przywołane podstawy powództwa nie miały miejsca albo nie wpływają na sytuację prawną strony, która je powołuje. Ocena taka powinna nasuwać się sama prima facie bez konieczności szczególnego badania sprawy czy też przeprowadzania postępowania dowodowego.

Rozstrzygnięcie o kosztach procesu wydano na podstawie art. 98 k.p.c. Opłatę ostateczną Sąd określił stosownie do art. 15 ust. 3 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (tj. Dz. U. z 2010r., Nr 90, poz. 594).

SSO Jolanta de Heij – Kaplińska