

Sygn. akt I ACa 102/13

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 25 kwietnia 2013 r.

Sąd Apelacyjny w Białymstoku I Wydział Cywilny

w składzie:

Przewodniczący	:	SSA Elżbieta Bieńkowska
Sędziowie	:	SA Elżbieta Borowska SA Magdalena Pankowicz (spr.)
Protokolant	:	Sylwia Radek - Łuksza

po rozpoznaniu w dniu 25 kwietnia 2013 r. w Białymstoku

na rozprawie

sprawy z powództwa **Przedsiębiorstwa Handlowego (...) Spółki jawnej J. M. K., A. M. K. w B.**

przeciwko **E. U.**

o ochronę dóbr osobistych

na skutek apelacji powoda

od wyroku Sądu Okręgowego w Olsztynie

z dnia 19 grudnia 2012 r. sygn. akt I C 749/11

I. zmienia zaskarżony wyrok w ten sposób, że:

1. **nakazuje pozwanej, aby usunęła ze strony internetowej [http://www.\(...\)](http://www.(...))**

- z 24 maja 2010 r. „akwizytor ma ogromną przewagę nad nami ponieważ on dobrze wie że sprzedaje gówno a kupujący dopiero się o tym przekona”;

- z 19 grudnia 2009 r. „cała tandeta na masowy rynek jest produkowana w chinach to wie każde dziecko ale powinno to mieć odbicie w cenie urządzenia więc jakim cudem (...) z chin nie kosztuje 500 zł tylko 5000 ?”;

- z 21 grudnia 2009 r. „panowie od (...)sztukę manipulacji mają opanowaną do perfekcji i starają się nas uświadomić że wszystko jest produkowane w chinach a zakłady w japoni, niemczech, USA, UK, francji itd stoją bezużyteczne jako dowód podają nam metki z tesco lub reala gdzie faktycznie prawie wszystko jest z chin jeśli (...) jest chiński to jego miejsce jest w markecie z ceną adekwatną do miejsca produkcji, obecnie (...) ma cenę jak by co najmniej wyprodukowano go w

japoni i miał żywotność typową dla japońskiej elektroniki niestety jak opisują byli akwizytorzy (...) jakość jest typowo chińska czyli bardzo niska i typowa dla produktów sprzedawanych w systemie "domokrężnym"™;

2. zakazuje pozwanej publikowania treści równoważnej do powyższej;

3. oddala powództwo w pozostałej części;

4. zasądza od pozwanej na rzecz powódki 200 zł tytułem zwrotu kosztów procesu;

II. oddala apelację w pozostałej części;

III. zasądza od pozwanej na rzecz powódki 200 zł tytułem zwrotu kosztów procesu za instancję odwoławczą.

UZASADNIENIE

Przedsiębiorstwo Handlowe (...) Spółka jawna J. M. K., A. M. K. w B., w powództwie o ochronę dóbr osobistych, wytoczonym przeciwko E. U., wniosło o nakazanie pozwanej usunięcia ze strony internetowej (...) i zakazania publikacji w przyszłości następujących treści:

1. Moim skromnym zdaniem spokojnie można udowodnić że łańcuszek pokarmowy: panowie K. i K. - dystrybutor regionalny - domokrążca świadomie oszukiwali potencjalnych klientów i zatajali informacje w celu osiągnięcia korzyści majątkowej co chyba jest w naszym kraju karalne. Byli domokrążcy mogą zeznać jak wyglądało szkolenie, jak uczono ich manipulacji itp. Chodzi o to by nie zostało tak że to tylko wina akwizytora a ogólnie znany i lubiany przez nas duet K & K umyje od tego rączki twierdząc że nic o takich praktykach przy sprzedaży nie wiedział. Jeśli udowodnimy że celowo oszukiwano nabywców to co ma za znaczenie czy to kupiła osoba prywatna czy firma. (post z 22 października 2011 r.),

2. Wiecie co jest najlepsze w tym całym cyrku ? pan (...) cały czas marudził o nieuczciwej konkurencji a to zwykli ludzie zrobieni przez firmę pana (...) w balona. A teraz jak by na zawołanie ma prawdziwą konkurencję którą sam stworzył Czekaj go walka na śmierć i życie z byłymi współnikami. Niezbadane są wyroki B.. (post z 17 marca 2010 r.),

3. akwizytor ma ogromną przewagę nad nami ponieważ on dobrze wie że sprzedaje gówna a kupujący dopiero się o tym przekona (post z 24 maja 2010 r.),

4. Uwaga wszyscy naciągnięci przez domokrążców P.. Zgodnie z prawem, przedsiębiorca odpowiada również za działania pośredników. Jego reprezentant jest jedyną osobą, z którą klient ma kontakt podczas pokazu. To on udziela konsumentowi wszelkich informacji dotyczących nabywanego towaru, a także warunków samej transakcji. Tak więc duet K&K nie może zwalić wszystkiego na swych domokrążców. (post z 15 listopada 2011 r.),

5. w pseudo handlu panie M. chyba też panuje wolna amerykanka ? głos (...) się nie popisał w tym wypadku, jak nie wiadomo o chodzi to chodzi o ... (post z 10 czerwca 2009 r.),

6. cała tandeta na masowy rynek jest produkowana w chinach to wie każde dziecko ale powinno to mieć odbicie w cenie urzędnika więc jakim cudem(...) z chin nie kosztuje 500 zł tylko 5000 ? (post z 19 grudnia 2009 r.),

7. to zwykły akwizytor (...) z kompleksem małego, poszczeka, podkuli ogon i zniknie, niegroźny przypadek (post z 22 grudnia 2009 r.),

8. panowie od (...) sztukę manipulacji mają opanowaną do perfekcji i starają się nas uświadomić że wszystko jest produkowane w chinach a zakłady w japoni, niemczech, USA, UK, francji itd stoją bezużyteczne jako dowód podają nam metki z t. lub r. gdzie faktycznie prawie wszystko jest z chin jeśli (...) jest chiński to jego miejsce jest w markecie z ceną adekwatną do miejsca produkcji, obecnie(...) ma cenę jak by co najmniej wyprodukowano go w japoni i miał

żywołność typową dla japońskiej elektroniki niestety jak opisują byli akwizytorzy (...) jakość jest typowo chińska czyli bardzo niska i typowa dla produktów sprzedawanych w systemie "domokrążnym" (post z 21 grudnia 2009 r.),

9. forum nigdy nie było pozycjonowane i nie będzie, nie mam żadnego interesu w tym by to forum było kojarzone tylko z (...) i (...) kto chce znaleźć to znajdzie (post z 13 grudnia 2009 r.),

10. pan K. musi mieć potężne znajomości w funduszach strukturalnych załatwia dofinansowania od ręki (post z 1 grudnia 2009 r.),

11. To prosimy pana M. K. (3) o zabranie głosu na naszym forum. Na pewno rozwieje wszystkie nasze wątpliwości. Mam nadzieje że nie będzie się chwalił ile to on nie zarabia jak jego marnej jakości pracownik tylko wyjaśni drobne niejasności związane z sposobem dystrybucji P.. Może się okaże że (...) i pan K. nie oszukuje tylko akwizytorzy w stylu ładnego pana z naszego forum kantują a firma nic o tym nie wie ? Dodam że pan K. nigdy się ze mną nie kontaktował. Pisał ze to jakiś prawnik od (...) żądający natychmiastowego zamknięcia tematu o (...). (post z 28 listopada 2009 r.),

12. Przekręcasz problem. Nam chodzi o oszustwa akwizytorów. Gdzie jest unijne dofinansowanie ? Gdzie są certyfikaty ? Gdzie jest urządzenie medyczne ? Jeśli ten odkurzacz miał by to wszystko o czym zapewniają akwizytorzy to myślę że nie było by takiego problemu. Kwestia jakości odkurzacza to już poboczny wątek. Oczywiście cena za odkurzacz powinna być inna jak za prawdziwe urządzenie medyczne. Argument że (...) jest droższy to chyba nieporozumienie. Ten mat dotyczy (...). Jeśli ktoś założy temat odkurzacza (...) to myślę że ton wypowiedzi będzie podobny. Nie wiem jakie przekrety stosują akwizytorzy (...). Jeśli gadają ze to urządzenie medyczne i ma certyfikaty to są takimi samymi oszustami jak ci od (...). No chyba że mają prawdziwe certyfikaty. (post z 25 października 2009 r.),

13. Do nabywców i potencjalnych nabywców (...). Sprzedawcy odkurzaczy nie oszukują 111 Mam złą wiadomość. Sąd uznał że oszukiwanie klientów przez akwizytorów tekstem o unijnych dotacjach jest legalne. Zdaniem sądu "Obiecywanie fikcyjnych dotacji mieści się w definicji marketingu" "Należy tu wskazać na granice przyjętych i akceptowalnych w obecnej rzeczywistości działań marketingowych, które dopuszczają stosowanie metod graniczących z podstępem" - napisał w uzasadnieniu.

No cóż jak widać marketing polega na mówieniu nieprawdy w tym wypadku. A czy mówienie nieprawdy nie jest czasami oszustwem? Tego sąd chyba nie określił. Może jak mnie panowie od (...) podadzą do sądu to będzie okazja nagłośnić marketingowe sposoby na klienta akwizytorów (...). Nie mogę się doczekać. (post z 17 października 2009 r.),

14. W. J., dla panów od (...) twoje zachowanie to nie jest dobry wzór do powielania, jak ktoś wcześniej napisał każdy zarabia jak może, jeden uczciwie, drugi trochę mniej. Ten drugi zarabia zwykle znacznie więcej. Na tym polega cwaniactwo. Nie sprzedawaj bliźniemu swemu tego czego sam byś nie chciał by tobie sprzedano. Amen (post z 14 października 2009 r.),

15. Doskonale panie K., potwierdza pan dwie tezy: 1 - że akwizytorzy (...) to oszuści z premedytacją. Jeśli ustnie zapewniają o czymś co nie jest prawdą to są oszustami i tyle. Wykorzystują motyw zdrowia który u starszych osób jest na pierwszym miejscu przez co doprowadzają do niekorzystnego rozporządzenia mieniem. Hieny i tyle. 2 - że to są zwykli akwizytorzy a nie przedstawiciele handlowi. (post z 5 października 2009 r.),

16. Nic nie mam do prawdziwych przedstawicieli handlowych, którzy przestrzegają etyki i nie są oszustami. (post z 6 października 2009 r.).

Powód domagał się również zakazania publikacji treści równoważnej do powyższej oraz usunięcia skutków naruszenia jego dóbr osobistych poprzez zamieszczenie na stronie internetowej (...), na okres jednego roku, oraz jednorazową publikację w ogólnopolskiej Gazecie (...) stosownego oświadczenia.

W ocenie powoda posty, które znalazły się na stronie internetowej administrowanej przez pozwaną naruszają jego dobre imię (renomę), bowiem zarzucają przedsiębiorstwu działania oszukańcze i podstępnie prowadzące do sprzedaży urządzeń o cechach i jakości nie odpowiadającej zapewnieniom sprzedawcy.

Pozwana wniosła o oddalenie powództwa.

Wyrokiem z 19 grudnia 2012 r. Sąd Okręgowy w Olsztynie oddalił powództwo.

Okolicznościami bezspornymi w sprawie było zamieszczenie przez pozwaną, na forum internetowym, wypowiedzi o treści wskazanej w pozwie oraz to, że wypowiedzi dotyczą sprzedaży urządzeń (...), dystrybuowanych przez powodową spółkę.

Analizując treść i kontekst postów, Sąd uznał je za wypowiedzi o charakterze ocennym (opiniującym), nie zaś opisowym (odwołującym się do konkretnych faktów). Stwierdził następnie, że wyrażone przez pozwaną negatywne opinie nie nosiły cech bezprawności, a przynajmniej nie była to bezprawność tego rodzaju, że uzasadniała zastosowanie cywilnoprawnych środków ochrony dóbr osobistych, bowiem wypowiedzi pozwanej stanowiły komentarz do określonych sytuacji. Mimo, że posłużono się w nich sformułowaniami niekiedy bardziej ostrymi, w ocenie Sądu, nie wykraczało to poza powszechnie aprobowaną konwencję dyskusji, czy komentarzy na forum internetowym.

Odnosząc się do poszczególnych sformułowań Sąd skupił się w pierwszej kolejności na zarzucie „oszustwa”, którym posługiwano się w działaniach marketingowych i przy sprzedaży sprzętu oferowanego przez powoda. W tym zakresie bazował na potocznym rozumieniu tego słowa (odbiegającym od ustawowych znamion czynu zabronionego stypizowanego w art. 286 k.k.) i uznał, że posłużenie się nim przez pozwaną nie było w okolicznościach sprawy nieuzasadnione. Sąd wskazał przede wszystkim na decyzję UOKiK obrazującą stosowanie przez powoda szeregu niedozwolonych praktyk naruszających zbiorowe prawa konsumentów, polegających na zaniechaniu podawania przy zawieraniu umów rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji co do ceny, prawa odstąpienia od umowy, a także na decyzję o zastosowaniu wobec powoda kary pieniężnej za zwłokę w wykonaniu tej decyzji, mogącą wywoływać uzasadnione przeświadczenie o uporczywym i świadomym nieprawidłowym działaniu dystrybutora. Potwierdzeniem niedozwolonych praktyk w zakresie zawierania umowy i informowania o możliwości odstąpienia był również przykład opisany w sprawozdaniu Powiatowego Rzecznika Konsumentów. Zdaniem Sądu wypowiedzi pozwanej stanowiły jedynie zobrazowanie (za pomocą ubarwionych sformułowań, typu „cyrk”) negatywnej oceny praktyk stosowanych przez akwizytorów lub dystrybutorów towaru.

Sąd zważył też, że część wypowiedzi odnosi się wyłącznie do jakości towaru („wie że sprzedaje gówno”, „cała tandeta (...) z C.”, „jakość typowo chińska, czyli bardzo niska”), a w szczególności w kontekście jej relacji do ceny produktu, nie zaś w kontekście jego cech technicznych i użytkowych. Tym samym nie stanowią one niedopuszczalnego naruszenia dobrego imienia (renomy) przedsiębiorstwa powoda. Odnośnie kwestionowania przez pozwaną certyfikowanych właściwości leczniczych urządzenia, jej wypowiedzi nie przekroczyły, zdaniem Sądu, granic dozwolonej krytyki. Jak bowiem wynika ze strony internetowej „P..pl – system przeciwalergiczny”, marka (...) jest kojarzona i reklamowana jako system służący m.in. walce z chorobami alergicznymi, czy co najmniej z szeroko pojętą profilaktyką tych chorób. Zachwalana jest również jako „sposób na gronkowca”, który jest szczególnie skuteczny w przypadkach zachorowań noworodków. W sytuacji, gdy urządzenie dystrybuowane przez powoda takich właściwości nie posiada, powyższe informacje, a także sama nazwa urządzenia (z częścią (...)) i posługiwanie się (informowanie) stosownymi certyfikatami mogą wywoływać u potencjalnego nabywcy błędne przeświadczenie, że przedmiotem sprzedaży jest urządzenie o funkcjach leczniczych.

Część wypowiedzi zawierała natomiast treści irrelevantne z punktu widzenia ochrony dóbr osobistych. Przykładem jest zawarte w poście z 15 listopada 2011 r. swoiste pouczenie (radę) dotyczące kwestii odpowiedzialności dostawcy bądź eksportera (dystrybutora) towaru za ewentualne uchybienia w zakresie właściwego informowania konsumentów o cechach nabywanego towaru oraz o postanowieniach umowy sprzedaży.

Wskazując na powyższe oraz na specyficzny – ostrzejszy charakter retoryki na forum internetowym, Sąd uznał, że treści zawarte w postach nie uzasadniają udzielenia powodowi ochrony prawnej i dlatego oddalił powództwo w całości.

Powód zaskarżył ten wyrok w całości, zarzucając:

1. naruszenie art. 233 k.p.c. poprzez przyjęcie, że zwroty pozwanej: „...panowie K. i K. – dystrybutor regionalny – domokrażcza świadomie oszukiwali potencjalnych klientów...”; „...zwykli ludzie zrobieni przez firmę pana (...)w balona”; „Uwaga wszyscy naciągnięci przez domokrażców P...”; itp. nie mają charakteru pomawiającego oraz nie skutkują naruszeniem dóbr osobistych powoda, a także stanowią dopuszczalną formę krytyki,
2. naruszenie art. 233 k.p.c. poprzez uznanie, że wypowiedziom pozwanej, pomimo że mają charakter szkalujący i rozpowszechniają nieprawdziwe informacje, można przypisać cechę wyłącznie opinii i krytyki,
3. naruszenie art. 233 k.p.c. poprzez przyjęcie, że decyzje UOKiK oraz sprawozdanie Powiatowego Rzecznika Konsumentów opisujące jednostkowe przypadki dają prawo do uznania, że działania pozwanej polegające na rozpowszechnianiu treści obraźliwych w stosunku do powoda, nie mają cech bezprawności, a nadto przyjęcie, że dopuszczalne i zgodne z zasadami współżycia społecznego są twierdzenia, że powód, wspólnicy powodowej spółki oraz jej pracownicy to np. akwizytorzy-oszuści, pomimo, że stwierdzone w ww. decyzjach i sprawozdaniu uchybienia zostały przez powoda wyeliminowane,
4. naruszenie art. 233 k.p.c. poprzez uznanie za wiarygodny i kompletny materiał dowodowy – zbioru anonimowych wpisów internetowych, przedstawionego przez pozwaną,
5. naruszenie art. 23 i 24 § 1 w zw. z art. 43 k.c. poprzez błędną wykładnię i przyjęcie, że renoma przedsiębiorstwa powoda nie została naruszona przez pozwaną pomimo, że w stosunku do powoda, wspólników powodowej spółki oraz przedstawicieli handlowych kierowane były zarzuty „oszustw”, „manipulacji”, „cwaniactwa”, „kłamstw”, „załatwiania dofinansowania od ręki”, „robienia ludzi w balona”, sprzedaży „gówna przez domokrażców”, itp.,
6. naruszenie art. 23 i art. 24 § 1 w zw. z art. 43 k.c. poprzez niedokonanie sprawdzenia wypowiedzi o faktach i zdarzeniach dotyczących postępowania powoda, z uwzględnieniem kryterium prawdy i fałszu,
7. naruszenie art. 23 i 24 § 1 w zw. z art. 43 k.c. poprzez uznanie, że szkalujące opinie na temat powoda, pomimo nie zachowania odpowiedniej formy wypowiedzi, nie powodują naruszenia jego dóbr osobistych, a także nie ustalenie jakim rzeczywistym motywem kierowała się pozwana rozpowszechniając treści wskazane w pozwie.

Mając na uwadze powyższe powód wniósł o zmianę zaskarżonego wyroku i orzeczenie zgodnie z żądaniem zawartym w pozwie; ewentualnie o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja była częściowo zasadna.

Rozstrzygnięcie sporu w niniejszej sprawie polega na wywarzeniu i usunięciu kolizji pomiędzy dwoma prawami – prawem do wolności wypowiedzi (w tym do wypowiedzi na łamach forum internetowego), obejmującym m.in. swobodę wyrażania opinii, a prawem do ochrony dóbr osobistych przysługujących również osobie prawnej, na które składa się przede wszystkim renoma prowadzonego przez ten podmiot przedsiębiorstwa. Oba prawa podlegają ochronie i żadne z nich, pojmowane abstrakcyjnie, nie ma charakteru nadrzędnego wobec drugiego, ani też charakteru absolutnego. Harmonijne współwystępowanie praw wymaga określenia ich granic, stosownie do zasady, że granicą praw i wolności danego podmiotu są prawa i wolności drugiego. Granica wolności słowa jest przekroczona w sytuacji, gdy skutkuje naruszeniem dóbr osobistych. Ocena, czy miało to miejsce w konkretnym przypadku, zależy od jego okoliczności.

W niniejszej sprawie mamy do czynienia z wypowiedziami na internetowym portalu dyskusyjnym, które generalnie rzecz ujmując można podzielić na wypowiedzi dotyczące jakości produktu dystrybuowanego przez powodową spółkę oraz metod marketingowych i handlowych stosowanych przez nią i przez jej przedstawicieli przy zawieraniu umów na zakup wielofunkcyjnego odkurzacza (...).

Wbrew przekonaniu wyrażonemu w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku wypowiedzi pozwanej nie mają charakteru wyłącznie ocennego, ale również opisowy. Wypowiedzi o charakterze opisowym odwołują się do sfery faktów i przez to podlegają weryfikacji według kryterium prawda – fałsz. Opisowością cechują się przede wszystkim te posty, w których pozwana zarzuca dystrybutorowi oszukańcze praktyki reklamy i sprzedaży urządzenia, nie posiadającego funkcji, o których klienci są informowani (post z 22 października 2011 r., z 17 marca 2010 r., z 24 maja 2010 r., z 15 listopada 2011 r., z 21 grudnia 2009 r., czy z 25 października 2009 r.).

W zakresie wypowiedzi wartościujących (ocennych) spór polega na wyznaczeniu granicy tzw. rzeczowej krytyki. Granice wolności słowa zakreślone są szeroko, gdy krytyka dokonywana jest w celu ochrony społecznie uzasadnionego interesu (np. krytyka w celu ochrony praw konsumentów). Krytyka jest działaniem społecznie pożytecznym i pożądanym, lecz nawet jeżeli została podjęta w interesie społecznym, musi nosić cechy rzetelności, rzeczowości i konstruktywności, tj. musi być nakierowana na zapobieżenie pewnym nieprawidłowościom, czy zjawiskom patologicznym, nie zaś zmierzać wyłącznie do pognębienia przeciwnika. W niniejszej sprawie trzeba też mieć na względzie wyjątkowy charakter krytyki związany ze specyfiką funkcjonowania portali dyskusyjnych w internecie i sposobem wyrażania opinii na tym forum. Forma i treść wypowiedzi publikowanych na otwartych internetowych portalach dyskusyjnych odbiega od przyjętych w innych środkach publicznego przekazu. Dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że wypowiedzi publikowane w internecie są z reguły anonimowe i wpisywane „na gorąco”, w czasie dyskusji na tematy budzące aktualnie duże zainteresowanie danej grupy społecznej, co nie sprzyja ich wyważaniu. Charakteryzują się one na ogół ostrzejszym językiem i niejednokrotnie są przejawiskawione. Nie oznacza to jednak aprobaty dla wypowiedzi dalece wykraczających poza ramy powszechnie akceptowanego poziomu dyskursu, tj. dla wypowiedzi zwyczajnie niecenzuralnych, wulgarnych i obraźliwych.

Przechodząc do meritum należy najpierw odnieść się do wypowiedzi dotyczących jakości produktu oferowanego do sprzedaży przez powoda (ppkt 3, 6, 8). Treści formułowane przez powódkę (mające charakter mieszany – opisowy w zakresie, w jakim wskazują na małą „żywołność sprzętu” i wartościujący – w zakresie ogólnej oceny jakości urządzenia bez powołania się na poszczególne wady techniczne i użytkowe) są jednoznacznie negatywne i ogólnie rzecz biorąc sprowadzają się do określenia dystrybuowanego przez powoda produktu jako „tandety” i „chińszczyzny”, co w powszechnej świadomości konsumentów funkcjonuje jako produkt wytwarzany masowo i po niskich kosztach, co wiąże się przede wszystkim z niską jakością materiałów i wykonania i przekłada się na sposób oraz na czas bezawaryjnego funkcjonowania.

Ustosunkowując się do tych wypowiedzi należało w pierwszej kolejności zauważyć, że pozwana nie wyraża swojej opinii z pozycji konsumenta, który wypróbował towar i stwierdził jego bardzo niską jakość. Komentarze pozwanej (dotyczące tego i innych wątków) są formułowane w ramach prowadzonej przez nią działalności gospodarczej, polegającej m.in. na zarządzaniu stronami internetowymi (por. zaświadczenie z Ewidencji Działalności Gospodarczej – k. 79). Pozwana wskazała wprawdzie w swoich pierwszych wyjaśnieniach, że administrowana przez nią strona – (...)nie stanowi jej źródła dochodów jednak następnie przyznała, że z działalności tej (z wyświetlania reklam) pozyskuje środki finansowe (por. k. 127v-128v, 312v). Nie są one wprawdzie znaczne, bowiem wystarczają jedynie na utrzymanie forum i domeny, jednak nie jest to istotne, bowiem elementem definiującym przedsiębiorcę i działalność gospodarczą jest kryterium zarobkowe, a nie dochodowe.

Po wtóre pozwana nie wykazała żadnymi wiarygodnymi dowodami, że jakość produktu dystrybuowanego przez powoda jest rzeczywiście niska. Dowodem takim nie mogą być internetowe wpisy byłych akwizytorów, w tym akwizytorów zatrudnionych w przedsiębiorstwie (...) (obecnie (...) sp. z o.o.), współpracujących z powodem, przy dystrybucji urządzeń (...), do 6 listopada 2009 r. (zob. oświadczenie (...) sp. z o.o. – k. 207-208). W zakresie dotyczącym urządzeń wpisy ograniczają się w zasadzie wyłącznie do zakwestionowania jego wielofunkcyjności, w

szczególności co do funkcji leczniczych. Autorzy wypowiedzi wskazują, że urządzenie jest zwykłym odkurzaczem, posiadającym filtr powietrza, nawilżacz i zbiornik na olejki i w tym kontekście z ironią odnoszą się do urządzenia, które należało reklamować jako „cud technologii” lub „cud medycyny” (por. k. 134, 137, 141, 142). W jednym z postów pojawiła wprawdzie informacja o wadliwej partii urządzeń (z łatwo przepalającą się głowicą), które zostały przeznaczone do dystrybucji oraz o szkoleniach, na których instruowano przedstawicieli handlowych, co zrobić, aby sprzęt nie zepsuł się w czasie prezentacji (k. 142), jednak nie jest to wystarczające do uznania, że powód rozprowadzał urządzenia wadliwe (słabe jakościowo). Zwrócić przy tym należy uwagę, że są to wpisy anonimowe, niepodpisane, przedstawione przez pozwaną w postaci dowolnej kompilacji na wydruku komputerowym. Ich wartość dowodowa oceniana poprzez pryzmat art. 308 § 2 k.p.c. w związku z art. 245 k.p.c., jest zatem nikła. Tym samym przedstawione w tym materiale twierdzenia nie mogą być uznane za pochodzące z wiarygodnego źródła i dostarczać podstaw do oceny jakości urządzenia takiej, jaką pozwana przedstawiła w zakwestionowanych postach.

Nie stanowią miarodajnego materiału dowodowego również oświadczenia przedsiębiorstwa (...) sp. z o.o., czy podmiotu konkurencyjnego, oferującego odkurzaczy o nazwie P. (...), sugerujące, że produkt powoda jest sprowadzany z C. (k. 206, 207-208). Wbrew funkcjonującemu przekonaniu miejsce wytworzenia nie może być bowiem automatycznie dowodem na niską jakość produktu. Trzeba też zauważyć, że z samej treści postu pozwanej wynika, że nie ma ona wystarczających danych o wadach techniczno – użytkowych urządzenia. Mianowicie w odpowiedzi na zapytanie anonimowego internauty o jakość produktu, pozwana wskazała, że chodzi jej o oszustwa akwizytorów. Odnośnie jakości odkurzacza stwierdziła jedynie, że to inna kwestia (k. 49). W tych okolicznościach należało uznać, że wypowiedzi dotyczące jakości urządzeń (...) formułowane były jedynie w kontekście braku zalet (funkcji) wskazywanych przez powódkę, tj. przede wszystkim w kontekście braku właściwości leczniczych. Powyższe nie uprawniało natomiast do stwierdzenia, że produkt nie może być w pełni wykorzystany w zakresie funkcji, które rzeczywiście posiada i tym samym, że jest to „tandeta”, czy też „chińszczyzna”.

Wreszcie po trzecie, jak wskazano na wstępie krytyka, nawet ta wyrażona w Internecie nie może przekraczać pewnych granic kultury wypowiedzi i posługiwać się sformułowaniami o charakterze wulgarnym. Takim natomiast sformułowaniem posłużono się w poście z 24 maja 2010 r. (ppkt 3 pozwu).

W rezultacie, w zakresie przeanalizowanych wyżej wypowiedzi, żądanie udzielenia ochrony prawnej poprzez zakazanie powielania tych treści i formułowania wypowiedzi w tonie podobnym, było uzasadnione. Powódka nie może ich rozpowszechniać powołując się na prawo swobodnego wyrażania opinii. Przyjmuje się wprawdzie, że w ramach swobody wypowiedzi ochronie podlegają nie tylko zwykłe wypowiedzi zmierzające do przedstawienia swoich poglądów, ale także wypowiedzi, które urażają i szokują. Nie ma ona jednak charakteru bezwzględny. Aby krytyka mogła być uznana za zgodną z prawem, musiałaby mieć cechy rzetelności. Powinna być też ograniczona rzeczową potrzebą i nie powinna przekraczać granic potrzebnych do osiągnięcia społecznego celu. Jej celem nie może być natomiast tylko dokuczenie bądź dyskredytowanie. Także forma nie może przekraczać granic zakreślonych odpowiedzialnością za treść przedstawionych zarzutów – jeśli przekroczy granice społecznie akceptowanej formy, nawet jeśli będzie uzasadniona słusznym celem i istotą poruszanego problemu, nie będzie mogła być uznana za dozwoloną

Nie ulega tymczasem wątpliwości, że prezentowana we wpisach na forum ocena jakości produktu nie opierała się na rzeczowych podstawach. Pozwana nie odwoływała się ani do własnych doświadczeń użytkownika, ani też nie wykazała, że przekazywane spostrzeżenia pochodzą z wiarygodnego źródła. Przedstawione w formie niewybrednej, a nawet wulgarniej, wpisy tego dotyczące nie służą realizacji żadnego uzasadnionego interesu, który można byłoby przeciwstawić interesowi powódki wyrażającemu się w trosce o dobre imię. Budzą, także z uwagi na użytą formę, jednoznacznie negatywne, dyskredytujące skojarzenia, przez co godzą w renomę przedsiębiorstwa, z którym tak oceniany produkt jest wiązany.

W orzecznictwie (por. przykładowo wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z 22 października 2009 r., LEX nr 628205) przyjmuje się, że dobrem osoby prawnej jest m.in. jej dobre imię, rozumiane jako marka, ugruntowana pozycja. Naruszenie dobrego imienia osoby prawnej może polegać np. na rozpowszechnianiu zarzutów określonej treści, bądź

na ujemnej ocenie działalności podmiotu. Dobre imię osoby prawnej jest łączone z opinią, jaką mają o niej inne osoby ze względu na zakres jej działalności. Nie ulega zatem wątpliwości, że 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. SN w wyroku z 11 stycznia 2007 r., II CSK 392/06). Powodowa spółka zajmuje się działalnością handlową. Z całą pewnością godzi zatem jej renomę jako dystrybutora, zatem tak rozumiane dobre imię (art. 33¹ § 1 k.c. w związku z art. 43 k.c.) publikowanie informacji, że sprzedaje jako pełnowartościowy, wysokiej jakości towar „chińską tandetę”, „gównno”. Wobec niespełnienia przytoczonych powyżej warunków uznania takiego postępowania pozwanej za zgodne z prawem, roszczenie dotyczące nakazania usunięcia postów odnoszących się do jakości produktu i zakazu publikowania treści równoważnych było, w ocenie Sadu Apelacyjnego, uzasadnione (art. 24 § 1 k.c.). Z uwagi na regulację zawartą w art. 24 § 3 k.c. udzieleniu ochrony w niniejszym procesie nie stoi na przeszkodzie to, że powódka jako przedsiębiorca mogłaby skorzystać z innych środków prawnych.

Przechodząc do kolejnych postów należało zauważyć, że część z nich w ogóle nie odnosi się do sfery dóbr osobistych, te zaś które mogą się z nią wiązać nie muszą być postrzegane jako jednoznacznie pejoratywne. Do sfery dóbr osobistych w żadnej mierze nie odnosi się wypowiedź z 13 grudnia 2009 r. (ppkt 9 pozwu). W okolicznościach niniejszej sprawy (wobec braku bezpośredniego kontekstu wypowiedzi na forum internetowym) treść tego postu należy traktować wyłącznie jako odpowiedź na zarzut powoda odnośnie podejmowania przez pozwaną działań mających na celu pozycjonowanie strony internetowej forum i tym samym jak najszersze niekorzystne oddziaływanie na przedsiębiorstwo i jego renomę. W poście pozwana zaprzeczyła jedynie sugestiom, że jej forum było i ma być pozycjonowane. Podobnie wskazała na rozprawie (k. 128). Nie są to treści, które naruszałby dobra osobiste powoda. Wypowiedź z 1 grudnia 2009 r. (ppkt 10 pozwu) jest odpowiedzią na następujący wpis anonimowego internauty: Jeden telefon i już masz dofinansowanie z UE bez zbędnej biurokracji, w wysokości 1.200 zł (k. 47). Treść tego postu nawiązuje niewątpliwie do „dofinansowania”, które miało być udzielane przy zakupie urządzenia (...) (por. zeznania M. T. złożone w postępowaniu przygotowawczym – k. 153-154). Nie odnosząc się do kwestii związanej z samym dofinansowaniem w tym fragmencie uzasadnienia, należy tylko wskazać, że odczytanie wpisu pozwanej, w kontekście przytoczonej wyżej wypowiedzi, nie stawia przedstawiciela powoda i samej spółki w niekorzystnym świetle. Wymianę zdań na forum można bowiem odczytać w kategoriach możliwości wyręczenia osoby zainteresowanej dofinansowaniem w przeprowadzaniu „biurokratycznego” (przewlekłego, przesadnie sformalizowanego) postępowania. Z drugiej strony treść obu postów może wskazywać na operatywność p. K. w zakresie pozyskiwania środków z funduszy unijnych. Innymi słowy nie sposób uznać tej wypowiedzi za sugerującą nieuczciwe (niezgodne z prawem) działanie przy ubieganiu się o dotację, czy refundację. Wpis z 17 października 2009 r. nawiązuje do treści internetowej publikacji z 3 lipca 2008 r. (k. 147) oraz do postępowania sądowego, w którym utrzymano w mocy postanowienie o umorzeniu dochodzenia w sprawie oszustwa przy sprzedaży odkurzacza Q. of A. (odpowiednika urządzenia (...)). W uzasadnieniu postanowienia uznano za akceptowalne w praktyce działań marketingowych (reklamowych), stosowanie metod graniczących z podstępem, polegających na udzielaniu zapewnień, które faktycznie nie zostaną zrealizowane (k. 149-150). Treść postu jest wyłącznie komentarzem i ustosunkowaniem się do wyniku tego konkretnego postępowania sądowego. Z postu z 6 października 2009 r. (ppkt 16 pozwu) nie można natomiast wyłowić kontekstu, który mógłby wskazywać, że zawarte w nim treści naruszają dobra osobiste powoda. Bez tego kontekstu, którego Sąd nie ma obowiązku ustalać samodzielnie (bez inicjatywy ze strony powodowej), wypowiedź pozwanej można zinterpretować tylko w ten sposób, że jest ona przeciwko tym przedstawicielom handlowym, którzy postępują nieetycznie i oszukują klientów. Takie stanowisko wyraża niewątpliwie każda osoba, która jest uczciwa i tak też chciałaby zostać potraktowana przy nabyciu określonego produktu.

Pozostałe posty odnoszą się do sposobu prowadzenia przez powoda działalności marketingowej i stosowanych reguł przy zawieraniu umowy sprzedaży urządzenia (...). Treść wypowiedzi pozwanej z pewnością może naruszać renomę przedsiębiorstwa, bowiem zarzuca mu co najmniej nieetyczne praktyki marketingowe. Nawiązując do początkowych rozważań, przyznać należy rację powodowi, że wypowiedzi, którym to wszystkim Sąd Okręgowy nadał charakter ocennych, w istocie, poza cytowaną w p. I.14 pozwu, w większości odwołują się do faktów (p. I.1. świadomie

oszukiwali potencjalnych klientów”, p. I.2. „zwykli ludzie zrobieni przez pana K. w balona”. p I.3. „wszyscy naciągnięcie przez domokrażców (...)”, p. I.12 są takimi samymi oszustami jak ci od (...)”, p. I.15 „akwizytorzy (...) to oszuści z premedytacją”). Niezbędnym warunkiem uwolnienia się od odpowiedzialności, poza wymaganymi w przypadku ferowania wyłącznie ocen krytycznych, jest zatem wykazanie ich prawdziwości.

W oparciu o przedstawiony przez pozwaną materiał dowodowy można jednak uznać, że praktyki stosowane przez powoda faktycznie nie były uczciwe.

W tym miejscu należy odnieść się do zarzutu apelacji, wskazującego na uchybienie procesowe w zakresie dopuszczenia dowodu z „internetowych materiałów” złożonych przez pozwaną. W pierwszej kolejności trzeba wskazać, że sformułowanie takiego ogólnego zarzutu pod adresem Sądu I instancji nie jest do końca trafione, a to z tego względu, że Sąd ten mimo, że formalnie dopuścił dowód (postanowienie z 5 grudnia 2012 r. – k. 312v), w uzasadnieniu wyraźnie nie odniósł się do poszczególnych wpisów, czy materiałów o charakterze prasowym oraz nie wskazał, do jakich konkretnych wniosków doszedł na ich podstawie. Powołał się wprost jedynie na dowody odzwierciedlające treść dokumentów urzędowych. Po wtóre, zgodnie z art. 162 k.p.c. wszelkie uchybienia przepisom postępowania winny być zgłoszone sądowi w toku posiedzenia (pełnomocnik powoda był oceny na posiedzeniu, na którym Sąd dopuścił te dowody) wraz z wnioskiem o wpisanie zastrzeżenia do protokołu, pod rygorem utraty prawa powoływania się na te uchybienia w dalszym toku postępowania. Nie budzi wątpliwości, że dyspozycją tego przepisu objęte są również postanowienia sądu w zakresie dopuszczenia dowodów, a także to, że utrata tego zarzutu jest bezpowrotna w dalszym toku postępowania, a więc także w postępowaniu apelacyjnym. Powód utracił zatem prawo powoływania się na uchybienia dotyczące dopuszczenia przez Sąd Okręgowy jako dowodów wskazanych materiałów.

Sąd Apelacyjny, w swoich ustaleniach oparł się na spornych materiałach (stosownie do art. 382 k.p.c.) i ocenił, że mogą one stanowić dowód w sprawie w świetle unormowań kodeksu postępowania cywilnego. Ustawa procesowa nie zawiera zamkniętego katalogu środków dowodowych, co wynika z art. 309 k.p.c. Przepis ten pozostawia furtkę, dzięki której praktyka sądowa może nadążyć za rozwojem nauki i techniki, w tym za rozwojem urządzeń i sposobów komunikowania. Do „innych środków dowodowych” można zatem zaliczyć również dostępne dzięki internetowi materiały, w których poruszane są kwestie będące przedmiotem postępowania sądowego. Nowe środki dowodowe, jak wszystkie inne podlegają ocenie według reguł określonych w art. 233 § 1 k.p.c.

Sąd Apelacyjny – odmiennie zatem niż Sąd Okręgowy, ocenia, że, stosownie do art. 309 w związku z art. 308 § 2 k.p.c. i w związku z art. 245 k.p.c. możliwe jest nadanie mocy dowodowej także innym dokumentom przedstawionym nie tylko w postaci wydruków z dokumentów urzędowych (decyzje UOKiK, sprawozdanie PROK, materiały z akt sprawy karnej), mianowicie przybierającym postać wydruków ze stron internetowych gazet oraz dokumentów prywatnych (procesowej i innej korespondencji powodowej spółki z kontrahentami). Ich autentyczności, ani prawdziwości zawartych w nich informacji strona powodowa wyraźnie nie zaprzeczyła, wskazując tylko na brak wartości dowodowej z uwagi na postać przedstawienia. Zawarte w tych dokumentach – pochodzących od uprawnionych urzędów państwowych, środków przekazu, osób prywatnych i wreszcie samej powódki, informacje układają się natomiast w jednolity obraz odzwierciedlający schemat prowadzonej działalności marketingowej. Są zbieżne, a w znacznym zakresie opisane w nich nieuczciwe praktyki rynkowe powoda zostały potwierdzone przez odpowiednie instytucje państwowe. Dowody te należało zatem uznać za wiarygodne i miarodajne.

Odnosząc się do nich, w pierwszej kolejności przywołać należy decyzję UOKiK (Delegatura w K.) z 24 października 2008 r., w której wytknięto powodowi brak udzielenia konsumentom rzetelnej i prawdziwej informacji o cenie zakupu towarów. Postanowienia umowne co do ceny opierały się na cenach hipotetycznych, nie wskazując na cenę, za jaką konsument faktycznie zakupił produkt .. (...) postanowień tych nie można było wywnioskować rzeczywistych zasad kalkulacji ostatecznej ceny produktu (zestawu urządzeń). Przedstawiciel informował także klienta o tym, że uzyska upust, w sytuacji gdy faktycznie stosowana była regularna cena z cennika. Powód naruszył również obowiązek udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o możliwości i podstawie prawnej do dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową. Kolejnym uchybieniem było blokowanie klientom możliwości realizacji prawa do odstąpienia od umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, zgodnie z postanowieniami

ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j. Dz.U. z 2012 r. Nr 1225). Schemat postępowania przy zawarciu umowy wyglądał w ten sposób, że po podpisaniu umowy klient otrzymywał jedynie dokument potwierdzenia zawarcia umowy, w którym nie było wskazane m.in. jego prawo do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia. Z kolei oświadczenie o odstąpieniu od umowy nie określało danych adresowych sprzedawcy i w ten sposób utrudniało skorzystanie z prawa odstąpienia w sytuacji, gdy klient o tym prawie wiedział. Stosowanie tego rodzaju praktyki opisał również w swoim sprawozdaniu Powiatowy Rzecznik Konsumentów Powiatu (...) wskazując, że w analizowanym przypadku podpisany egzemplarz umowy klient otrzymał dopiero po 24 dniach od jej zawarcia, co skomplikowało mu odstąpienie od umowy, która po jej dokładnym przeczytaniu okazała się być niekorzystna. Dopiero po interwencji Rzecznika powód uznał zasadność odstąpienia od umowy (por. k. 169-170). Na opisany wyżej sposób działania przedstawicieli powoda wskazywały również publikacje internetowe przedstawione przez pozwaną, z których wynikało, że tego rodzaju sytuacje miały miejsce w różnych miastach (por. wydanie internetowe Gazety (...) – k. 147; gazeta forum – k. 213-214). Publikacja internetowa ujawniła jeszcze jeden mechanizm działania akwizytorów polegający na tym, że w przypadku gdy osoba zainteresowana prowadziła działalność gospodarczą, była nakłaniana do zakupu urządzenia „na firmę”, co skutkowało tym, że umowa nie miała charakteru konsumenckiego i nie było możliwości odstąpienia od niej w trybie określonym w ustawie z 2 marca 2000 r. (por. także zeznania byłego akwizytora M. T. – k. 153). Na tożsamy sposób postępowania wskazują również zeznania R. J. (złożone w innym postępowaniu – k. 151-152), który podał, że po podpisaniu umowy przez klienta indywidualnego umowa była autoryzowana dopiero po 10 dniach, zaś w przypadku firmy – natychmiast. Przyczyna takiego zróżnicowania, przez wzgląd na rodzaj klienta, jest aż nadto czytelna. Powtarzalność informacji oraz wielość źródeł jej pochodzenia, wskazują, wbrew twierdzeniom apelacji, że opisane wyżej postępowanie miało miejsce i nie było jednostkowym przypadkiem, lecz powszechną praktyką.

Z przedstawionych przez pozwaną materiałów wynika, że przy oferowaniu urządzenia (...) stosowano również obietnice dofinansowania (z UE, (...)), przy czym refundacja zakupu urządzenia nie miała faktycznie miejsca. Aby utwierdzić klienta w przekonaniu, że jego zakup będzie dofinansowany stosowano nawet zabieg (fikcyjnego) dzwonięcia, w obecności klienta, do przełożonego, który potwierdzał, że takie dofinansowanie zostanie udzielone (k. 147, 148). W korespondencji procesowej z niezadowolonymi klientami odwoływano się natomiast do postanowień umowy, w których nie było mowy o dofinansowaniu oraz wyjaśniano, że dystrybutor nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne, rzekome obietnice złożone przez przedstawicieli (por. k. 155-157, 158-159). Trudno jednak przypuszczać, że przedstawiciel handlowy (akwizytor), bez porozumienia z dystrybutorem, zmieniałby w istocie jego ofertę – w tym zakresie co do ceny.

Klienci byli także zapewniani o leczniczych (antyalericznych) funkcjach urządzenia (...) zarówno przez przedstawicieli handlowych (por. k. 148, 213-214), jak również przez samego dystrybutora na jego stronie internetowej. Jak trafnie uznał Sąd Okręgowy, sugerująca takie właściwości urządzenia była dodatkowo sama jego nazwa, która przez element słowny (...) nawiązywała do medycyny. Tym czasem, w korespondencji procesowej w innych sprawach powód stwierdził, że urządzenie (...) jest jedynie urządzeniem czyszczącym – filtrującym, nie jest zaś wyrobem medycznym (k. 155-157). Utrzymywał jednak, że mimo to, dzięki swoim właściwościom, powoduje wyeliminowanie alergenów i drobnoustrojów i tym samym poprawia samopoczucie użytkownika. Powołał się przy tym na opinie Instytutu (...), Wojewódzkiej Poradni Alergologicznej w K. oraz opinii zawodowej rehabilitantki (por. k. 160). W toku niniejszego postępowania przedłożył również stosowne certyfikaty, mające jednak nikłą wartość dowodową. Świadectwo Jakości (...) z 2 września 2010 r. stwierdza jedynie, że urządzenie (...), wykorzystywane zgodnie z przeznaczeniem, nie stanowi zagrożenia dla zdrowia człowieka (k. 299). Cechę tą powinno posiadać każde urządzenie, bez względu na jego przeznaczenie. Ocena urządzenia, jako „jakość roku 2011 r.” nie potwierdza żadnych szeroko rozumianych właściwości leczniczych (k. 300). Z kolei w przypadku certyfikatu wskazującego na zdolność urządzenia do czyszczenia powietrza z bakterii, wirusów, alergenów i pleśni (k. 301) nie można stwierdzić, że został on wydany przez uprawnioną instytucję certyfikującą.

Reasumując, w oparciu o powyższe ustalenia, uzasadnione było uznanie, że powód stosował nieuczciwe praktyki marketingowe, które w powszechnym odbiorze, abstrahując, co trafnie uczynił Sąd Okręgowy, od prawnego – karnej definicji pojęcia „oszustwa”, mogły być definiowane jako „naciąganie”, „robiecie w balona”, czy właśnie „oszustwo”. W konsekwencji wypowiedzi pozwanej nie mogły zostać uznane za naruszające dobra osobiste powoda w sposób bezprawny, zwłaszcza, że z treści postów oraz z charakteru strony internetowej pozwanej (por. k. 27) wynika, że celem jej działalności jest ostrzeganie konsumentów przed wszelkimi nieuczciwymi praktykami rynkowymi. W orzecznictwie (por. wyrok SN z dnia 9 grudnia 2009 r., IV CSK 290/09, LEX nr 560607), przyjmuje się, że podawanie do publicznej wiadomości faktów prawdziwych, co do zasady nie może być zakazane zwłaszcza, gdy leży to w interesie społecznym. Podmiot prowadzący działalność z naruszeniem prawa i zasad współżycia powinien liczyć się z upublicznieniem takich faktów i ich negatywną oceną społeczną oraz brać pod uwagę możliwość emocjonalnej reakcji osób bezpośrednio nią dotkniętych. Prawdziwa wypowiedź o określonej osobie nie może z uwagi na treść zawartej w niej informacji naruszać dobrego imienia tej osoby.

Z uwagi na powyższe, na podstawie art. 386 § 1 k.p.c., Sąd Apelacyjny orzekł jak w punkcie I.1 i 2 sentencji wyroku. Zważywszy, że w konsekwencji rozpoznania apelacji powództwo zostało uwzględnione tylko w nieznacznym stopniu, a zdecydowana większość wypowiedzi pozwanej, piętnująca nieuczciwe działania marketingowe powoda, nie stanowiła bezprawnego wkroczenia w sferę jego dóbr osobistych, Sąd Apelacyjny uznał, że dodatkowe zobowiązanie pozwanej do złożenia przeprosin nie było uzasadnione. Dlatego też orzekł jak w punkcie I.3 sentencji. Apelacja powoda w pozostałym zakresie została oddalona na podstawie art. 385 k.p.c.

O kosztach procesu za obie instancje orzeczono na podstawie art. 100 zd. 1 k.p.c., stosownie do wyniku sprawy. Mając na uwadze ilość sformułowań, w których powód upatrywał naruszenia renomy swego przedsiębiorstwa (16) oraz liczbę wypowiedzi, które na renomę tę mogły faktycznie rzutować (3), należało uznać, że powód wygrał sprawę w około 1/5 części. Na koszty procesu powoda w poszczególnych instancjach złożyła się opłata sądowa (od pozwu i apelacji po 600 zł) oraz wynagrodzenie pełnomocnika ustalone w wysokości minimalnej (360 i 270 zł) na podstawie § 10 ust. 1 pkt 2 oraz § 10 ust. 1 pkt 2 w zw. z § 12 ust. 1 pkt 2 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego z urzędu (Dz. U. Nr 163, poz. 1349 ze zm.). W rezultacie Sąd zasądził od pozwanej na rzecz powoda tytułem zwrotu kosztów w postępowaniu pierwszoinstancyjnym i odwoławczym po 200 zł.