

Sygnatura akt VI Ka 530/14

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia **4 listopada 2014** r.

Sąd Okręgowy w Gliwicach, Wydział VI Karny Odwoławczy w składzie:

Przewodniczący SSO Krzysztof Ficek

Protokolant Natalia Skalik-Paś

przy udziale -

po rozpoznaniu w dniu 28 października 2014 r.

sprawy **1. K. K. (1) ur. (...) w G.,**

córki W. i A.

obwinionej z art. 25 ust. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

2. K. K. (2) ur. (...) w O.,

syna S. i H.

obwinionego z art. 25 ust. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

3. M. K. ur. (...) w G.,

córki K. i K.

obwinionej z art. 25 ust. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

na skutek apelacji wniesionej przez obrońcę obwinionych

od wyroku Sądu Rejonowego w Gliwicach

z dnia 14 lutego 2014 r. sygnatura akt III W 430/13

na mocy art. 437 § 1 kpk w zw. z art. 109 § 2 kpw, art. 636 § 1 kpk w zw. z art. 119 kpw

1. utrzymuje w mocy zaskarżony wyrok;

2. zasądza od Skarbu Państwa na rzecz adw. W. K. kwotę 619,92 zł (sześćset dziewiętnaście złotych 92/100) obejmującą kwotę 115,92 zł (sto piętnaście złotych 92/100) podatku VAT, tytułem zwrotu nieuiszczonych kosztów związanych z udziałem pełnomocnika oskarżyciela posiłkowego w postępowaniu odwoławczym;

3. zasądza od obwinionych na rzecz Skarbu Państwa wydatki postępowania odwoławczego w kwotach po 256,64 zł (dwieście pięćdziesiąt sześć złotych 64/100) złotych i wymierza im opłaty za II instancję w kwotach po 100 zł (sto złotych).

Sygn. akt VI Ka 530/14

UZASADNIENIE

Od wyroku Sądu Rejonowego w Gliwicach z dnia 14 lutego 2014 roku sygn. akt III W 430/13 apelację skutecznie wniósł obrońca obwinionych K. K. (2), K. K. (1) i M. K.. Orzeczenie zaskarżył w całości i zarzucił:

I. obrazę przepisów postępowania w postaci art.5 § 1 pkt 9 kpw poprzez wydanie przez Sąd I instancji orzeczenia merytorycznego w sytuacji braku żądania ścigania pochodzącego od osoby uprawnionej,

w oparciu o ten zarzut obrońca wniósł o uchylenie zaskarżonego wyroku i umorzenie postępowania i orzeczenie o kosztach postępowania;

II. z ostrożności procesowej, w razie nieuwzględnienia zarzutu podniesionego w pkt. I, wyrokowi zarzucił:

1)obrazę przepisów postępowania w postaci art.7 kpk w zw. z art.8 kpw poprzez naruszenie zasady swobodnej oceny dowodów i wprowadzenie w jej miejsce zasady dowolności, a nadto dokonanie oceny dowodów z pominięciem obowiązku ich analizy z uwzględnieniem doświadczenia życiowego, która miała wpływ na treść rozstrzygnięcia, poprzez:

- nadanie waloru wiarygodności zeznaniom świadka M. D., pomimo że stosownie do ich treści a to twierdzenia, że nie widzi różnicy pomiędzy składającym się wyłącznie z czteroliterowego oznaczenia słownego (...) a pięciodziesiętnym oznaczeniem literowo-cyfrowym (...), należało z punktu widzenia zasad logicznego rozumowania i doświadczenia życiowego odmówić im wiary jako zmierzającym oczywiście do wsparcia stanowiska oskarżyciela,

- odmowę nadania waloru wiarygodności wyjaśnieniom K. K. (2) jako mającym stanowić rzekomo jedynie przyjętą przez obwinionego linię obrony, pomimo że pozostają one logiczne i zgodne z materiałem dowodowym w postaci załączonych do sprawy dokumentów w postaci oświadczeń klientów (...) oraz umów z nimi,

- przyjęcie wbrew zgromadzonemu materiałowi dowodowemu i z pominięciem zasad logicznego myślenia, że oznaczenie (...) stanowiło reklamę usług mogącą wprowadzić klienta w błąd oraz wpłynąć na jego decyzję co do nabycia usługi, pomimo że zebrane dowody (umowy z kontrahentami, oświadczenia klientów) wskazują, że zarówno nazwą jak i oznaczeniem graficznym odróżniał o się ono od firmy (...), a umowy z klientami (...) wskazywały na wszystkich współnikach tej spółki i klienci odróżniali obie firmy;

2)obrazę przepisów postępowania w postaci art.170 kpk w zw. z art.39 § 2 kpw oraz art.4 kpk w zw. z art.8 kpw oraz art.4 kpw, która miała wpływ na treść rozstrzygnięcia, poprzez uchylenie pytania obrońcy odnośnie możliwości rozróżnienia oznaczeń obydwu spółek przy braku do tego ustawowych podstaw i dopiero po odmowie przez świadka udzielenia odpowiedzi na przedmiotowe pytanie;

3)błąd w ustaleniach faktycznych Sądu przyjętych za podstawę orzeczenia, który miał wpływ na treść orzeczenia, polegający na przyjęciu wbrew zgromadzonemu materiałowi dowodowemu, iż posługiwanie się przez obwinionych nazwą (...) s.c. miało na celu wywołanie u klientów przekonania o tożsamości spółek lub o powiązaniach gospodarczych z (...) oraz obwinieni dopuścili się czynów nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy, to jest czynu z art.25 ust.2 UZNK, w sytuacji gdy zebrane dowody temu przeczą.

Z ostrożności procesowej obrońca zarzucił obrazę prawa materialnego w postaci art.14 § 2 kw poprzez naruszenie opisanej w nim zasady indywidualizacji odpowiedzialności karnej przez przyjęcie, że każdy ze współników spółki cywilnej ponosi identyczną odpowiedzialność za działania spółki nawet gdy jeden ze współników nie zajmował się faktycznie działaniami spółki, których dotyczy postawiony zarzut.

W oparciu o powyższe zarzuty wniósł o zmianę wyroku i uniewinnienie obwinionych od postawionych im zarzutów, ewentualnie uchylenie wyroku w całości i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania Sądowi I instancji.

Sąd Okręgowy stwierdził, co następuje :

Apelacja obrońcy obwinionych okazała się bezzasadna.

Sąd Rejonowy nie dopuścił się bezwzględnej przyczyny odwoławczej z art.104 § 1 pkt 7 kpw w z art.5 § 1 pkt 9 kpw. Nie obraził też innych przepisów proceduralnych. Pełny materiał dowodowy poddał ocenie uwzględniającej reguły z art.7 kpk w zw. z art.8 kpw. Dlatego nie mogły zostać skutecznie podważone ustalenia faktyczne Sądu meriti. Zasadnie przyjął również odpowiedzialność wszystkich wspólników spółki cywilnej za wykroczenie z art.25 ust.2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej uznk).

W pierwszej kolejności obrońca powołuje się na bezwzględną przyczynę odwoławczą w postaci braku żądania ścigania pochodzącego od osoby uprawnionej. Uważa, że w przypadku wykroczenia z art.25 uznk przedmiotem ochrony jest jedynie interes klienta. W konsekwencji podmiotem wyłącznie uprawnionym do żądania ścigania w przedmiotowej sprawie są klienci, nie zaś przedsiębiorcy w postaci wspólników spółki (...). Skoro ściganie wykroczeń z uznk odbywa się na żądanie pokrzywdzonego, którego brak, to wyrok powinien być uchylony a postępowanie umorzone. Stanowisko to nie przekonuje. Powołanemu przez skarżącego stanowisku doktryny można przeciwstawić i inne, które przytoczył Sąd I instancji (k.255). Wynika z niego, że niewątpliwie przedmiotem ochrony w przypadku wykroczenia z art.25 ust.2 uznk jest interes klientów nabywających reklamowane usługi. Jednakże konstruując taką podstawę odpowiedzialności ustawodawca miał również na uwadze interes przedsiębiorców prowadzących na rynku walkę konkurencyjną z podmiotami wykorzystującymi nieuczciwe formy marketingowe swoich usług (tak: M.Zdyb red., J.Raglewski i inni „Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz”, LEX 2011). Z tym stanowiskiem Sąd odwoławczy zgadza się w pełni. Niewątpliwie kategoryczność twierdzenia doktryny przytoczonego przez obrońcę można odnieść do art.25 ust.1 uznk, ale nie da się jej zaakceptować w przypadku przepisu z art.25 ust.2 uznk. Reklama ze swej istoty ma zachęcać do nabycia towaru lub usług konkretnego podmiotu, a tym samym ukierunkować wybór klienta tak, by ten nie skorzystał z towarów czy usług konkurencji. W sytuacji, gdy reklama jest uczciwa nie może być mowy o naruszeniu czyjegokolwiek interesu. Odmienne rzecz się ma w razie czynu polegającego na posłużeniu się w materiałach reklamowych niemal identycznym oznaczeniem przedsiębiorstwa jak inny podmiot prowadzący działalność w tej samej branży i na tym samym rynku. Takie bowiem działanie zmierza bezpośrednio do pozyskania klientów kosztem drugiego przedsiębiorcy i w ten sposób czyni go pokrzywdzonym (bezpośrednie naruszenie lub zagrożenie dobra prawnego). Z ogólnej definicji czynu nieuczciwej konkurencji wynika, że jest to działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Specyfika niniejszej sprawy przemawia za przyjęciem pokrzywdzenia wspólników spółki (...). Co się zaś tyczy twierdzenia, że stanowisko obrony znalazło uznanie w orzeczeniu Sądu Okręgowego w Gliwicach sygn. akt VI Ka 312/13 w sprawie o tożsamym zarzucie stawianym obwinionemu z różnicą co do okresu popełnienia wykroczenia, to nie jest to prawda. Sąd orzekający w przytoczonej sprawie kwestii tej nie przesądził. Napisał tylko, że wyjątkowo tylko wykroczenie z art. 25 (ust. 1 lub ust. 2) albo z art. 26 ust. 2 będzie bezpośrednio godziło w interes przedsiębiorcy. Nakazał w postępowaniu ponownym w pierwszej kolejności rozważenie kwestii prawidłowości żądania ścigania osoby obwinionej.

Przechodząc do innych zarzutów nie można zgodzić się z obrońcą, że znamiona przypisanych obwinionym wykroczeń nie zostały w toku postępowania wykazane. Posługiwanie się przez obwinionych w materiałach reklamowych, jak pisze trafnie Sąd Rejonowy, niemal identycznym oznaczeniem swego przedsiębiorstwa ((...) s.c.), którego kluczowym elementem było słowne oznaczenie (...), odróżniające się jedynie wskazaniem w nazwie cyfry (...), a nadto nie zamieszczanie przy tym nazwisk wspólników spółki, co miało służyć wywołaniu mylnego przeświadczenia klienta o powiązaniu ze spółką (...) s.c., stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy. Jak wyżej już wskazano istotne przy tym jest działanie obu podmiotów na terenie tego samego miasta i świadczenie takich samych usług. Jeśli nazwy obu firm były tak bardzo zbliżone, to bez większego znaczenia pozostaje, mając na uwadze percepcję przeciętnego klienta, że kolorystyka i grafika reklam odróżniała oznaczenie działalności obwinionych od działalności spółki (...). Zbliżone oznaczenia mogły wprowadzać w błąd, skutkować pomyłką co do podmiotów świadczących te same usługi. Niewątpliwie też różnica sprowadzająca się do dołożenia cyfry(...) rodzi przekonanie o powiązaniu obu podmiotów. Zestawienie całości oznaczenia obu firm nie prowadzi do wniosku, że odróżniają się one jednoznacznie. Co się zaś tyczy kontrahentów podpisujących umowy z obwinionymi, to bez znaczenia pozostaje dla bytu przypisanego wykroczenia, że w umowie mieli wskazane nazwiska wspólników firmy jeśli chodzi o czyn nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy, a więc działania poprzedzające pojawienie się klienta i zmierzające do jego pozyskania. Jednocześnie nie można zapominać, co podkreślił Sąd Rejonowy, że dla zaistnienia czynu z art.25 ust.2 uznk nie jest konieczne,

by adresat został faktycznie wprowadzony w błąd. Bez znaczenia jest także to, że pokrzywdzeni zastrzeżli nazwę (...) w czasie, gdy obwinieni mieli już zarejestrowaną firmę (...). Bezsporne bowiem jest, że firma pokrzywdzonych była pierwsza na rynku. Od 31 marca 2010 roku G. L. i I. G. korzystają z prawa ochronnego na słowny znak towarowy (...). Tym bardziej dziwi kontynuowanie przez obwinionych działalności pod nazwą (...).

Sąd odwoławczy przyjął za Sądem Rejonowym, że G. L. i I. G. są pokrzywdzonymi w sprawie. Tym samym miał prawo oprzeć swoje ustalenia o winie obwinionych na relacjach tych osób, które nie sposób uznać za niewiarygodne. Zasadnie również Sąd meriti oparł się na zeznaniach świadka M. D.. Trafnie przyjął, że różnica w oznaczeniu przedsiębiorstwa w materiałach reklamowych była dla świadka niezauważalna. Relacje jego mają potwierdzenie w aktach czynności wyjaśniających innej sprawy (k.138 i nast.). Chodziło o zamieszczenie przez M. D. na portalu internetowym nieprawdziwych informacji o spółce (...), po tym jak świadek miał kontakt z pracownikami (...). Oczywistym jest, że gdyby nakazać świadkowi przyjrzeć się dokładnie obu nazwom przedmiotowych spółek to dostrzegłby różnice, ale nie tak zachowuje się człowiek, który poszukuje firmy zajmującej się daną działalnością i nie jest ukierunkowany na konkretny podmiot. Przeważnie postrzega firmę ogólnie przez jej nazwę i prowadzoną działalność, a nie kolorystykę napisu czy użyty krój czcionki, a skoro te są podobne, co wynika również z wyroku Sądu Okręgowy w Gliwicach wydanego w dniu 11 października 2012 roku w sprawie X GC 361/11 (k.230 – nakaz zaniechania naruszania prawa ochronnego na znak towarowy (...) polegającego na używaniu oznaczenia (...) lub innego zawierającego element słowny (...) dla oznaczenia prowadzonej działalności gospodarczej w zakresie działalności rachunkowej, księgowej i doradztwa podatkowego oraz w zakresie prowadzenia wszelkich form reklamy tej działalności), to przekonują zeznania M. D. i nie są one oderwane od doświadczenia życiowego. W takiej sytuacji wywody obrońcy o odmowie odpowiedzi świadka na pytanie i uchylenie pytania przez Sąd Rejonowy, nie mają żadnego znaczenia. Zauważyć przy tym trzeba, że protokół rozprawy z dnia 13 stycznia 2014 roku, kiedy to przesłuchano M. D. nie zawiera treści powołanej przez obrońcę w apelacji (k.200v-201v.). Jest to tym bardziej dziwne, że odnotowano w nim wniosek obrońcy o uchylenie innego pytania – odnotowano jego treść, którego przewodnicząca nie uwzględniła (k.201 - 3 i 4 wers od góry).

Istnienie osób, które miały świadomość różnicy między (...) S.C. a (...) nie przemawia przeciwko wadliwości rozstrzygnięcia Sądu Rejonowego, gdyż dla przeciętnego klienta różnica ta nie jest oczywista o czym świadczy przykład M. D.. Nieprecyzyjny a przez to nietrafny jest też argument, że w art.25 uznk mowa jest o klientach a nie jednym kliencie. Tak jest w ust.1 tego przepisu, zaś nie w ust.2, który odwołuje się do ust. 1 tylko w zakresie kary.

W końcu nie podzielił Sąd odwoławczy i zarzutu generalizowania przez Sąd Rejonowy odpowiedzialności wspólników spółki. Według skarżącego skoro obwiniona M. K. nie zajmowała się reklamą spółki (...), to nie może ponosić odpowiedzialności za wykroczenie nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy. Z tym stanowiskiem Sąd odwoławczy się nie zgadza. M. K. rozpoczęła wykonywanie działalności gospodarczej 4 kwietnia 2012 roku podając do (...) adres poczty elektronicznej (...) (k.90), co oznacza pełną akceptację dla oznaczenia firmy (...). Jest ona córką współobwinionych i stąd na pewno posiadała wiedzę o toczących się uprzednio postępowaniach i przedmiocie sporu. Ma też rację Sąd Rejonowy, że za prowadzenie spraw spółki cywilnej odpowiedzialni są wszyscy wspólnicy i wszyscy ponoszą za to w równym stopniu odpowiedzialność. Nawet jeżeli kwestiami reklamy miał zajmować się K. K. (2), to nie da się przyjąć, że robił to poza wiedzą i wolą pozostałych wspólników, a ci nie wyrażali przecież sprzeciwu co do reklamowania spółki w taki a nie inny sposób. Nie da się także przyjąć, by wspólnie prowadzący działalność gospodarczą nie akceptowali sposobu reklamowania swojej działalności, by było to poza ich porozumieniem. Z reklamą wiążą się zawsze pewne nakłady np. koszt druku ulotek reklamowych (k.89), które obciążały całą spółkę, a nie wyłącznie obwinionego K. K. (2) czy K. K. (1), a przez to decyzje musieli podejmować wszyscy wspólnicy i na to się godzić. Kwestią zaś drugorzędną było kto bezpośrednio ustalenia te zrealizował.

Z tych wszystkich powodów Sąd odwoławczy nie uwzględnił jedynej skutecznie wywiedzionej apelacji obrońcy obwinionych (apelacja oskarżyciela posiłkowego G. L. została pozostawiona bez rozpoznania i postanowienie to jest prawomocne).

Każda z orzeczonych kar jest adekwatna do popełnionego przez poszczególnych obwinionych wykroczenia. Należyćie uwzględnić społeczną szkodliwość czynu i nie pomijać ustabilizowanego trybu życia obwinionych. Wysokość grzywny nie jest oderwana również od ich sytuacji majątkowej.

Wobec powyższego Sąd odwoławczy utrzymał w mocy zaskarżony wyrok. Na wniosek pełnomocnika z urzędu oskarżyciela posiłkowego zasądził koszty udziału adwokata w postępowaniu odwoławczym (dwa terminy).

Konsekwencją nieuwzględnienia apelacji obrońcy jest obciążenie obwinionych wydatkami postępowania odwoławczego i opłatami za II instancję po 100 złotych. Na wydatki każdego z obwinionych złożył się ryczałt 50 złotych i 1/3 z kwoty zasądzonej na rzecz pełnomocnika z urzędu, czyli po 206,64 złotych (art.118 § 3 kpw).