



Sygn. akt V CSK 83/05

WYROK
W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 26 stycznia 2006 r.

Sąd Najwyższy w składzie :

SSN Zbigniew Kwaśniewski (przewodniczący)

SSN Teresa Bielska-Sobkowicz

SSN Maria Grzelka (sprawozdawca)

Protokolant Piotr Malczewski

w sprawie z powództwa "C." S.A.

przeciwko "K." Spółce z o.o., obecnie "K." S.A.

o nakazanie,

po rozpoznaniu na rozprawie w Izbie Cywilnej w dniu 26 stycznia 2006 r.,

skargi kasacyjnej strony powodowej

od wyroku Sądu Apelacyjnego [...]

z dnia 10 marca 2005 r.,

oddala skargę kasacyjną i zasądza od powodowej Spółki na rzecz pozwanej kwotę 500,- (pięćset) złotych tytułem zwrotu kosztów procesu za instancję kasacyjną.

Uzasadnienie

Zaskarżonym wyrokiem Sąd Apelacyjny oddalił apelację powódki od wyroku Sądu Okręgowego w W. z dnia 5 października 2004 r., mocą którego oddalone zostało żądanie powódki domagającej się nakazania pozwanej zaniechania rozpowszechniania nieprawdziwych i wprowadzających w błąd wiadomości o przedsiębiorstwie powodowej spółki i jej pracownikach oraz publikowania reklamy porównawczej sprzecznej z dobrymi obyczajami, a także złożenia na łamach prasy przeproszenia. Sąd Apelacyjny podzielił ustalenia faktyczne Sądu pierwszej instancji odnośnie do odejścia z pracy u pozwanej i zatrudnienia się u powódki części pracowników pozwanej w okolicznościach usprawiedliwiających przypuszczenie, że pracownicy ci ujawnili powódce tajemnicę handlową pozwanej oraz ocenę, iż pismo pozwanej do jednego z jej klientów, nawiązujące do tych faktów i wyrażające negatywną ocenę postępowania byłych pracowników pozwanej nie stanowiło reklamy porównawczej ani innego czynu nieuczciwej konkurencji. W szczególności zaaprobował stanowisko, że powódka nie przedstawiła dowodów na potwierdzenie, iż pozwana dopuściła się nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy, natomiast pozwana wykazała, że wiadomości zawarte w piśmie do klienta były zgodne z prawdą. Ponadto Sąd Apelacyjny stwierdził, że powódka nie udowodniła wyrządzenia jej szkody.

W skardze kasacyjnej powódka zarzuciła powyższemu wyrokowi naruszenie prawa materialnego art. 14, 16 i 18 „a” ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. nr 153, poz. 1053 ze zm.) i art. 6 k.c. oraz uchybienie przepisom postępowania – art. 382 i 233 § 1 w zw. z art. 391 k.p.c. Podniosła, że przekazywanie przez pozwaną jej obecnym i byłym kontrahentom informacji, iż powódka wykorzystała tajemnicę handlową przedsiębiorstwa strony pozwanej w celu zawarcia umów z dotychczasowymi kontrahentami pozwanej wyczerpuje znamiona reklamy porównawczej sprzecznej z dobrymi obyczajami, a w każdym razie - czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 14 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Wskazała, że pozwana udowodniła jedynie fakt, iż jej byli pracownicy podjęli współpracę z powódką, natomiast nie udowodniła

najistotniejszej dla rozstrzygnięcia rozpoznawanej sprawy okoliczności, że powodowa spółka w swojej ofercie wykorzystwała tajemnicę handlową przedsiębiorstwa pozwanej, a na niej, nie zaś na powódce – jak to błędnie przyjął Sąd Apelacyjny – spoczywał w tym zakresie ciężar dowodu. Zdaniem skarżącej, stwierdzenia i oceny zawarte w piśmie pozwanej do jej klienta skierowane były nie tylko przeciwko byłym pracownikom pozwanej ale także przeciwko powódce; były to informacje nieprawdziwe i wprowadzające w błąd a ich celem było zdyskredytowanie konkurencyjnej Spółki w oczach jej klientów aktualnych i potencjalnych. W części dotyczącej zarzutu naruszenia przepisów postępowania powódka w skardze kasacyjnej zarzuciła, że Sąd Apelacyjny nie rozważył wszechstronnie zebranego w sprawie materiału dowodowego przez co pominął istotne okoliczności faktyczne a ponadto - nie wskazał w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku przyczyn, dla których dał wiarę dowodom przedstawionym przez pozwaną, a odmówił wiarygodności i mocy dowodom strony powodowej. Z powołaniem się na powyższe powódka w skardze kasacyjnej wnosiła o uchylenie zaskarżonego wyroku i uwzględnienie powództwa.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Stan faktyczny przyjęty w zaskarżonym wyroku był następujący.

Strony prowadzą konkurencyjną działalność polegającą na ściąganiu dla zleceniodawców przysługujących im od dłużników należności. Działalność ta wymaga w pierwszym rzędzie orientacji odnośnie do wierzycieli, którym można by oferować usługi windykacyjne, a następnie - zawierania i utrzymywania osobistych kontaktów z osobami bezpośrednio zajmującymi się realizacją określonych płatności, w kolejności zaś - monitorowania terminów zapłaty, negocjacji z dłużnikami, prowadzenia postępowań sądowych i egzekucyjnych. W pozwanej Spółce dyrektorem ds. marketingu, nadzorującym dział sprzedaży była M. G., która znała metody funkcjonowania przedsiębiorstwa, listę klientów oraz dane umożliwiające kontakty z osobami odpowiedzialnymi po stronie klientów za windykację należności. W dniu 31 października 2003 r. na wniosek M. G., motywowany względami osobistymi i rodzinnymi, pozwana rozwiązała z nią na mocy porozumienia umowę o świadczenie usług marketingowych. Wcześniej

dochodziło do nieporozumień pomiędzy działem sprzedaży, którym kierowała M. G. a innymi działami w przedsiębiorstwie pozwanej odnośnie do spotkań z klientami, o których - wbrew przyjętemu podziałowi zadań oraz stosowanej poprzednio praktyce - nie były zawiadamiane osoby zajmujące się u pozwanej roboczymi kontaktami z klientami i realizacją umów. W listopadzie 2003 r. M. G. została członkiem zarządu powodowej Spółki, a w ciągu kilku następnych miesięcy odeszli z pracy u pozwanej wszyscy podlegający jej do tej pory pracownicy. Pięciu z nich zostało zatrudnionych lub podjęto współpracę z powodową Spółką, jedna została asystentką w kancelarii radcy prawnego obsługującego powódkę, a w stosunku do jednej okazało się, że pozostawała w tym czasie w osobistych, intymnych stosunkach z jednym z członków zarządu powódki. Po odejściu tych pracowników (z których dwóch zostało zwolnionych przez pozwaną na podstawie art. 52 § 1 Kodeksu pracy) przedsiębiorstwo pozwanej Spółki pozostawało bez działu sprzedaży i do dnia orzekania przez Sąd Okręgowy dział ten nie został w całości odbudowany. Po odejściu pracowników działu kierowanego przez M. G. stwierdzono w pozwanej Spółce brak danych o kontaktach z klientami z wyjątkiem małego segregatora z wizytówkami. W grudniu 2003 r. M. G., już jako członek zarządu powódki, wystąpiła co najmniej do jednego z dotychczasowych klientów pozwanej z propozycją sformułowaną w sposób następujący: „Pragnę Państwa poinformować, że z końcem listopada br. zakończyłam współpracę z K. Sp. z o.o. Swoją przyszłość zawodową postanowiłam związać z firmą C. S.A., w której zaproponowano mi objęcie funkcji Wiceprezesa Zarządu. C. jest firmą, która podobnie jak K. zajmuje się zarządzaniem wierzytelnościami. i. dysponuje wysoko zaawansowanymi technologiami (system informatyczny Call Center) oraz zespołem niezwykle zdolnych, kreatywnych pracowników jak i również rozsądnym i doświadczonym managementem. Potencjał, który posiada C. przekonał mnie, iż ta firma jest w stanie osiągnąć sukces rynkowy oraz stać się liderem w branży zarządzania wierzytelnościami. Mając na uwadze nasze dotychczasowe kontakty, mam jednocześnie nadzieję, że wkrótce będziemy mieli okazję zacząć razem pracować.” Po odejściu M. G. i osób z nią współpracujących do dotychczasowych klientów Spółki „K.” oferty składała Spółka „C”. Część z tych ofert była sporządzona na formularzu opracowanym u pozwanej. Także Telewizja [...], która jako klient

pozwanej została pozyskana przez M. G. i prezesa zarządu pozwanej, później nawiązała współpracę ze Spółką „C”.

Pod koniec 2003 r. Spółka „K.” wysłała do części swoich klientów, m. in. do P. S.A., pismo, w którym na wstępie stwierdziła, że z okazji końca roku, co tradycyjnie stanowi okres podsumowań i wyznaczania celów na przyszłość, chciałyby podziękować za kolejny rok owocnej współpracy, podzielić się dumą z dotychczasowych osiągnięć i przedstawić perspektywy dalszego rozwoju. W dalszej części pismo zawierało informacje o ilości spraw powierzonych pozwanej do windykacji, procentowym zwiększeniu przychodów w stosunku do roku poprzedniego, otrzymaniu prestiżowych nagród i certyfikatu wysokiej jakości usług, nawiązaniu współpracy z określonymi specjalistami w branży, utrzymywaniu kontaktów z określonymi stałymi klientami, a ponadto – o planowaniu nowych rozwiązań w usługach dotychczas świadczonych i nowych usług oraz nowych inwestycji. Pismo wyrażało ocenę, że rok 2003 był dla pozwanej niezwykle udany i umocnił pozycję pozwanej jako lidera na rynku masowych wierzytelności oraz nadzieję, że dotychczasowa współpraca przyniosła adresatowi oczekiwane efekty a gwarancją wysokiej skuteczności realizowanych dla adresata usług jest stałe podnoszenie jakości przedstawianej oferty. W piśmie zamieszczony też został następujący passus: „niestety, nie wszyscy nasi pracownicy wytrzymali presję rosnących wymagań. Być może otrzymaliście Państwo już ofertę współpracy od konkurencyjnej dla nas firmy „C”. Mamy powody sądzić, że została ona opracowana przez osoby, które wcześniej obsługiwały Państwa firmę jako pracownicy firmy K., znające nasze produkty oraz strategię działania. Oferowana propozycja nawiązania współpracy z Państwem wystawia jej autorom jednoznaczne świadectwo etyczne i prawne”.

Powyższy fragment w rozpoznawanej sprawie powódka wskazała jako zaświadczący o dopuszczeniu się przez pozwaną czynu nieuczciwej konkurencji.

Przystępując do oceny skargi kasacyjnej należało w pierwszej kolejności rozważyć zarzut naruszenia przepisów postępowania, ponieważ ten zarzut, jako zmierzający do wzruszenia stanu faktycznego, będącego podstawą rozstrzygnięcia w zaskarżonym wyroku, wyznaczał następne rozważania w kwestii zarzuczonego

naruszenia prawa materialnego. Powyższy zarzut był chybiony. Pomijając już, że w istocie sprowadzał się do zakwestionowania sposobu sporządzenia przez Sąd Apelacyjny uzasadnienia zaskarżonego orzeczenia, a taki zarzut nie mieści się w podstawach z art. 382, 233 w zw. z 391 k.p.c., oraz pomijając, że skarga kasacyjna nie może odnosić się do ustalenia faktów ani oceny dowodów (art. 398³ § 3 k.p.c.) należy zauważyć, że skarżąca nie wskazała jakie dowody pominął Sąd Apelacyjny i jakie miało to znaczenie dla wyniku sprawy. W rzeczy samej ustalony w zaskarżonym wyroku stan faktyczny w części był bezsporny (co do fragmentu cyt. wyżej pisma), a w części oparty był na dowodach, których wiarygodności, strona powodowa nie kwestionowała ani w inny sposób nie zaprzeczała okolicznościom, o których zeznawali świadkowie i przedstawiciel pozwanej. Wymaga podkreślenia, że stwierdzenie Sądu Apelacyjnego o niepopelnieniu przez pozwaną czynu nieuczciwej konkurencji, nie było stwierdzeniem co do faktu lecz wyrażało ocenę prawną a to nie poddaje się kryterium wiarygodności.

Rację należało natomiast przyznać skarżącej, że oczywiście błędnie Sąd Apelacyjny uznał, iż art. 14 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przewiduje wyrządzenie szkody jako przesłankę czynu, oraz, że błędnie uznał, iż ciężar dowodzenia prawdziwości lub nieprawidłowości określonych informacji spoczywał na powódce. W sytuacji, gdy w piśmie do Spółki „P.” pozwana wysunęła zarzuty, odczytane przez powódkę jako dotyczące wykorzystania przez nią tajemnicy handlowej pozwanej, a powódka temu zaprzeczyła, to zarówno w ramach art. 16 jak i art. 14 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji ciężar dowodu prawdziwości tego zarzutu obciążał pozwaną (art. 18 „a” cyt. ustawy, art. 6 k.c.). W szczególności, także na tle art. 14 w/w ustawy, który rządzi się regułą ogólną wyrażoną w art. 6 k.c., obowiązek wykazania prawdy dotyczył pozwanej; nie sposób byłoby bowiem wymagać od powódki żeby wykazywała okoliczność negatywną.

Również trzeba się zgodzić ze skarżącą, że fragment pisma stanowiącego podłoże sporu pomiędzy stronami nie dotyczy tylko byłych pracowników pozwanej ale zarówno w swej treści jak i ostatecznej wymowie dotyczy powodowej Spółki. Dostatecznie przekonuje o tym wskazanie na „C.” jako oferenta oraz użycie liczby mnogiej przy stwierdzeniu wskazującym na autorstwo oferowanej propozycji

współpracy bez wyraźnego zastrzeżenia, że za autorów należy uważać tylko byłych pracowników pozwanej i dlatego.

Pomimo tego zaskarżony wyrok w ostateczności odpowiada prawu, w szczególności – nie narusza wymienionych w skardze kasacyjnej art. 14 i 16 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Generalnie przyjmuje się, że reklamą jest każda wypowiedź skierowana do potencjalnych konsumentów odnosząca się do towarów, usług a także przedsiębiorcy oferującego towary lub usługę, mająca na celu zachęcenie i skłonienie adresatów do nabywania towarów lub korzystania z usług. Zachęta może być wyrażona bezpośrednio, np. przez użycie określeń odpowiadających konkretnym czynnościom, w wyniku których nastąpi zbycie towarów lub usług albo pośrednio – przez stworzenie sugestywnego obrazu towarów i usług, a także samego przedsiębiorcy, w stopniu nasuwającym adresatom nieodpartą chęć nabycia towarów i usług.

Powyższych cech nie można przypisać pismu pozwanej do Spółki „P.”, którego fragment stał się przyczyną sporu w rozpoznawanej sprawie. Przede wszystkim, zostało ono skierowane do aktualnego klienta pozwanej, zatem – nie miało na celu pozyskanie klienta. Ponadto, w znacznej części poświęcone było wyeksponowaniu wyników już realizowanej współpracy oraz zapowiedzi jej dalszej poprawy co świadczy o zamiarze pozwanej utrzymania dotychczasowego klienta, nie zaś jego pozyskania. Ponadto – wbrew intencji pozwanej – pismo to w spornym fragmencie mogłoby zachęcić jego adresatów wręcz do nawiązania współpracy z konkurencyjną dla pozwanej Spółką „C.” gdyby adresaci ci bardziej cenili sobie osobiste kontakty z konkretnymi osobami, z którymi stykali się dotychczas aniżeli firmę, którą osoby te reprezentują i to bez względu na ocenę ich postępowania wyrażoną przez pozwaną. Z tych względów Sąd Najwyższy uznał, że przedmiotowe pismo w ogólności ani w spornym fragmencie nie stanowiło reklamy usług pozwanej ani jej samej jako przedsiębiorcy. Czyniło to bezprzedmiotowymi rozważania nie tylko odnośnie do kwestii reklamy porównawczej ale co do całej problematyki objętej przepisami art. 16 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej

konkurencji i skutkowało uznaniem, że zarzut skargi kasacyjnej co do naruszenia wymienionego art. 16 jest bezzasadny.

Również zarzut dotyczący art. 14 cyt. ustawy nie zasługiwał na uwzględnienie.

Przede wszystkim – wbrew stanowisku skarżącej – Sąd Apelacyjny nie ustalił, iż sporny fragment pisma pozwanej do jednego z jej klientów zawiera informację o wykorzystaniu tajemnicy handlowej pozwanej, a ściślej – uwzględniając, wyrażone wyżej stanowisko Sądu Najwyższego, przyznając rację skarżącej, że fragment ten odnosił się do powódki – o wykorzystaniu tajemnicy handlowej przez powódkę. W zaskarżonym wyroku Sąd Apelacyjny przyjął bowiem – podobnie jak Sąd Okręgowy -, że fragment ten wyrażał jedynie przypuszczenie pozwanej, iż byli pracownicy pozwanej, znający jej tajemnice handlowe, wykorzystali znajomość produktu pozwanej oraz jej strategii działania do opracowania ofert współpracy w imieniu firmy powódki kierowanych do dotychczasowych klientów pozwanej. Ustalenie Sądu, że pozwana wyraziła przypuszczenie, nie zaś stanowcze stwierdzenie, aczkolwiek odnosi się do tych samych faktów, tj. wykorzystania przez powódkę w jej ofertach tajemnicy handlowej pozwanej, rzutuje jednak w zasadniczy sposób na kryterium weryfikacji prawdziwości informacji rozpowszechnionych przez pozwaną. W razie stanowczego powołania się pozwanej na wykorzystanie jej tajemnic handlowych wykazaniu podlegałyby określone obiektywne zdarzenia; trzeba się zgodzić, że takich zdarzeń pozwana nie udowodniła. W przypadku natomiast wskazywania przez pozwaną w formie przypuszczającej na możliwość zaistnienia takich faktów wypowiedź pozwanej podlegała weryfikacji przy pomocy kryterium obiektywnej wiarygodności przesłanek prowadzących do wysunięcia przypuszczenia. Zdaniem Sądu Najwyższego, pozwana dowód taki skutecznie przeprowadziła. Większość bowiem ludzi rozsądnie myślących, dysponujących wiedzą o okolicznościach konfliktu pomiędzy działem marketingu i działem sprzedaży u pozwanej i towarzyszących odejściu części pracowników pozwanej od powódki oraz o poczynaniach M. G., a także samej powódki, w pozyskiwaniu dla Spółki „C.” klientów pozwanej mogłaby mieć takie same podejrzenia, tj. że powódka wykorzystwała przekazane jej przez byłych pracowników pozwanej wiadomości

specjalne, ogólnie niedostępne, dotyczące skutecznego pozyskiwania i utrzymywania klientów.

W tej sytuacji należało przyjąć - wbrew zarzutowi skarżącej – że pozwana dowiodła prawdziwości rozpowszechnionej przez nią w piśmie do Spółki „P.” informacji, wobec czego nie można jej przypisać czynu nieuczciwej konkurencji w świetle art. 14 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Z przedstawionych względów Sąd Najwyższy oddalił skargę kasacyjną (art. 398¹⁴ k.p.c.). O kosztach orzeczono na podstawie art. 98 § 1 i 108 § 1 k.p.c.