



Sygn. akt I NSKP 10/21

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 31 sierpnia 2021 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

Prezes SN Joanna Lemańska (przewodniczący)

SSN Adam Redzik (sprawozdawca)

SSN Grzegorz Żmij

Protokolant Przemysław Mazur

w sprawie z powództwa T. Spółki Akcyjnej w W.
przeciwko Przewodniczącemu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
o nałożenie kary pieniężnej,
po rozpoznaniu na rozprawie w Izbie Kontroli Nadzwyczajnej i Spraw Publicznych w
dniu 31 sierpnia 2021 r.
skargi kasacyjnej strony pozwanej od wyroku Sądu Apelacyjnego w [...] z 25 września 2019 r., sygn. akt VII AGa [...]:

- 1. oddala skargę kasacyjną;**
- 2. zasądza od Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na rzecz T. S.A. w W. kwotę 540 zł (pięćset czterdzieści złotych) tytułem zwrotu kosztów postępowania kasacyjnego.**

UZASADNIENIE

I.

I.1. Decyzją Nr [...] /2015 z 27 listopada 2015 r. Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (dalej: Przewodniczący KRRiTV albo Skarżący, Pozwany)

w punkcie 1 stwierdził naruszenie przez spółkę T. S.A. z siedzibą w W. – nadawcę programu X. (dalej: Spółka T. lub Powód/Powódka) – art. 17 ust. 1a ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz. U. 2015, poz. 1531 (dalej: u.r.tv.) oraz § 1 ust. 2 rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów, Dz.U. 2014, poz. 203 (dalej: rozporządzenie KRRiTV). W punkcie 2 decyzji nałożył na Spółkę T. karę pieniężną w wysokości 60 000 zł, a w punkcie 3 na podstawie art. 105 ust. 1 Kodeksu postępowania administracyjnego (dalej: k.p.a.) umorzył postępowanie w zakresie art. 17 ust. 1 u.r.tv. jako bezprzedmiotowe.

W uzasadnieniu decyzji wskazano m.in., że w ramach analizy dostarczonych przez Spółkę T. materiałów Przewodniczący KRRiTV ustalił, iż w dniach od 10 do 16 grudnia 2014 r. w programie X. wyemitowano wskazania sponsorskie właścicieli salonów i marki A. Zdaniem Przewodniczącego KRRiTV użycie we wskazaniu sponsorskim firmy A. sformułowania „A. – z (...)” z uwagi na swój promocyjny charakter stanowiło naruszenie art. 17 ust. 1a u.r.tv. Ponadto, w ocenie organu, warstwa wizualna wskazania sponsorskiego firmy A., skonstruowana według scenariusza odpowiadającego scenariuszowi reklamy, jest niezgodna z normą § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV.

Odwołanie od powyższej uchwały wniosła Spółka T..

I.2. Wyrokiem z 2 października 2017 r. Sąd Okręgowy oddalił powództwo.

W uzasadnieniu Sąd Okręgowy wskazał, że treść wskazań sponsorskich właścicieli salonów i marki A., rozpowszechnionych w dniach 10-16 grudnia 2014 r. w programach T., T.24, X. i Y. ustalił na podstawie nagrań dostarczonych przez Spółkę T. Wskazanie sponsorskie zostało skonstruowane w ten sposób, że w warstwie wizualnej na tle choinki widnieje para młodych ludzi. Kobieta otwiera pudełko, w którym znajduje się biżuteria, uśmiecha się do mężczyzny, który odwzajemnia uśmiech, a po chwili zawiesza bombkę na choince. W następnym ujęciu para uśmiecha się do siebie, po czym przytuleni obserwują padający za oknem śnieg. W trakcie przekazu w prawym górnym rogu widnieje napis A. Po chwili pojawia się napis „Sponsorem programu są właściciele salonów oraz marki

A.”, po czym napis ten znika i pojawia się sam napis „A.”. W tle słychać nastrojową muzykę oraz głos lektora, który mówi: „A. – z (...)”.

Sąd Okręgowy wskazał, że spór stron sprowadzał się do rozstrzygnięcia czy przekazy wyemitowane przez nadawcę w dniach 10-16 grudnia 2014 r. dotyczące właścicieli salonów i marki A. powinny być zakwalifikowane jako wskazania sponsorskie czy jako przekazy reklamowe w rozumieniu art. 4 pkt 17 u.r.tv., a co za tym idzie, czy nadanie przez Spółkę T. materiałów na antenie X. stanowiło naruszenie regulacji zawartych w art. 17 ust. 1a u.r.tv. oraz § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV.

Sąd Okręgowy podzielił stanowisko Przewodniczącego KRRiTV, że sporne wskazania sponsorskie zachęcają do zakupu towarów i usług poprzez specjalne, promocyjne do nich odniesienie. Wskazał, że cechą odróżniającą reklamę od wskazania sponsorskiego jest przede wszystkim czynnik emocjonalny, który ma na celu wpłynąć na zmianę zachowania odbiorców komunikatów reklamowych. Sąd Okręgowy nie miał wątpliwości co do tego, że sporne wskazanie sponsorskie ma cechy charakterystyczne dla reklamy, gdyż użyte w przedmiotowym przekazie sformułowanie „A. – z (...)” podkreśla walory towarów sprzedawanych pod marką A., przez co zachęca odbiorców do ich zakupu. Dodatkowo warstwa wizualna przekazu ma na celu wywołanie pozytywnych emocji u odbiorcy i skojarzenie produktów sponsora z tymi emocjami, a tym samym nakłonienie odbiorcy do zakupu towarów sponsora. Sąd Okręgowy podzielił stanowisko Przewodniczącego KRRiTV, że sponsor może posługiwać się we wskazaniu sponsorskim znakiem towarowym, ale może tak czynić tylko, gdy znak ten nie odnosi się w sposób promocyjny do towarów sponsora albowiem prowadziłoby to do obejścia ustawowych wymagań odnoszących się do reklamy. W rozważanej sytuacji, zdaniem Sądu Okręgowego, aby nie naruszyć § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV sponsor powinien był zaniechać użycia swojego znaku towarowego, gdyż zastosowanie tego znaku nadało przekazowi charakter reklamowy przez wartościujące określenie jego produktów.

Ponadto Sąd Okręgowy stwierdził, że wskazanie sponsorskie nie powinno nastroczać odbiorcy problemów z rozpoznaniem, że jest to wskazanie sponsorskie a nie reklama. Tymczasem w wyemitowanym przekazie została zatarta granica

między reklamą a wskazaniem sponsorskim. W ocenie Sądu Okręgowego nadanie fabuły przekazowi odnoszącemu się do właściciela marki A. oraz zawarcie w treści tego przekazu sformułowań wartościujących utrudnia odróżnienie wskazania sponsorskiego od przekazu reklamowego, a wręcz wywołuje u odbiorcy wrażenie, że oglądają typową reklamę.

Od wyroku Sądu Okręgowego apelację wniosła Strona Powodowa.

I.3. Wyrokiem z 25 września 2019 r. Sąd Apelacyjny uznał za zasadną apelację Spółki T.. W uzasadnieniu wskazał, że podziela ustalenia faktyczne Sądu Okręgowego (poza dwoma stwierdzeniami mającymi charakter omyłek), ale nie zgadza się z oceną prawną spornego wskazania sponsorskiego.

Zdaniem Sądu Apelacyjnego Sąd Okręgowy w sposób dowolny, z naruszeniem art. 233 § 1 k.p.c., dokonał ustaleń stanowiących podstawę przypisania spornym wskazaniom sponsorskim charakteru reklamy. W szczególności, zdaniem Sądu Apelacyjnego, nieprawidłowe było ustalenie, że warstwa wizualna wskazania sponsorskiego właścicieli salonów oraz marki A. została skonstruowana według scenariusza odpowiadającego scenariuszowi reklamy wyłącznie na podstawie dowodu w postaci nagrania na płycie CD oraz w oparciu o twierdzenia strony pozwanej. Zdaniem Sądu Apelacyjnego to, czy dany materiał wyemitowany w programie telewizyjnym ma cechy scenariusza reklamy oraz że bezpośrednio, w sposób promocyjny zachęca do zakupu towarów lub usług A. wymaga wiedzy specjalistycznej. Powyższe ustalenia, jak również stwierdzenie, że sporne wskazanie sponsorskie ma elementy perswazji właściwe reklamie Sąd Apelacyjny ocenił jako dokonane bez wymaganych w tym celu dowodów i wniosków dowodowych oraz bez należytego wyjaśnienia w treści uzasadnienia wyroku. Wskazał, że ciężar dowodu w tym zakresie spoczywał na Przewodniczącym KRRiTV, a Sąd nie miał w okolicznościach sprawy obowiązku działania z urzędu na podstawie art. 232 zd. 2. k.p.c.

Sąd Apelacyjny uznał, że na podstawie art. 17 ust. 1 u.r.tv. dopuszczalne jest posługiwanie się we wskazaniu sponsorskim znakiem towarowym, niezależnie od charakteru, wydziwku i odbioru tego znaku. Stwierdził, że bezpośrednie zachęcanie do zakupu wymaga odniesienia w treści przekazu do tej czynności oraz

produktu lub usługi, a oceniane wskazanie sponsorskie tych przesłanek nie spełnia. Wskazał też, że nie jest wykluczone skonstruowanie wskazania sponsorskiego jako przekazu zawierającego warstwę fabularną – opowiadającego pewną historię.

Ponadto, zdaniem Sądu Apelacyjnego, § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV jest niespójny z art. 17 ust. 1 u.r.tv., a tym samym w spornej decyzji kara pieniężna została nałożona na powodowego przedsiębiorcę na podstawie niejednoznacznych przepisów. Sąd Apelacyjny stwierdził też, że w zakresie, w jakim dochodzi do wymierzenia przedsiębiorcy kary pieniężnej zasady sądowej weryfikacji prawidłowości orzeczenia organu regulacyjnego powinny odpowiadać wymaganiom analogicznym do tych, które obowiązują sąd orzekający w postępowaniu karnym. Ponieważ naruszenie § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV jest obarczone sankcją karną, przepis ten powinien być sformułowany w sposób jednoznaczny, a tymczasem jego sformułowanie prowadzi do rozmycia kryteriów oceny zgodności z prawem. Sąd Apelacyjny uznał, że oczekuje się, iż w państwie prawa przepisy będą jasne, jednoznaczne i zrozumiałe, a jeżeli tak nie jest, to niejasności i wątpliwości nie mogą być interpretowane na niekorzyść strony. Zdaniem Sądu Apelacyjnego wymierzenie kary na podstawie niejednoznacznych przepisów byłoby z tymi standardami sprzeczne.

II.

II.1. Skargą kasacyjną z 20 lipca 2021 r. Przewodniczący KRRiTV zaskarżył wyrok Sądu Apelacyjnego w (...) z 25 września 2019 r. (sygn. akt VII Aga (...)).

W ramach podstawy określonej w art. 398³ § 1 pkt 2 k.p.c. zarzucił naruszenie przepisów postępowania, które miało wpływ na wynik sprawy tj.:

1. art. 327¹ § 1 pkt 2 k.p.c. w zw. z art. 386 § 1 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. poprzez wadliwe uzasadnienie zaskarżonego orzeczenia, uniemożliwiające kontrolę kasacyjną poprzez zaprezentowanie w uzasadnieniu wewnętrznie sprzecznych interpretacji § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV oraz niewyjaśnienie przyczyn uznania § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV za niejasny, niejednoznaczny i niezrozumiały, a tym samym niemogący być podstawą do nałożenia kary przez Przewodniczącą KRRiTV, co miało istotny wpływ na wynik sprawy;

2. art. 278 k.p.c. i art. 227 k.p.c. w zw. z art. 386 § 1 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. poprzez przyjęcie, że w sprawie są wymagane wiadomości specjalne, w sytuacji, gdy ocena, czy dane wskazanie sponsorskie narusza powszechnie obowiązujące przepisy prawa polega na „ocenie ustaleniu stanu prawnego i wykładni określonych przepisów ustawy i wydanych na jej podstawie” (pisownia oryginalna), a zatem nie wymaga przeprowadzenia badań lub wiedzy specjalnej;

3. art. 232 k.p.c. zdanie drugie, art. 278 k.p.c. i art. 227 k.p.c. w zw. z 386 § 1 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. poprzez nieprzeprowadzenie dowodu z urzędu przez wezwanie jednego lub kilku biegłych w celu zasięgnięcia ich opinii; zarzut ten został przedstawiony na wypadek nieuwzględnienia przez Sąd Najwyższy zarzutu wymienionego w punkcie poprzednim.

W ramach podstawy określonej w art. 398³ § 1 pkt 1 k.p.c. Skarżący zarzucił naruszenie prawa materialnego poprzez błędną wykładnię § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV poprzez przyjęcie, że istnieje niespójność § 1 ust. 2 z ustawą), co doprowadziło sąd do konkluzji, że § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV, ze względu na brak konkretyzacji przepisu ustawowego oraz zaciemnienie granic normy sankcjonowanej, nie może stanowić podstawy do nałożenia kary przewidzianej w art. 53 u.r.tv., w sytuacji, gdy § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV jest spójny z art. 17 ust. 1 u.r.tv. oraz innymi przepisami tej ustawy, w szczególności z art. 17 ust. 1a i 8 u.r.tv., art. 16 u.r.tv. oraz art. 4 pkt 16-22 u.r.tv., a jego naruszenie przez nadawcę powoduje po stronie Przewodniczącego KRRiTV obowiązek nałożenia kary przewidzianej w art. 53 u.r.tv.

Podnosząc powyższe zarzuty Skarżący wniósł o uchylenie zaskarżonego wyroku w całości oraz o przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania przez Sąd Apelacyjny w (...), a w przypadku nieuznania zasadności zarzutów naruszenia przepisów postępowania – o uchylenie w całości zaskarżonego wyroku i oddalenie apelacji powoda.

II.2. W odpowiedzi na skargę kasacyjną z 10 sierpnia 2020 r. Spółka T. wniosła o odmowę przyjęcia skargi kasacyjnej do rozpoznania z uwagi na brak którejkolwiek z przesłanek określonych w art. 398⁹ § 1 k.p.c. Z ostrożności procesowej Powódka wniosła o oddalenie skargi kasacyjnej przez wzgląd na brak podstaw kasacyjnych wskazanych przez Pozwaną, czyli naruszenia przez Sąd

Apelacyjny w (...), prawa procesowego (art. 398³ § 1 pkt 2 k.p.c.), jak i naruszenia prawa materialnego (art. 398³ § 1 pkt 2 k.p.c.). Ponadto wniosła o zasądzenie kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

II.3. Pismem z 13 października 2020 r. Przewodniczący KRRiTV wniósł replikę na odpowiedź na skargę kasacyjną, w której podtrzymał, że istnieje potrzeba przesądzenia przez Sąd Najwyższy, czy § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów), jest zgodny z art 17 u.r.tv. oraz innymi zapisami tej ustawy, tym samym, czy jego naruszenie obliguje Przewodniczącego KRRiTV do nałożenia kary przewidzianej w art. 53 u.r.tv.

W ocenie Przewodniczącego KRRiTV przesądzenie, czy ww. przepis może być podstawą do wymierzenia kary jest nie tylko istotne z punktu widzenia tej sprawy, ale działania całego rynku medialnego. Tym bardziej, że w zaskarżonym wyroku z dnia 25 września 2019 r. „Sąd Apelacyjny w (...) pierwszy raz uznał, że co do zasady ze względu na rzekome wady konstrukcyjne samego przepisu § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów nie może on stać się podstawą wydania decyzji o nałożeniu kary przez Przewodniczącego KRRiTV co stoi w całkowitej sprzeczności z dotychczasową linią orzecniczą”. Ponadto Przewodniczący KRRiTV odniósł się do wyroku Sądu Najwyższego z 8 listopada 2019 r. w sprawie I NSK 9/19, podkreślając, że w judykacie tym Sąd Najwyższy nie dokonał wykładni § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów.

I.4. 25 sierpnia 2021 r. Powódka wniosła pismo procesowe w toku postępowania, w którym wypowiedziała się w kwestii stanu prawnego sprawy, w związku z postanowieniem Sądu Najwyższego z 30 czerwca 2021 r., I NSK 5/21, odmawiającym przyjęcia skargi kasacyjnej od wyroku Sądu Apelacyjnego w (...) z 10 września 2020 r., VII AGa (...) (wydanym po uprzednim częściowym uchyleniu przez Sąd Najwyższy, I NSK 9/19, wyroku Sądu Apelacyjnego w (...) z 26 września 2018 r., VII AGa (...)). Powódka podtrzymała swoje dotychczasowe wnioski i

twierdzenia oraz wskazała, że w świetle uprawomocnienia się wyroku Sądu Apelacyjnego w (...) z 10 września 2020 r., VII AGa (...), „w obrocie prawnym funkcjonuje już prawomocne i nie podlegające zaskarżeniu skargą kasacyjną orzeczenie, zgodnie z którym wskazanie sponsorskie firmy A., nie stanowi naruszenia prawa”.

III.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

III.1. W orzecznictwie dotyczącym art. 328 § 2 k.p.c., którego odpowiednikiem jest obecnie art. 327¹ § 1 k.p.c., wskazuje się, że kasacyjny zarzut naruszenia powołanego przepisu jest usprawiedliwiony jedynie wyjątkowo, gdy wadliwość uzasadnienia uniemożliwia dokonanie kontroli kasacyjnej (m.in. wyroki Sądu Najwyższego: z 24 czerwca 2013 r., II UK 391/12; z 20 marca 2014 r., II CSK 386/13; postanowienia Sądu Najwyższego: z 20 września 2013 r., II PK 96/13; z 6 grudnia 2018 r., V CSK 261/18; z 13 grudnia 2018 r., I CSK 314/18). Takich wad nie można przypisać uzasadnieniu wyroku, którego treść pozwala na dokonanie kontroli orzeczenia, obejmującej prawidłowość wykładni i subsumpcji (postanowienie Sądu Najwyższego z 4 kwietnia 2019 r., III UK 231/18). Odnosząc te ustalenia do treści uzasadnienia zaskarżonego wyroku należy stwierdzić, że nie jest ono wadliwe w stopniu uniemożliwiającym prześledzenie toku wyводу, który doprowadził Sąd Apelacyjny do rozstrzygnięcia. W szczególności, wbrew twierdzeniom Skarżącego, nie można przyjąć, że w treści uzasadnienia zawarte zostały wzajemnie sprzeczne interpretacje § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV. Na podstawie uzasadnienia można stwierdzić, że zdaniem Sądu Apelacyjnego powołany przepis ma moc wiążącą i precyzuje treść regulacji ustawowej (s. 18), ale jednocześnie stopień jego sprecyzowania nie jest wystarczający, aby orzekać na tej podstawie kary pieniężne (s. 21). Chociaż zatem treść uzasadnienia w rozważanym zakresie wykazuje pewne mankamenty, to jednak pozwala na ustalenie toku wnioskowania Sądu Apelacyjnego, co czyni omawiany zarzut niezasadnym.

III.2. Odnosząc się do zarzutu naruszenia art. 278 k.p.c. i art. 227 k.p.c. w zw. z art. 386 § 1 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. należy zauważyć, że Sąd Apelacyjny nie stwierdził w sposób kategoryczny, aby rozstrzygnięcie sprawy wymagało wiadomości specjalnych, wymagających opinii biegłego. Sąd ten uznał, że twierdzenia pozwanego i nagranie spornego wskazania sponsorskiego nie są wystarczające dla dokonania ustaleń faktycznych, przyjętych przez Sąd Okręgowy za podstawę wyroku zaskarżonego apelacją. Dowód z opinii biegłego został wymieniony jedynie przykładowo, jako jeden z możliwych dowodów, o których przeprowadzenie mógł wnioskować Przewodniczący KRRiTV w ramach spoczywającego na nim ciężaru dowodu. Sąd Apelacyjny wskazał bowiem, że okoliczności podlegające udowodnieniu mogły zostać wykazane w różny sposób.

W tym kontekście należy przywołać art. 398³ § 1 pkt 2 k.p.c., w świetle którego naruszenie przepisów postępowania może stanowić podstawę skargi kasacyjnej, jeżeli uchybienie to mogło mieć istotny wpływ na wynik sprawy. Nawet w razie uwzględnienia zarzutu, że w sprawie nie były wymagane wiadomości specjalne, trzeba mieć na uwadze, że przeprowadzone dowody zostały ocenione przez Sąd Apelacyjny jako niewystarczające do ustalenia, że sporny materiał ma charakter reklamy. Tymczasem ocena dowodów zgodnie z art. 398³ § 3 k.p.c. pozostaje poza zakresem kontroli kasacyjnej Sądu Najwyższego. W związku z tym, że zarzucane uchybienie nie ma istotnego znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy, zarzut należało uznać za niezasadny.

III.3. Odrębnej oceny wymaga zarzut naruszenia art. 232 k.p.c. zd. 2, art. 278 k.p.c. i art. 227 k.p.c. w zw. z 386 § 1 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. poprzez nieprzeprowadzenie dowodu z opinii biegłego z urzędu. Przy czym zarzut ten został podniesiony, jak wskazał Pozwany, jako „dodatkowy”.

Przeprowadzenie takiego dowodu mogłoby skutkować uzupełnieniem materiału dowodowego w stopniu wystarczającym do ustalenia, że sporny materiał miał charakter reklamowy. Nieprzeprowadzenie dowodu z urzędu z naruszeniem przepisów prawa procesowego miałoby zatem wpływ na rozstrzygnięcie sprawy. W orzecznictwie przeważa pogląd, że przewidziana w art. 232 zd. 2 k.p.c.

możliwość dopuszczenia dowodu niewskazanego przez strony ma charakter wyjątkowy, jako odstępstwo od obowiązującej w postępowaniu cywilnym zasady kontradiktoryjności. Stanowi przy tym uprawnienie, nie zaś obowiązek sądu, a skorzystanie z niego uzależnione jest od oceny sytuacji procesowej w danej sprawie. Nieprzeprowadzenie dowodu przez sąd z urzędu tylko w szczególnym wypadku może uzasadniać podstawę kasacyjną (por. m.in. wyroki Sądu Najwyższego: z 5 listopada 1997 r., III CKN 244/97; z 12 grudnia 2000 r., V CKN 175/00; z 14 grudnia 2000 r.; z 17 kwietnia 2008 r., I CSK 79/08; z 21 stycznia 2015 r., II PK 61/14; z 24 kwietnia 2018; postanowienia Sądu Najwyższego: z 18 sierpnia 2020 r., IV CSK 129/19; z 10 lutego 2017 r., V CSK 296/16; z 26 stycznia 2018 r., V CSK 397/17).

Należy zwrócić uwagę, że zaskarżone orzeczenie zostało wydane w postępowaniu, w którym obie strony były reprezentowane przez profesjonalnych pełnomocników. Ponadto Sąd Apelacyjny uznał, że dowód z opinii biegłego nie był konieczny do rozstrzygnięcia sprawy, a okoliczności istotne dla jej rozstrzygnięcia mogły zostać wykazane przy pomocy różnych dowodów. Z powyższych względów również ten zarzut należało uznać za niezasadny.

III.4. Według Skarżącego błędna wykładnia prawa materialnego polegała na przyjęciu przez Sąd Apelacyjny, że § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV jest niespójny z art. 17 u.r.tv. i ze względu na brak konkretyzacji przepisu ustawowego oraz zaciemnienie granic normy sankcjonowanej nie może stanowić podstawy do nałożenia kary przewidzianej w art. 53 u.r.tv.

Sąd Apelacyjny przyjął, że sprawa z odwołania od decyzji nakładającej karę pieniężną na przedsiębiorcę prowadzącego działalność gospodarczą w zakresie nadawania programów telewizyjnych powinna zostać rozpoznana z uwzględnieniem standardów ochrony praw oskarżonego obowiązujących w postępowaniu karnym (w tym zasady *in dubio pro reo*), przez co niejasności i wątpliwości co do treści przepisów prawa nie mogą być interpretowane na niekorzyść strony. Jest to standard osadzony w Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, sporządzonej w Rzymie 4 listopada 1950 r. (dalej: EKPCz) oraz Konstytucji RP.

Mając ten standard na uwadze, podkreślić należy, że kary administracyjne nie są karami kryminalnymi, a zatem odpowiednie stosowanie standardów prawa kryminalnego (karnego) ma określone granice wynikające z istoty prawa i postępowania administracyjnego. Kara administracyjna jest skutkiem zaistnienia stanu niezgodnego z prawem. Standardem jest, że gdy nie ma wątpliwości co do zaistnienia owego stanu, to karę administracyjną można nałożyć, ale gdy takie wątpliwości się pojawiają, to organ administracyjny winien skorzystać z zasady, że wątpliwości działają na korzyść podmiotu, wobec którego prowadzone jest postępowanie.

Powyższe potwierdza bogate orzecznictwo Sądu Najwyższego, ale także orzecznictwo Trybunału Konstytucyjnego oraz Europejskiego Trybunału Praw Człowieka.

W orzecznictwie Sądu Najwyższego utrwalony jest pogląd, że kary pieniężne nakładane przez organy regulacji rynku nie mają charakteru sankcji karnych (kar kryminalnych). Jednakże w zakresie w jakim dochodzi do wymierzenia przedsiębiorcy kary pieniężnej, zasady sądowej weryfikacji prawidłowości orzeczenia organu regulacji powinny odpowiadać wymaganiom analogicznym do tych, jakie obowiązują sąd orzekający w sprawie karnej (wyroki Sądu Najwyższego z: 5 stycznia 2011 r., III SK 32/10; 14 kwietnia 2010 r., III SK 1/10; 1 czerwca 2010 r., III SK 5/10; 21 września 2010 r., III SK 8/10;) 15 lutego 2019 r., I NSK 4/18, a także uchwała Sądu Najwyższego z 9 lipca 2019 r., I NSZP 1/19).

W wyroku z 19 września 2019 r. (I NSK 78/18) Sąd Najwyższy wskazał, że brak jest usprawiedliwionych podstaw do stosowania na gruncie odpowiedzialności administracyjnej instytucji uregulowanych w części ogólnej Kodeksu karnego w drodze analogii, gdyż postępowania karne i administracyjne stanowią całkowicie odrębne i niekonkurencyjne tryby postępowań. Toczą się one niezależnie od siebie i inne są również zasady odpowiedzialności. Administracyjna kara pieniężna ma charakter środka przymusu służącego zapewnieniu sprawnej realizacji zadań administracji wyznaczonych interesem publicznym. Jest skutkiem zaistnienia stanu niezgodnego z prawem (a nie popełnienia czynu zabronionego) i nakładana jest na podmiot bez związku z jego zawinieniem, a odpowiedzialność ma charakter obiektywny.

Natomiast w wyroku z 15 lutego 2019 r. (I NSK 4/18) Sąd Najwyższy zauważył, że uczynienie zadość wymaganiom analogicznym do tych, jakie obowiązują sąd orzekający w sprawie karnej nie oznacza ani konieczności, ani możliwości recypowania do spraw z zakresu regulacji, czy też ochrony konkurencji, instytucji prawa karnego materialnego. Sąd Najwyższy podkreślił przy tym, że odwołanie do standardów wynikających z EKPCz, służy zapewnieniu odpowiednich gwarancji proceduralnych, a nie zrównaniu standardu administracyjnego z karnym w zakresie przesłanek odpowiedzialności. Dla zapewnienia zgodności z EKPCz istotne jest, aby w postępowaniu w sprawie nałożenia kary pieniężnej spełnione zostały standardy wynikające z art. 6 Konwencji (por. wyrok Sądu Najwyższego z 5 stycznia 2011 r., III SK 32/10). Spełnienie ich sprowadza się do respektowania przez sąd rozpoznający odwołanie od decyzji zasady, iż to organ administracyjny powinien wykazać, że zachodzi stan faktyczny uzasadniający ukaranie przedsiębiorcy.

Powyższe zapatrywanie znajduje odzwierciedlenie w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Praw Człowieka (np. wyrok ETPCz z 24 września 1997 r. w sprawie 18996/91 Garyfallou ABBE p. Grecji; decyzja ETPCz z 23 marca 2000 r. w sprawie 36706/97 Ioannis Haralambidis, Y. Haralambidis-Liberpa Ltd p. Grecji).

Także w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego dominuje stanowisko dopuszczające odpowiednie uwzględnienie standardów odpowiedzialności karnej, wynikających z art. 42 Konstytucji RP w postępowaniach, które nie mają *stricte* karnego charakteru (wyroki Trybunału Konstytucyjnego: z 7 grudnia 1993 r., K 7/93; z 26 kwietnia 1995 r., K 11/94; z 27 lutego 2001 r., K 22/00; z 19 marca 2007 r., K 47/05).

Trybunał Konstytucyjny wskazał, że z art. 42 ust. 1 Konstytucji RP wynika między innymi zasada *nullum crimen sine lege certa* wymagająca zapewnienia prawidłowej konstrukcji przepisów dotyczących odpowiedzialności karnej. Przepisy prawa karnego powinny cechować precyzyjność, jasność oraz legislacyjna poprawność, gwarantująca ich komunikatywność wobec adresatów (zob. orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego: z 26 kwietnia 1995 r., K 11/94 i wyroki Trybunału Konstytucyjnego: z 19 lipca 2011 r., K 11/10; z 14 grudnia 2011 r., SK 42/09,).

Trybunał Konstytucyjny podkreślił, że wymagań wynikających z zasady *nullum crimen sine lege certa* nie spełniają wskazania ogólnikowe, niepełne, nieprecyzyjne czy też niejednoznaczne, które uniemożliwiałyby określenie kręgu zachowań karalnych (zob. wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 1 grudnia 2010 r., K 41/07) lub umożliwiały daleko idącą swobodę interpretacji co do znamion czynu zabronionego pod groźbą kary (wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 26 listopada 2003 r., SK 22/02).

W rozpoznawanej sprawie Sąd Apelacyjny przyjął, że sprzeczne ze wskazanymi standardami byłoby wymierzenie kary na podstawie przepisów, które w konkretnej sprawie prowadzą do rekonstrukcji normy niejednoznacznej co do stanu podlegającego ukaraniu, a ponadto na podstawie ustaleń dokonanych wyłącznie w oparciu o nagranie spornego materiału. Jak wskazano, sprzeczność ową Sąd Apelacyjny dostrzegł w regulacji rozporządzenia KRRiTV i ustawy o RiTV. Uzasadnienie zaskarżonego wyroku w rozważanym zakresie jest lakoniczne, pozwala jednak stwierdzić, że w rozpoznawanej sprawie wspomnianej niespójności Sąd Apelacyjny upatruje zarówno w niedookreśloności zastosowanych sformułowań, jak i w braku rozstrzygnięcia, czy dopuszczalne jest zastosowanie we wskazaniu sponsorskim znaku towarowego nawet o charakterze reklamowym, czy też nie.

Według art. 17 ust. 1 u.r.tv. wskazanie sponsora może zawierać tylko jego nazwę, firmę, znak towarowy lub inne oznaczenie indywidualizujące przedsiębiorcę lub jego działalność, odniesienie do jego towarów, usług lub ich znaku towarowego. Z kolei na podstawie art. 17 ust. 1a u.r.tv. wskazanie sponsora i żaden element tego wskazania nie może bezpośrednio zachęcać do zakupu lub najmu towarów lub usług, zwłaszcza przez specjalne, promocyjne do nich odniesienie. Z kolei w świetle § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV wskazanie sponsora nie może mieć charakteru reklamy w rozumieniu art. 4 pkt 17 u.r.tv.

Zauważyć należy, że rozporządzenie KRRiTV zostało wydane w wykonaniu delegacji ustawowej, zawartej w art. 17 ust. 8 u.r.tv., zgodnie z którym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji powinna określić między innymi sposób sponsorowania audycji lub innych przekazów, z uwzględnieniem zasad określonych w art. 7 ust. 1-7, w tym w szczególności czas emisji, wskazania sponsora oraz sposób

rozpowszechniania informacji o sponsorze. Zastosowane w § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV pojęcie reklamy zostało zdefiniowane (art. 4 pkt 17 u.r.tv.) jako przekaz handlowy, pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego, w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów lub usług; reklamą jest także autopromocja. W tym kontekście uzasadnione jest przywołanie definicji sponsorowania (art. 4 pkt 18 u.r.tv.): sponsorowaniem jest każdy wkład w finansowanie usługi medialnej lub audycji, przez podmiot, który nie dostarcza usług medialnych i nie produkuje audycji, w celu promocji jego nazwy, firmy, renomy, działalności, towaru lub usługi, znaku towarowego lub innego oznaczenia indywidualizującego.

Treść przedstawionych regulacji ustawy i rozporządzenia może budzić pewne wątpliwości z punktu widzenia jasnego rozgraniczenia zakresu zachowań dozwolonych i zabronionych w ramach publikowania wskazań sponsorskich, jednak nie w stopniu pozwalającym na możliwość kwestionowania powołanych przepisów jako dopuszczalnej podstawy prawnej nakładania sankcji w przedmiotowej sprawie. Sąd Najwyższy przyjął więc za częściowo zasadny zarzut zawarty w skardze kasacyjnej, kwestionujący uznanie przez Sąd Apelacyjny § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV za niejasny, niejednoznaczny i niezrozumiały, a tym samym niemogący być podstawą do nałożenia kary przez Przewodniczącego KRRiTV.

Zauważyć należy, że Sąd Apelacyjny skupił się na tym, że § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV jest niespójny z art. 17 ust. 1 u.r.tv., a tym samym kara pieniężna została nałożona na przedsiębiorcę na podstawie niejednoznacznych przepisów, podczas gdy standardy prawa karnego, stosowane także w postępowaniu administracyjnym, a mające zakorzenienie w Konstytucji RP oraz EKPCz, uniemożliwiają karanie w przypadku, gdy podstawa do ukarania jest niejasna. Konieczne jest przy tym uwzględnienie specyfiki postępowania administracyjnego i kar administracyjnych – o czym wyżej. Gdy nie ma to miejsca, to dochodzi do zbytniego uproszczenia i zniekształcenia analizowanych uregulowań, a w konsekwencji do uznania, że § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV nie może być podstawą do nałożenia kary. Sąd Apelacyjny błędnie utożsamiał niejednoznaczność przepisów z ich niespójnością. Równocześnie sam, w zaskarżonym wyroku usunął

wskazaną niespójność, dokonując wykładni norm stanowiących podstawę nałożenia kary, wskazując że przepis § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV winien być odczytywany w związku z art. 17 ust. 1 u.r.tv. oraz w związku z regulacjami konwencyjnymi i konstytucyjnymi.

Tym samym nie istnieje, zgłaszane przez Pozwanego, niebezpieczeństwo braku możliwości nakładania na podmioty prowadzące działalność gospodarczą w obszarze radiofonii i telewizji kar za naruszenie art. 17 ust 1 i 1a u.r.tv – w związku z brakiem precyzji § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV. Przede wszystkim regulacja ustawowa stanowi samoistną podstawę do procedowania przez Radę i oceny zachowań nadawcy – z zachowaniem wskazanych zasad postępowania. Ponadto, w konkretnej sprawie organ powinien ustalić, czy użyty we wskazaniu sponsorskim znak towarowy wyraża bezpośrednią zachętę do zakupu lub najmu konkretnych towarów lub usług, a wątpliwości rozstrzygać na korzyść nadawcy – § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV winien być odczytywany w zgodzie z art. 17 u.r.tv. oraz wskazanymi standardami. Sytuacja, gdy znak towarowy jest wykorzystywany jako część spotów reklamowych i reklam (niezależnie od tego czy słownych czy graficznych) nie jest tożsama z tym, że samoistnie staje się on reklamą, częścią reklamy, ma charakter reklamy w rozumieniu § 1 ust. 2 rozporządzenia KRRiTV, czy też przez zamieszczenie go we wskazaniu sponsorskim nabiera ono cech charakterystycznych dla reklamy.

Znakiem towarowym może być każde oznaczenie umożliwiające odróżnienie towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa oraz możliwe do przedstawienia w rejestrze znaków towarowych w sposób pozwalający na ustalenie jednoznacznego i dokładnego przedmiotu udzielonej ochrony. W szczególności może być to wyraz, włącznie z nazwiskiem, rysunek, litera, cyfra, kolor, forma przestrzenna, w tym kształt towaru lub opakowania, a także dźwięk (art. 2 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej (Dz.U. 2013, poz. 1410, ze zm.). Użycie we wskazaniu sponsorskim znaku towarowego, a takim jest słowny znak towarowy „z (...)”, któremu udzielone zostało prawo ochrony we wrześniu 2007 r., nie oznacza, że wskazanie to ma charakter reklamy. Niesporne jest też, że wskazanego znaku towarowego użyto w fabularyzowanym wskazaniu sponsorskim w zestawieniu z innymi

zarejestrowanymi znakami towarowymi – słownym i słowno-graficznym znakiem towarowym „A.”.

Rozważany zarzut naruszenia prawa materialnego należało zatem uznać za częściowo zasadny, ale nie w stopniu uzasadniającym uwzględnienie skargi kasacyjnej.

III.5. Mając na uwadze powyższe, Sąd Najwyższy na podstawie art. 398¹⁴ k.p.c. i art. 108 § 1 k.p.c. w związku z art. 398²¹ k.p.c. orzekł jak w sentencji.