

Andrzej Tomaszek

Czy kres niedozwolonych praktyk? Nowa ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

Palestra 37/5-6(425-426), 10-17

1993

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Czy kres niedozwolonych praktyk?

Nowa ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

20 maja prezydent podpisał nową ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W ten sposób kilkunastomiesięczny proces legislacyjny, rozpoczęty jeszcze 1991 roku, zakończył się opracowaniem projektu przez doborową grupę ekspertów działających pod egidą Urzędu Antymonopolowego. W maju 1992 roku ówczesny rząd skierował projekt do łaski marszałkowskiej. Sejm po zapiniowaniu przez sześć komisji (handlu i usług, polityki gospodarczej, budżetu i finansów, sprawiedliwości oraz ustawodawczej) uchwalił go po drugim czytaniu w dniu 19.02.1993 roku. Najgłośniejsze spory toczyły się wokół kwestii dopuszczalności reklamy papierosów, alkoholu i leków. Bezwzględny zakaz ich reklamy przyjęty przez Sejm, został w odniesieniu do papierosów zliberalizowany przez Senat, z czym Sejm zgodził się ostatecznie 16.04.1993r. Wkrótce nowa ustawa zostanie opublikowana, a po sześciomiesięcznym okresie *vacatio legis* wejdzie w życie. Akt ten reguluje jedną z najważniejszych zasad w gospodarce rynkowej – zasadę uczciwej konkurencji przedsiębiorców na wolnym rynku. Stanowi on, obok ustawy z 14 lutego 1990 r. o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym, istotne dopełnienie dziedziny określanej jako prawo konkurencji. O ile prawo antymonopolowe (*antitrust law*, *Kartel-*

recht) zajmuje się zachowaniami godzącymi w swobodę konkurencji, to prawo przeciwko nieuczciwej konkurencji (*law against unfair competition*, *Wettbewerbrecht*) traktuje o zachowaniach godzących w uczciwość konkurencji. Ustawa o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym nie obejmuje zatem problematyki uczciwości w obrocie oraz skutków naruszenia w tym względzie przepisów prawa i dobrych obyczajów, gdyż zagadnienia te podlegają przepisom ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji¹.

W krajach o rozwiniętej gospodarce rynkowej obie grupy przepisów (przeciwko działalności monopolistycznej oraz przeciwko nieuczciwej konkurencji) dopełniają się, kształtując reguły gry na rynku. A że obrót gospodarczy jest procesem dynamicznym, przynoszącym coraz to nowe, nie obojętne dla prawa wydarzenia, w obu tych dziedzinach nie brakuje interesującego orzecznictwa i literatury naukowej.

Stara ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 2.08.1926 roku, lakoniczna w treści i pozbawiona od 1.01.1970 roku przepisów karnych, nie zapewniała należytej ochrony przed nieuczciwymi praktykami na rynku ani podmiotom gospodarczym, ani konsumentom. W 1991 roku trzeba było nawet uchwały Trybunału Konstytucyjnego, aby potwierdzić fakt jej obowiązywania. W piśmiennictwie wskazywano wielokrotnie na negatywne zjawis-

ka wynikające z niedostatków starej ustawy i postulowano szybkie uchwalenie nowej².

Nowa ustawa reguluje kwestię zapobiegania i zwalczania nieuczciwej konkurencji w działalności gospodarczej, w szczególności w produkcji przemysłowej i rolniej, budownictwie, handlu i usługach (art.1). Jednocześnie nie precyzuje jednak pojęcia konkurencji. Na podstawie dotychczasowego orzecznictwa można stwierdzić, iż **konkurencja to „rywalizacja co najmniej dwóch podmiotów w dążeniu do osiągnięcia tego samego celu, ale z jednoczesnym działaniem zmierzającym do uzyskania przewagi**. Konkurencja gospodarcza rozumiana jako zespół środków i czynników mających ukazać atrakcyjność i siłę przedsiębiorstwa jest nieodłącznym elementem wolności handlowej i przemysłowej w warunkach gospodarki rynkowej”. Na tle konkretnego stanu faktycznego, polegającego na stworzeniu niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd odbiorców co do tożsamości przedsiębiorstwa, **Sąd Najwyższy szeroko zinterpretował pojęcie konkurencji stwierdzając m.in., że „nawet działalność w dziedzinach pokrewnych może uzasadniać istnienie stosunku konkurencyjnego i stanowi dostateczną podstawę do udzielenia ochrony”**. Ochrona ta istnieje przez czas nieograniczony i może być realizowana za pomocą różnicowanych środków, w zależności od stopnia naruszenia interesu przedsiębiorstwa i sposobu działania krzywdziciela³.

Intencją współczesnego ustawodawcy jest objęcie prawem konkurencji maksymalnie szerokiego kręgu podmiotów – wszystkich uczestników życia gospodar-

czego. Dlatego w art. 1 nowej ustawy, określającym zakres jej stosowania, użyto terminu „przedsiębiorca”, a dalej (art.2) sprecyzowano, że przedsiębiorcami w rozumieniu ustawy są osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nie posiadające osobowości prawnej, które prowadząc, chociażby ubocznie, działalność zarobkową lub zawodową uczestniczą w działalności gospodarczej. Zagraniczne osoby fizyczne i prawne korzystają z uprawnień wynikających z ustawy na podstawie umów międzynarodowych lub na zasadzie wzajemności (art.4)⁴.

Prawo konkurencji kształtując zasady zachowań na rynku służy przede wszystkim przedsiębiorcom, ale chroni również interes publiczny i zwykle uszkodzonego na skutek nieuczciwych praktyk konsumenta. Ustawa nie precyzuje (byłoby to niewykonalne) wszystkich przypadków nieuczciwej konkurencji. Wzorem rozwiązań przyjętych w innych krajach zawiera klauzulę generalną, iż **czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeśli narusza interes innego przedsiębiorstwa lub klienta** (art. 3 ust.1). Jako przykłady takich czynów wymienia ustawodawca: wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa, fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów lub usług, naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa, nakłanianie do rozwiązania lub nie wykonania umowy, naśladownictwo produktów, pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie, utrudnianie dostępu do rynku, wreszcie nieuczciwą lub zakazaną reklamę (art.3 ust.2). Każdy z wymienionych przypadków zasługuje na obszernie omówienie. Dla potrzeb

niniejszego opracowania wystarczyć muszą podstawowe informacje.

Oznaczanie przedsiębiorstwa w sposób mogący wprowadzić w błąd klientów co do jego tożsamości to nieuczciwa praktyka coraz częściej spotykana w rodzimym obrocie gospodarczym. Firma i nazwa handlowa są dobrami zasługującymi na szczególną ochronę. Zdobycie dla swego przedsiębiorstwa renomy na rynku (*goodwill*) wymaga niejednokrotnie wielu lat nienagannej działalności, ma więc swoją wartość. „Kradzież” firmy lub nazwy przedsiębiorstwa nie może zatem być akceptowana przez prawo i powinna być uznana za niedopuszczalną również w społecznym odbiorze. Firma chroniona jest odpowiednimi przepisami kodeksu handlowego (w szczególności art. 35, 37 i 38), a nazwa artykułami kodeksu cywilnego o ochronie dóbr osobistych (art.43 w związku z art. 23 i 24), ale ochrona ta, choć bezwzględna, ma ograniczony zasięg⁵. Dlatego prawo przeciwko nieuczciwej konkurencji, jako zbiór norm dających ochronę dalej idącą, odgrywać tu będzie podstawową rolę.

Używanie firmy, nazwy, godła, skrótu literowego lub innego charakterystycznego symbolu, używanego wcześniej zgodnie z prawem dla oznaczenia innego przedsiębiorstwa, jest nieuczciwe (art.5). Jeżeli na skutek likwidacji, podziału lub przekształcenia przedsiębiorstwa powstanie wątpliwość, który z przedsiębiorców ma prawo używać tego oznaczenia, należy ustalić takie oznaczenia, które zapobiegą wprowadzeniu w błąd osób trzecich. Oznaczenia takie może ustalić sąd na żądanie zainteresowanego przedsiębiorcy (art.7).

Jeśli oznaczenie przedsiębiorstwa na-

zwiskiem przedsiębiorcy może wprowadzić klientów w błąd co do tożsamości z przedsiębiorstwem, które wcześniej używało podobnego oznaczenia, naruszytel powinien podjąć kroki w celu usunięcia niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd. Jeśli tego nie czyni, sąd może nakazać mu podjęcie stosownych środków zapobiegających, a w szczególności wprowadzenie zmian w oznaczeniu przedsiębiorstwa, ograniczenie zakresu terytorialnego używania oznaczenia lub używanie go w określony sposób (art.6).

Tak jak wymienione przepisy mają na celu ochronę oznaczenia przedsiębiorstwa, tak postanowienia art.8, 9 i 10 ustawy zajmują się ochroną **oznaczeń towarów i usług**. Bezwzględną ochronę tych oznaczeń, które są znakami towarowymi zarejestrowanymi w Polsce, zapewnia ustawa o znakach towarowych. Czynem nieuczciwej konkurencji jest natomiast takie oznaczenie towarów i usług (albo jego brak), które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych ich cech. Niedozwolone jest również wprowadzenie do obrotu towarów w opakowaniu mogącym wywołać powyższe skutki, chyba że zastosowanie takiego opakowania jest uzasadnione względami technicznymi (art.10).

Ponieważ na decyzję klienta o zakupie ma wpływ **pochodzenie geograficzne** towaru (np. winogrona z Grecji, a nie krajowe, czy pomarańcze z Hiszpanii, a nie z Kuby), nieuczciwe jest opatrywanie produktów lub usług w fałszywe lub oszukańcze oznaczenie geo-

graficzne, wskazujące bezpośrednio lub pośrednio na kraj, region lub miejscowość ich pochodzenia. Używanie takiego oznaczenia w działalności handlowej, reklamie, listach handlowych, rachunkach lub innych dokumentach jest niedopuszczalne. Jeżeli towar lub usługa w miejscu swego pochodzenia korzysta z ochrony, a z pochodzeniem z określonego regionu lub miejscowości związane są ich szczególne cechy lub właściwości (np. piwo z Żywca, czy herbata Madras), fałszywe lub oszukańcze używanie takich geograficznych oznaczeń regionalnych, nawet z dodatkiem takim, jak „rodzaj”, „typ” czy „metoda”, jest czynem nieuczciwej konkurencji. Trzeba však pamiętać, iż niektóre nazwy utraciły swój pierwotny charakter i nie są już chronione (np. woda kolońska, sznycel wiedeński).

W ustawie znajduje się też zakaz tzw. niewolniczego naśladownictwa. **Naśladowanie gotowego produktu** polegające na tym, że za pomocą technicznych środków reprodukcji jest kopiowana zewnętrzna jego postać, jest nieuczciwą praktyką, jeśli może wprowadzić klientów w błąd co do tożsamości producenta lub produktu. Jest natomiast dozwolone naśladowanie cech funkcjonalnych produktu, zwłaszcza budowy, konstrukcji formy zapewniającej jego użyteczność. Naśladowca zobowiązany jest jednakże odpowiednio oznaczyć swój produkt, jeżeli naśladowanie jego cech funkcjonalnych wymaga uwzględnienia charakterystycznej formy produktu i może to wprowadzić klientów w błąd (art. 13)⁶.

Sporo uwagi poświęcił ustawodawca zagadnieniu przepływu istotnych dla przedsiębiorstwa informacji. Informacje techniczne, technologiczne, handlowe

lub organizacyjne nie ujawnione do publicznej wiadomości, o ile przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności, są **tajemnicą przedsiębiorstwa**. Czynem nieuczciwej konkurencji jest przekazanie, ujawnienie lub wykorzystanie takich cudzych informacji lub ich nabycie od osoby nieuprawnionej. Jeśli nabywca odpłatnie nabył informacje od nieuprawnionego, ale w dobrej wierze, zarzut nieuczciwej praktyki nie będzie wobec niego uzasadniony, ale sąd może zobowiązać go do zapłaty stosownego wynagrodzenia za korzystanie z nabytych informacji, nie dłużej jednak niż do ustania stanu tajemnicy. Obowiązek zachowania tajemnicy w powyższym zakresie ciąży też na osobie, która nie jest związana z przedsiębiorstwem, lecz na podstawie umowy o pracę lub innego stosunku prawnego świadczyła tam pracę. Przez okres trzech lat od ustania pracy nie może ona ujawniać tajemnic przedsiębiorstwa, chyba że ustał stan tajemnicy lub umowa pomiędzy tą osobą i przedsiębiorstwem stanowi inaczej (art. 11).

Zakazane jest także **rozpowszechnianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd wiadomości** o przedsiębiorcy lub przedsiębiorstwie w celu przysporzenia korzyści sobie lub zaszкодzeniu innemu przedsiębiorcy. Chodzi tu w szczególności o informacje o osobach kierujących przedsiębiorstwem, wytwarzanych towarach i usługach, stosowanych cenach, sytuacji gospodarczej i prawnej przedsiębiorstwa lub przedsiębiorcy (art. 14).

Nieuczciwe w świetle przepisów ustawy jest **nakłanianie** – w celu przysporzenia sobie lub innemu podmiotowi korzyści albo szkodzeniu przedsiębiorcy – osoby świadczącej pracę **do nie wyko-**

niania lub nienależytego wykonania jej obowiązków. Nakłanianie w tym samym celu klientów innych przedsiębiorców do rozwiązania z nimi umowy, nie wykonania umowy lub nienależytego jej wykonania jest również niedopuszczalne (art.12). Tylko związki zawodowe działające zgodnie z przepisami o rozwiązywaniu sporów zbiorowych nie podlegają w tym zakresie przepisom ustawy. Warto pamiętać, iż przepisy przeciwko nieuczciwej konkurencji w odniesieniu do pracowników i członków władz przedsiębiorstwa zawiera też znowelizowana ustawa o działalności gospodarczej⁷.

Ustawodawca za czyn nieuczciwej konkurencji uznał **utrudnianie** innym przedsiębiorcom **dostępu do rynku**. Działaniem takim jest w szczególności sprzedaż towarów poniżej kosztów ich wytwarzania lub świadczenie i odsprzedaż towarów poniżej kosztów zakupu, jeśli ma to na celu eliminację innych

przedsiębiorców (dumping), nakłanianie osób trzecich do odmowy sprzedaży innym przedsiębiorcom albo zakupu od innych przedsiębiorców (nakłanianie do bojkotu) oraz rzeczowo nieuzasadnione różnicowane traktowanie niektórych klientów (dyskryminacja) (art.15). Ustawa nie zawiera, choć pierwotnie to projektowano, zezwolenia na zniżenie cen przy wyprzedaży sezonowej czy likwidacyjnej oraz tzw. sprzedaży jubileuszowej.

Nie zostało, wbrew pierwotnym zamierzeniom, zakazane uzależnianie sprzedaży towarów i usług do pozyskania przez drugą stronę innych klientów do nabycia tego towaru, czy usługi na tych warunkach (umowa lawinowa), Nowa ustawa powinna natomiast postawić tamę nieuczciwej reklamie. Ustawodawca sprecyzował, jaka reklama jest czynem nieuczciwej konkurencji i kto ponosi za nią odpowiedzialność. Z uwagi na swą obszerność, zagadnienie to zasługuje na odrębne opracowanie⁸.



Rys. Tomasz Terlecki

Dokonanie czynu nieuczciwej konkurencji powoduje odpowiedzialność cywilną, a w przypadkach określonych w ustawie odpowiedzialność karną lub karno-administracyjną.

Przedsiębiorca, którego interes został zagrożony lub naruszony, może wystąpić przeciwko naruszcycielowi z powództwem o zaniechanie niedozwolonych działań, usunięcie ich skutków i złożenie jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. Spośród roszczeń majątkowych można żądać, na zasadach ogólnych, naprawienia wyrządzonej szkody i wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści. Sąd na wniosek uprawnionego może orzec także o wyrobach, ich opakowaniach, materiałach reklamowych i innych przedmiotach bezpośrednio związanych z popełnieniem czynu nieuczciwej konkurencji. Chodzi w szczególności o możliwość orzeczenia ich zniszczenia lub zaliczenia na poczet odszkodowania (art.18). Wymienione roszczenia ulegają przedawnieniu z upływem trzech lat, a art. 442 k.c. stosuje się odpowiednio. Bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie dla każdego naruszenia (art. 20).

Legitymację czynną mają wszyscy przedsiębiorcy, których interes został naruszony lub zagrożony, a w zakresie trzech wymienionych roszczeń majątkowych, za wyjątkiem przypadków wskazanych w ustawie, również krajowe i regionalne organizacje, których celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów lub przedsiębiorców (art.19). To ostatnie rozwiązanie jest istotnym *novum* w porównaniu z obecnym stanem prawnym, choć trzeba podkreślić, iż

nowa ustawa, kierując się konsekwentnie tylko do przedsiębiorców, nie daje takiej legitymacji pojedynczym konsumentom, pozostawiając im możliwość dochodzenia roszczeń tylko na zasadach ogólnych.

Legitymowany czynnie przedsiębiorca i wymienione organizacje mogą wnosić o wydanie zarządzenia tymczasowego zakazującego w szczególności zbywania lub innego wprowadzania do obrotu określonych towarów lub prowadzenia reklamy określonej treści. Uprawniony do rozpoznania wniosku jest nie tylko sąd właściwy dla siedziby (miejsca zamieszkania) pozwanego, ale także sąd, w którego okręgu znajduje się mienie tej osoby, lub gdzie nastąpił czyn nieuczciwej konkurencji. Sąd orzeka w tej kwestii na posiedzeniu niejawnym w składzie jednoosobowym. Ustawa, odmiennie od pierwotnego projektu, nie określa terminu dla rozpoznania wniosku o zabezpieczenie powództwa, wskazując tylko, iż winno to nastąpić niezwłocznie⁹.

Szkoda, że zabrakło w ustawie zarówno delegacji dla Rady Ministrów do wydania przepisów umożliwiających urzędowi celnyemu zatrzymywanie na granicy towarów oznaczonych w sposób sprzeczny z ustawą o nieuczciwej konkurencji i ustawą o znakach towarowych, jak i *expressis verbis* upoważnienia sądu do ustanowienia, w ramach zarządzania tymczasowego, zakazu przewozu określonych towarów przez granicę. Odpowiednia delegacja dla rządu zawarta była w art. 16 poprzedniej ustawy, a wskazane upoważnienie dla sądu przewidywał pierwotny projekt. Wobec bezsilności polskich służb celnych w przypadku importu do kraju

towarów bezprawnie oznaczonych znakami towarowymi innych firm, trudno zrozumieć przyjęcie takiego rozwiązania przez ustawodawcę.

Aby zapewnić skuteczną ochronę przed nieuczciwą konkurencją, w pierwszym projekcie ustawy przewidywano – analogicznie, jak dla zabezpieczenia nowacyjnego na podstawie art. 20 ust.3 o znakach towarowych – przepis szczególny wobec art. 730 i 731 k.p.c., wg którego w sprawach tego rodzaju osoba składająca wniosek o zabezpieczenie powództwa nie ma obowiązku wykazania, że brak zabezpieczenia uniemożliwi mu dochodzenie roszczenia, ani też że zabezpieczenie jest konieczne do wykonania orzeczenia w sprawie. Według tego projektu wniosek o zabezpieczenie dowodu mógł ograniczyć się do zwięzłego przedstawienia stanu faktycznego oraz wskazania potrzeby dokonania zabezpieczenia dowodu. W tekście przyjętym ostatecznie przez parlament pominięto te przepisy, co z pewnością nie ułatwi ochrony przed naruszeniami.

W razie wniesienia powództwa, oczywiście bezzasadnego, sąd może na wniosek pozwanego nakazać powodowi złożenie jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. Nadto pozwany, na skutek wniesienia takiego powództwa, może żądać naprawienia szkody na zasadach ogólnych (art. 22).

Postępowanie karne lub karno-administracyjne przeciwko nieuczciwym konkurentom wszcząć można tylko na wniosek (lub odpowiednio na żądanie) pokrzywdzonego lub organizacji zajmującej się ochroną interesów przedsiębiorców lub konsumentów. Zgodnie z nową ustawą karze pozbawienia wolności od lat dwóch,

ograniczenia wolności albo grzywny podlega:

- (a) ten, kto wbrew ciążącemu na nim obowiązkowi w stosunku do przedsiębiorcy, ujawnia innej osobie lub wykorzystuje we własnej działalności gospodarczej informację stanowiącą tajemnicę przedsiębiorstwa, jeżeli wyrządza to poważną szkodę przedsiębiorcy,
- (b) ten, kto uzyskawszy bezprawnie informację stanowiącą tajemnicę przedsiębiorstwa, ujawnia ją innej osobie lub wykorzystuje we własnej działalności gospodarczej (art. 23),
- (c) oraz ten, kto za pomocą technicznych środków reprodukcji, kopiuje zewnętrzną postać produktu lub tak skopioną wprowadza do obrotu, stwarzając tym możliwość wprowadzenia klientów w błąd co do tożsamości producenta lub produktu, czym wyrządza poważną szkodę przedsiębiorcy (art. 24).

Wykroczeniem zagrożonym karą aresztu lub grzywny jest:

- (a) wprowadzanie klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów lub usług,
- (b) zatajanie ryzyka wiążącego się z korzystaniem z towarów i usług, jeśli wyrządza się w ten sposób istotną szkodę klientowi (art. 25),
- (c) rozpowszechnianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd wiadomości o przedsiębiorstwie, wytwarzanych towarach, świadczonych usługach lub stosowanych cenach albo o sytuacji gospodarczej lub prawnej

przedsiębiorstwa, tak w celu szkoderzenia przedsiębiorcy (oczernianie), jak i w celu przysporzenia korzyści majątkowej lub osobistej sobie, przedsiębiorstwu lub osobom trzecim.

Redakcja wymienionych przepisów nie wydaje się najszcześliwsza. Rozbudowane dyspozycje i brak definicji istotnych dla bytu przestępstwa czy wykroczenia pojęć („zewnątrzna postać produktu”, a także „istotna szkoda” i „nieprawdziwe i wprowadzające w błąd wiadomości o przedsiębiorstwie”) pozwalają przypuszczać, iż zbudowanie zarzutu nie będzie w powyższych sprawach zadaniem łatwym, a przed sądami stoi konieczność wydawania precedensowych orzeczeń.

Nowa ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, pomimo wskaza-

nych braków, jest nowoczesnym aktem prawnym. Żywiłowy rozwój rodzimego obrotu gospodarczego niesie ze sobą nieuczciwe praktyki. Dobrze się zatem stało, że akt ten został wreszcie uchwalony. Aby odegrał on jednak oczekiwaną rolę, potrzeba z jednej strony docenienia jego wagi przez przedsiębiorców, a z drugiej utrwalenia w świadomości społecznej naganności czynów nieuczciwej konkurencji. Dla praktyków stosujących prawo mankamentem będzie z pewnością brak – ze zrozumiałych przyczyn – rodzimego orzecznictwa i precedensowy charakter przyszłych procesów. Możliwe jest tu jednak sięgnięcie do bogatego orzecznictwa i piśmiennictwa innych państw, które przyjęły podobne rozwiązania legislacyjne.

Przypisy:

¹ Zob. Wyrok Sądu Antymonopolowego z 19.09.1991 r. i glosę I. Wiszniewskiej, „Orzecznictwo Gospodarcze”, 1992, z. 3, poz. 54;

² T. Opalski: *System ochrony własności przemysłowej w Polsce na tle prawa międzynarodowego*, PUG, 1974, nr 6, s. 198; M. Kępiński: glosa do wyroku SN z 14.06.1988 r., OSP 1990 nr 9, poz. 328;

³ Wyrok SN z dn. 20.05.1991 r. sygn. II CR 445/90, publ. m.in. „Orzecznictwo Gospodarcze”, 1991, z. 4, poz. 78; PiP 1992, nr 8, s. 108 – z glosą R. Skubisza;

⁴ O konsekwencjach przystąpienia Polski do Konwencji Związkowej Paryskiej o ochronie własności przemysłowej z 20.03.1883 r. – zob. m.in. wyrok SN z dn. 14.06.1988 r. sygn. II CR 367/87 z glosą M. Kępińskiego, op.cit.;

⁵ Przepisy o firmie zapewniają ochronę tylko kupcom rejestrowym, co pozostawia w obecnym stanie prawnym poza ich zasięgiem wiele poważnych podmiotów gospodarczych. Wymóg dostatecznego odróżniania się firm, wynikający z art. 35 k.h., ograniczony jest tylko do jednej miejscowości.

⁶ Z polskich opracowań zob. M. P o Ź n i a k - N i e d z i e l s k a: *Naśladownictwo produktów jako akt nieuczciwej konkurencji*, PPH 1992, z. 1, s. 7;

⁷ Zob. Rozdział 4A ustawy z dn. 23.12.1988 r. o działalności gospodarczej (art. 25 A – 25 D);

⁸ Zob. z nowszych opracowań: I. W i s z n i e w s k a, R. S k u b i s z: *Środki zapobiegania nieuczciwej reklamie w projekcie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, PiP 1992, nr 4; A. T o m a s z e k: *Kiedy reklama jest nieuczciwa*, „Rzeczpospolita” nr 198 i 199 z 1992 r.;

⁹ W pierwotnej wersji projektu proponowano określenie sądowni 48-godzinny terminu na rozpoznanie wniosku o zabezpieczenia powództwa (art. 34. ust. 4).