

Sygn. akt VI GC 204/17

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 31 stycznia 2018 r.

Sąd Okręgowy w Rzeszowie VI Wydział Gospodarczy

w składzie następującym:

Przewodniczący: SSO Andrzej Borucki

Protokolant: Barbara Ćwiok

po rozpoznaniu w dniu 24 stycznia 2018 r. w Rzeszowie

na rozprawie

sprawy z powództwa: Ł. P.

przeciwko: (...) Spółce z o.o. z/s w N.

i z powództwa: Ł. P.

przeciwko (...) Sp. z o.o. w D.

o zapłatę

1. w sprawie z powództwa: Ł. P. przeciwko: (...) Spółce z o.o. z/s w N.:

I. zasądza od pozwanego (...) Spółki z o.o. z/s

w N. na rzecz powoda Ł. P. kwotę 150.000,00 zł

(sto pięćdziesiąt tysięcy) z odsetkami ustawowymi za opóźnienie w zapłacie od dnia 14 lipca 2017 r. do dnia zapłaty,

II. zasądza od pozwanego na rzecz powoda kwotę 11.705,17 zł (jedenaście tysięcy siedemset pięć złotych 17/100) tytułem kosztów postępowania.

III. oddala powództwo w pozostałej części,

2. w sprawie z powództwa: Ł. P. przeciwko (...) Sp. z o.o. w D.:

I. oddala powództwo,

II. zasądza od powoda Ł. P. na rzecz pozwanego (...) Sp. z o.o. w D. kwotę 10.817,00 zł (dziesięć tysięcy osiemset siedemnaście złotych) tytułem kosztów postępowania.

Sygn. akt VI GC 204/17

UZASADNIENIE

wyroku z dnia 31 stycznia 2018 r.

Pozwem wniesionym w sprawie o sygn. VI GC 204/17 powód Ł. P. wniósł o zasądzenie od pozwanego (...) Sp. z o.o.

z siedzibą w N. kwoty 216.000,00 zł wraz z odsetkami ustawowymi za opóźnienie liczoną od dnia wniesienia pozwu do dnia zapłaty oraz kosztów procesu. Żądanie w tożsamej wysokości powód skierował w stosunku do pozwanego (...) Sp. z o.o. z siedzibą w D. w sprawie o sygn. VI GC 208/17.

Zarządzeniem z dnia 7 listopada 2017 r. Sąd na podstawie art. 219 k.p.c. zarządził połączenie sprawy rozpoznawanej pod sygn. VI GC 208/17- do łącznego rozpoznania i rozstrzygnięcia pod sygn. VI GC 204/17.

Na uzasadnienie żądania powód wskazał, że w dniu 2 stycznia 2015 r. zawarł ze Spółką (...) sp. z o.o. z siedzibą w N. umowę o świadczenie usług promocyjnych, której celem było udzielenie w zamian za wynagrodzeniem prawa do korzystania z wizerunku, w tym głosu, nazwiska i imienia Ł. P., a także do jego rozpowszechniania w celach reklamowych związanych z promocją produktów Spółki (produktów O. (...)). Wizerunek miał być wykorzystywany w radiu, internecie - w tym na stronach internetowych i na portalach społecznościowych - wyłącznie w okresie trwania umowy na uzgodnionych polach eksploatacji. Powód podał, iż umowa została zawarta na okres 5 miesięcy od dnia 2 stycznia 2015 r. do dnia 31 maja 2015 r. za wynagrodzeniem 90 000,00 zł, przy czym po jej wygaśnięciu Spółce przysługiwało dodatkowo prawo do wykorzystywania przez okres 1 miesiąca od daty zakończenia umowy powstałych w wyniku jej realizacji materiałów reklamowych. Powód wskazał, że mimo upływu umownego terminu, jego wizerunek a także spot reklamowy nadal był wykorzystywany przez pozwaną, m.in. w sklepie (...) w Galerii Handlowej w K. prowadzonym przez pozwanego (...) Spółkę z o.o. oraz w innych sklepach sieci P. B. (...) w całej Polsce.

Powód wskazywał, że udzielone w umowie upoważnienie do korzystania z jego wizerunku, głosu, nazwiska i imienia przysługiwało wyłącznie Spółce (...) i nie obejmowało spółek od niej zależnych lub z nią powiązanych - takich jak N.. Podnosił, iż jego wizerunek został wykorzystany bez podstawy prawnej i bez jego zgody. Kwota dochodzona przez powoda stanowi iloczyn 12 miesięcy według stawki 18 000,00 zł za miesiąc w każdej ze spraw (z uwagi na fakt, że wynagrodzenie umowne za okres 5 miesięcy wynosiło 90.000,00 zł) liczonych odrębnie w stosunku do każdego pozwanego.

W odpowiedzi na pozew pozwaną (...) Sp. z o.o. z siedzibą w (...) Sp. z o.o. z siedzibą w D. wnieśli o oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powoda na swoją rzecz kosztów procesu według norm przepisanych z uwzględnieniem kosztów zastępstwa procesowego.

Pozwany (...) Sp. z o.o. stał na stanowisku, iż nie zawierał z powodem żadnych umów o świadczenie usług promocyjno – reklamowych wskazując, iż jego udziały należą w całości do O. L.. Podnosił, że zarówno marka O. (...) N. jak i P. B. (...) należą także do (...) Sp. z o.o.

Pozwany (...) Sp. z o.o. z siedzibą w N. przyznał, iż strony łączyła umowa z dnia 2 stycznia 2015 r. a także, iż we wrześniu 2016 r., tj. po wygaśnięciu umowy z powodem w sklepie (...) w K. wyświetlany był spot reklamowy z wizerunkiem powoda, nadto, że jego wizerunek wykorzystany został w sklepach w T. oraz B.. Zaprzeczał by powyższe naruszenia miały miejsce także „w innych sklepach w całej Polsce” - co sugerował powód. Pozwany wskazywał, że podjęte przez niego działania promocyjne związane z reklamą marki O. (...) z wizerunkiem powoda były wynikiem przeoczenia przez niego w tych działaniach faktu, iż wizerunek mógł być wykorzystywany wyłącznie w radiu i internecie oraz faktu, iż umowa obowiązywała do dnia 31 maja 2015 r. Powyższe nie cechowało się w ocenie pozwanego umyślnością działania, ani nie było świadomym działaniem, lecz jedynie niedopatrzaniem związanym z realizacją wielu umów sponsorskich z różnymi podmiotami. Pozwany kwestionował roszczenie powoda zarówno co do zasady jak i wysokości.

W odpowiedzi na powyższe powód podtrzymał swoje stanowisko stojąc na stanowisku, iż pozwany dopuścił się bezprawnych, zawinionych działań.

Sąd Okręgowy ustalił w trakcie postępowania.

W dniu 2 stycznia 2015 roku (...) sp. z o.o. z siedzibą w N. (dalej: O., Zleceniodawca), zawarł z Ł. P. prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą Ł. P. (...) w G. (dalej: Ł. P., Zleceniobiorca) umowę o świadczenie usług promocyjno - reklamowych.

Celem ww. umowy było udzielenie O., w zamian za wynagrodzenie, prawa do korzystania z wizerunku, w tym głosu, nazwiska i imienia Ł. P., a także do jego rozpowszechniania w celach reklamowych związanych z promocją produktów O.. O. jest właścicielem marki P. (...) i posiada udziały (...) Sp. z o.o.

Zgodnie z przedmiotem umowy, Ł. P. wyraził zgodę na wykorzystanie i rozpowszechnianie przez O. na zasadzie wyłączności

w sektorze odżywek, suplementów diety oraz napojów funkcjonalnych jego wizerunku, obejmującego również imię, nazwisko i głos (zwane (...)) w celach publicznej reklamy i promocji O. oraz wytwarzanych przez niego produktów, na zasadach opisanych w umowie,

w okresie jej obowiązywania. O. uprawniony był wykorzystywać wizerunek powoda wyłącznie poprzez jego wykorzystywanie w radiu

i internecie, w tym na stronach internetowych i na portalach społecznościowych (w szczególności I., F.).

W ramach umowy powód wyraził zgodę na wykorzystywanie

i rozpowszechnianie przez O. Wizerunku Zawodnika utrwalonego we wszelkich utworach w rozumieniu ustawy Prawo autorskie (zdjęciach), jakie zostaną wykonane w czasie obowiązywania umowy podczas sesji zdjęciowych lub nagrań, jednakże z zastrzeżeniem, że utwory z wizerunkiem mogą być wykorzystywane wyłącznie w okresie trwania umowy na wymienionych

w umowie polach eksploatacji.

Umowa została zawarta na okres 5 miesięcy od dnia od 2 stycznia 2015 r. do 31 maja 2015 r., z jednorazowym wynagrodzeniem w wysokości 90.000,00 zł netto. Dodatkowo strony ustaliły, iż w przypadku rozwiązania umowy lub jej wygaśnięcia, Spółce (...) przysługuje prawo wykorzystywania przez okres 1 miesiąca od daty zakończenia umowy, powstałych w wyniku jej realizacji materiałów reklamowych z wizerunkiem powoda, a opublikowanych i powszechnie dystrybuowanych przez O. przed zakończeniem współpracy w ramach umowy.

O. zobowiązał się także do czterokrotnego dostarczenia powodowi,

w okresie obowiązywania umowy produktów marki O. o łącznej wartości rynkowej 10 000 zł w cenach detalicznych netto.

Strony ustaliły (§9 ust. 3 umowy), iż udzielone w umowie upoważnienie do korzystania z wizerunku powoda, głosu oraz nazwiska i imienia nie obejmuje korzystania z tego wizerunku przez spółki zależne O. lub w inny sposób z pozwanym powiązane (w tym gospodarczo, kapitałowo, osobowo) jako niezależne podmioty gospodarcze. Prawo do korzystania z Wizerunku Zawodnika przysługiwać miało wyłącznie Zleceniodawcy.

(dowód: z akt sprawy VI GC 208/17: umowa o świadczenie usług promocyjno – reklamowych z dnia 02.01.2015 r. k. 27-32; odpis K. N. k. 128; wydruk z Urzędu Patentowego k. 129-134)

W ramach ww. umowy Ł. P. wziął udział w sesji fotograficznej,

a także w nagraniu materiału video. Z materiału video (w którym również nagrano głos powoda) powstał klip, który został umieszczony w serwisie (...). S. reklamowy był odtwarzany w ogólnopolskich stacjach radiowych, m.in. w radiu (...) oraz radiu (...). (...) zdjęciowe pojawiały się na profilach portalu F. prowadzonych dla marki O..

Czas obowiązywania umowy uległ zakończeniu z dniem 31 maja 2015 r. Mimo tego, Wizerunek powoda umieszczony był na banerach znajdujących się w sklepach (...) gdzie powód prezentował się w koszulce z napisem (...) na banerze z napisem „witaminy

i minerały”. Powyższe dotyczyło ww. sklepu w Centrum Handlowym Galeria (...) w K., w którym wyświetlany był także spot reklamowy z wizerunkiem powoda, co stanowiło materiały uprzednio wykonane w ramach Umowy pomiędzy powodem, a pozwanym.

Zdjęcia z wizerunkiem powoda umieszczone ponadto zostały także w sklepach (...) w B. (sklep (...) w B.), P. (S. w P.).

W dniu 3 czerwca 2015 r. wyemitowany został w radiu (...) spot reklamowy z udziałem powoda. Powyższe miało miejsce przez okres roku od zakończenia umowy.

(dowód: zeznania świadka S. W.; zeznanie świadka R. T.; zeznania świadka G. S.; płyta CD zalegająca w aktach sprawy na k. 135 akt sprawy VI GC 208/17; z akt sprawy VI GC 208/17; protokół notarialny wraz z załącznikami stanowiącymi wydruki ze stron Internetowych wraz ze zdjęciami k. 54-88; dokumentacja zdjęciowa k. 81-86; wydruki ze stron internetowych k. 87-95; zeznania świadka B. B.; zeznania świadka D. C.; z akt sprawy VI GC 204/17 wydruki ze stron internetowych k. 241-244).

Po uzyskaniu wiedzy na temat powyższego menedżer piłkarski powoda B. B. przesłał informację do O., wskazując na zauważone naruszenie umowy. Powód skierował także wezwanie do pozwanego o zaniechanie naruszeń oraz wypłatę rekompensaty za poniesione straty.

W odpowiedzi na wezwanie do zaniechania naruszeń pełnomocnik pozwanych w piśmie z dnia 29 września 2016 r. wskazywał, iż wszelkie świadome działania używania i rozpowszechniania wizerunku Ł. P. zostały zaprzestane z dniem wygaśnięcia kontraktu pomiędzy O.

a powodem. W wyniku rozmowy przeprowadzonej z B. B.

w dniu 2 września 2016r. O. zobowiązał się podjąć wspólne rozmowy mające na celu stworzenie nowej kampanii reklamowo – wizerunkowej.

Strony prowadziły korespondencję e-mailową dotyczącą ewentualnej dalszej współpracy i kolejnych kampanii reklamowych co ostatecznie nie nastąpiło.

W dniu 1 grudnia 2016 r. pełnomocnik powoda wezwał O. do zapłaty na rzecz powoda kwoty 300.000,00 zł oraz N. do zapłaty takiej samej kwoty tytułem bezprawnego wykorzystania wizerunku powoda bez jego zgody celem promocji ww. podmiotów a także sieci sklepów P. B. (...) oraz oferowanych przez w/w Spółki produktów.

Pozwani nie uznali kierowanych do niego roszczeń. Powód wezwał ostatecznie pozwanych do zapłaty pismem z dnia 10 maja 2017 r.

(dowód: z akt sprawy VI GC 208/17 pismo z dnia 29.09.2016 r. k. 36; pismo z dnia 01.12.2016 r. k. 38-39; pismo z dnia 13.12.2016 r. k. 40; pismo z dnia 23.09.2016 r. k. 33-35; ostateczne wezwanie do zapłaty k. 40-43; wiadomości e-mail k. 41-53; zeznania świadka D. C.)

Według opinii mediów, kampanie reklamowe w latach 2014-2016

z udziałem piłkarzy były najcenniejsze, na co wpływ miały m.in. sukcesy odniesione w mistrzostwach Europy. Wartość ekwiwalentu reklamowego

z udziałem Ł. P. szacowana była na kwotę 41,5 mln złotych. W roku 2016 udział czołowych piłkarzy reprezentacji Polski w kampaniach reklamowych wyceniany był na kwotę około 300-500 tys. złotych. Według magazynu (...) Ł. P. w roku 2014 znajdował się na 11 miejscu najcenniejszych reklamowo polskich gwiazd. Jako wycenę reklamodawców wskazywano na kwotę 480.000 zł.

(dowód: wydruki ze stron Internetowych k. 224-240)

Stan faktyczny w niniejszej sprawie Sąd ustalił w oparciu o dowody z ww. dokumentów, które uznał za wiarygodne. Przedłożone przez powoda wydruki z internetu w postaci zdjęć wnętrza sklepów (...)

w B., P. oraz K. potwierdzały fakt umieszczenia jego wizerunku w ww. sklepach nad półkami, na których znajdowały się suplementy diety, powyższe nie budziło wątpliwości, nie było też sporne pomiędzy stronami. Dalsze wydruki, które sugerować miały „wartość reklamową” powoda służyły jedynie zobrazowaniu realiów kampanii reklamowych w latach 2014-2016, nie były dla Sądu wiążące, a jedynie miały wartość pogładową.

Sąd dał wiarę zeznaniom świadków: B. B., D. C., G. S., R. T., S. W. albowiem ich zeznania były spójne, logiczne uzupełniały się nawzajem i tworzyły logiczną całość. Znajdywały także odzwierciedlenie w pozostałym materiale dowodowym.

Sąd Okręgowy zważył, co następuje.

Podstawę prawną powództwa stanowią przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U.2017.880 t.j. z dnia 2017.05.05, dalej: pr. aut.). Zgodnie z art. 81 ust. 1 pr. aut. rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. Zgodnie zaś z art. 83 pr. aut. do roszczeń w przypadku rozpowszechniania wizerunku bez wymaganego zezwolenia stosuje się odpowiednio art. 78 ust. 1 pr. aut. Odesłanie to oznacza, że osoba, której prawa osobiste zostały zagrożone cudzym działaniem, może żądać zaniechania tego działania; w razie dokonanego naruszenia może także żądać, aby osoba, która dopuściła się naruszenia, dopełniła czynności potrzebnych do usunięcia jego skutków, w szczególności aby złożyła publiczne oświadczenie o odpowiedniej treści i formie; jeżeli naruszenie było zawinione, sąd może przyznać uprawnionemu odpowiednią sumę pieniężną tytułem zadośćuczynienia za doznaną krzywdę lub - na jego żądanie - zobowiązać sprawcę, aby uiścił odpowiednią sumę pieniężną na wskazany przez twórcę cel społeczny.

Przepis art. 78 ust. 1 pr. aut. pozostaje w kumulatywnym zbiegu z przepisem art. 24 k.c. Oznacza to, że środki ochrony autorskich dóbr osobistych przewidziane w Prawie autorskim i w kodeksie cywilnym mogą być stosowane zarówno kumulatywnie, jak i alternatywnie (por. wyrok SN z 5 stycznia 2001 r., V CKN 499/2000, LexisNexis nr 388032). Osobie pokrzywdzonej przysługuje możliwość skorzystania z każdej z postaci roszczeń wynikającej z ochrony kodeksowej i prawnoautorskiej. Decyzja co do wyboru środków ochrony pozostaje w pełnej dyspozycji osoby uprawnionej (por. wyrok SN z dnia 5 stycznia 2001 r., V CKN 499/00, LEX nr 53112; tak również J. Barta, R. Markiewicz (w:) Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz, red. J. Barta, R. Markiewicz, Warszawa 2011, s. 473).

Przesłanką roszczenia dochodzonego pozwem jest ustalenie winy sprawcy naruszenia. Przez winę należy przy tym rozumieć zarówno czyn popełniony z winy umyślnej, jak i z winy nieumyślnej – w postaci lekkomyślności lub niedbalstwa. Istotne jest to, że w przepisie art. 24 § 1 k.c. ustanowione zostało domniemanie bezprawności naruszenia dobra osobistego. Domniemanie to podlega obaleniu przez wykazanie uprawnienia do określonego działania.

W procesie o ochronę dóbr osobistych istotnie, to pozwany powinien udowodnić, że naruszenie nie było bezprawne, tj. obalić domniemanie bezprawności naruszenia dobra osobistego. Uprzednio jednak to powód, zgodnie z ogólną zasadą rozkładu ciężaru dowodu (art. 6 k.c.), powinien udowodnić, że do naruszenia dobra osobistego doszło (por. wyrok SA w Warszawie z dnia

8 sierpnia 2017 r. I ACa 752/16; wyrok S.A. w Łodzi z dnia 20 września 2017 r. I ACa 161/17).

W przedmiotowej sprawie bezprawność działania pozwanego była w istocie niesporna, pozwany O. nie przeczył, że naruszył postanowienia umowy z dnia 2.01.2015 r. łączącej go z powodem. Wizerunek zawodnika (powoda) miał być wykorzystywany w celach publicznej reklamy i promocji O. w czasie obowiązywania umowy, tj. w okresie 5 miesięcy od dnia 2.01.2015 r. - 31.05.2015 r. + 1 miesiąc dodatkowo. Co istotne, strony postanowiły, że O. może wykorzystywać wizerunek zawodnika wyłącznie w radiu i internecie, w tym na stronach internetowych i na portalach społecznościowych (w szczególności I., F.). Powód wziął udział w sesji

fotograficznej oraz nagraniowej z której powstał spot reklamowy. Pozwany przyznał, że po wygaśnięciu Umowy z powodów w sklepie (...) w K. wyświetlany był ww. spot reklamowy, zaś wizerunek powoda umieszczony był na billboardzie w trzech sklepach w K., B. i P. celem reklamy O. (...) N..

Nie sposób przy tym uznać, by tak podejmowane działania cechowały się nieumyślnością (jak twierdził pozwany), tym bardziej, że pozwany okoliczności tej nie wykazał. (...) próbując uwolnić się od odpowiedzialności podnosił, że podjęte przez niego działania promocyjne związane z reklamą marki z wizerunkiem powoda były wynikiem przeoczenia faktu, iż wizerunek powoda mógł być wykorzystywany wyłącznie w radiu i internecie oraz, iż umowa obowiązywała do dnia 31.05.2015 r. Powyższe nie cechowało się w ocenie pozwanego umyślnością działania, ani nie było świadomym działaniem tylko jego niedopatrzaniem związanym z realizacją wielu umów sponsorskich

z różnymi podmiotami. Tak wysuwane argumenty, w ocenie Sądu, były niewystarczające i nie mogły stanowić o braku przypisania winy pozwanemu. Pozwany będący profesjonalnym podmiotem w obrocie gospodarczym oceniany jest przez pryzmat miernika podwyższonej staranności. Wymaganą staranność

w stosunkach gospodarczych określa się bowiem w taki sposób, że uwzględnia się dodatkowe wymagania spowodowane zawodowym charakterem działalności. Staranność winna być zatem optymalna i maksymalna nie zaś minimalna czy też wystarczająca. Wszelkiego rodzaju zaniedbania organizacyjne ze strony pozwanego O., wielość kontraktów czy obowiązków, o ile takie rzeczywiście miały miejsce, nie stanowią usprawiedliwienia dla jego bezprawnych działań. Co więcej pozwany nie tylko wykorzystywał wizerunek powoda, mimo upływu okresu przez jaki był do tego uprawniony (przez okres obowiązywania umowy), ale również czynił to

w sposób zupełnie dowolny. Umowa z dnia 2.01.2015 r. dawała pozwanemu O. prawo do korzystania z wizerunku zawodnika w radiu i internecie, nie stanowiła natomiast o promocji marki pozwanego z wykorzystaniem tego wizerunku w sklepach stacjonarnych. Takie działania pozwanego nie zasługują na aprobatę w żadnej mierze, stąd odpowiedzialność pozwanego nie budziła

w ocenie Sądu żadnych wątpliwości.

Odnosnie wysokości przyznanego zadośćuczynienia, to w tym aspekcie wskazać należy, że brak jest możliwości ścisłego ustalenia, jaka powinna być wysokość odpowiedniej kwoty, co pozwala na traktowanie roszczenia

o zadośćuczynienie jako roszczenia ze swej istoty ocennego i szacunkowego, co – przy ustalaniu jego wysokości – zapewnia sądowi orzekającemu swobodę. Podzielić należy pogląd, że o wysokości zadośćuczynienia nie mogą decydować wyłącznie subiektywne odczucia poszkodowanego, lecz przede wszystkim kryteria obiektywne i sprawdzalne, funkcjonujące w społeczeństwie, poddające się tym samym kontroli instancyjnej (por. wyr. SN z dnia 12.05.2005 r., III CK 588/04, OSNC 2006, nr 5 poz. 85). W istocie jedynym miernikiem wyznaczającym wprost wysokość odpowiedniej sumy pieniężnej jest rozmiar doznanej krzywdy. Zadośćuczynienie powinno zasadniczo pokrywać szkodę moralną – krzywdę, nie prowadząc do przesunięć majątkowych, które nie znajdują uzasadnienia w kompensacyjnej funkcji każdego odszkodowania. Istnieć będą zatem sytuacje, w których zasądzenie sumy pieniężnej tytułem doznanej krzywdy realizuje równoległe inne funkcje odpowiedzialności, tj. prewencyjną i represyjną (por. wyrok SA w Krakowie z dnia 5 listopada 2002 r., I ACa 869/02, TPP 2003, nr 3, s. 109).

Pomocna w ustalaniu wysokości zadośćuczynienia pieniężnego może być próba wykorzystania wskazówki, która odwołuje się w art. 78 pr. aut. do pojęcia odpowiedniej sumy. Odpowiedniość zasądzonej kwoty można rozumieć jako konieczność uwzględniania w ramach ochrony twórcy innych sposobów naprawienia skutków naruszenia autorskich praw osobistych, w tym

w szczególności formułowane przez twórcę w ramach procesu roszczenia niepieniężne. Ocena zasadności i wysokości roszczeń o zapłatę sumy pieniężnej tytułem doznanej krzywdy będzie pozostawała zatem w relacji do innych środków, które podnosi twórca w ramach ochrony swoich praw (Flisak Damian (red.), Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz, Opublikowano: LEX 2015).

Wymóg zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej można relatywizować także w kontekście doznanej krzywdy i okoliczności naruszenia autorskich praw osobistych. Decydujące w danej sprawie stanie się ustalenie rodzaju dobra,

które zostało naruszone, oraz charakter, stopień nasilenia i czas trwania doznawania przez osobę, której dobro zostało naruszone, ujemnych przeżyć psychicznych spowodowanych naruszeniem. Ważny jest także stopień winy osoby naruszającej dobra osobiste, cel, który zamierzała ona osiągnąć, podejmując działanie naruszające te dobra, i korzyść majątkowa, jaką w związku z tym działaniem uzyskała lub spodziewała się uzyskać (por. wyrok SN z dnia 11 kwietnia 2006 r., I CSK 159/05, LEX nr 371773).

W niniejszej sprawie kluczowym dla ustalenia rozmiaru krzywdy wyrządzonej powodowi (a tym samym wysokości zadośćuczynienia) był zakres i rodzaj naruszeń. Sąd ustalił wysokość należnego powodowi zadośćuczynienia w oparciu o zaoferowane przez strony dowody (przy czym pełnomocnik powoda ostatecznie cofnął wniosek o przesłuchanie powoda w charakterze strony). Zdaniem Sądu, wbrew twierdzeniom powoda, pozwany nie dopuścił się wskazywanych wyżej naruszeń w tak dużej skali na jaką wskazywano

(w sklepach w całej Polsce), lecz bezprawne działania pozwanego ujawnione zostały w trzech sklepach (...) – w K., B. oraz P.. Z żadnych dowodów nie wynika, by w jakichkolwiek innych sklepach wizerunek powoda był wykorzystywany. Zasięg oddziaływania był jednak większy niż same sklepy (odwiedzający je klienci), skoro sklepy reklamowały się w internecie (facebook).

Po wtóre, Sąd miał na uwadze także fakt, że powód złożył pozew przeciwko dwóm pozwanym O. L. oraz N. domagając się od nich łącznie kwoty 432. 000 zł. Żądanie takie jest wygórowane i nieuprawnione, a sprowadza się w istocie do żądania zapłaty podwójnego zadośćuczynienia od pozwanego O. L.. Zważyć bowiem należy, że właścicielem marki P. (...) jest O. L., mimo zatem, że sklepy te prowadzone były przez spółkę (...), to w istocie służyły one promocji O. L. jako właściciela. Nawet jeśli przyjąć, że O. udostępnił materiały reklamowe wytworzone w związku

z zawarciem z powodem umowy z dnia 2.01.2015 r., spółce zależnej, tj. N., to tylko O. mógł ponosić za to odpowiedzialność na zasadach wskazywanych w pozwie VI GC 208/17. Zasady odpowiedzialności zawarte ww. umowie łączyły wyłącznie jej strony, tj. powoda oraz O. L., i to ten pozwany był zobowiązany do nieudostępnienia materiałów reklamowych innym podmiotom (w tym zależnym od siebie).

Zdaniem Sądu, powód mógłby domagać się zasądzenia zadośćuczynienia także przez podmiot z którym nie wiązała go uprzednio umowa, nie mniej jednak uwzględniając stan faktyczny jaki zaistniał w obu w/w sprawach takie roszczenie w tym przypadku nie jest zasadne. Podkreślić bowiem należy, iż pozwany O. jest nie tylko udziałowcem, ale jedynym współnikiem pozwanego N.. Powód uzasadniając żądanie obu pozwów powoływał się na umowę wiążącą go ze Spółką (...), ale dowodził naruszenia wizerunku w tych samych sklepach będących faktycznie własnością współnika O.. Przyjąć zatem należało – w ocenie Sądu - że zadośćuczynienie zasądzone na rzecz powoda obejmuje wszelkie naruszenia jakich w ustalonym stanie faktycznym dopuścił się O., w tym także dotyczące sklepów prowadzonych przez N..

Sąd uznał, biorąc pod uwagę zakres naruszenia (ponad rok), ale także osobę powoda, że zasadne będzie zasądzenie tytułem zadośćuczynienia kwoty 150.000 zł. Podkreślić trzeba, że powód jako czynny sportowiec jest osobą znaną nie tylko w Polsce, ale także na rynku europejskim. Jak wykazał powód

w trakcie postępowania jego „wartość reklamowa” w ostatnich latach wzrastała. Ponadto, jak wskazano powyżej, zadośćuczynienie ma stanowić nie tylko pewnego rodzaju represję w stosunku do wykorzystującego wizerunek znanej osoby dla swoich celów biznesowych, ale także prewencji na przyszłość (czyli odstraszać od takich działań w przyszłości). Pomocniczo, Sąd oceniając wysokość zadośćuczynienia wziął pod uwagę także stanowisko pełnomocnika powoda wyrażone na rozprawie w dniu 8.11.2017 r. który stwierdził, że powoda satysfakcjonowałyby zawarcie ewentualnej ugody na poziomie 70% wartości kwot dochodzonych pozwami.

Mając na uwadze powyższe Sąd orzekł jak w pkt 1.I. na podstawie w/w przepisów odnośnie należności głównej, a w zakresie odsetek na podstawie art. 481§ 1 k.c. O kosztach orzeczono stosownie do wyniku sporu, przy uwzględnieniu, że powód utrzymał się ze swoim roszczeniem w zakresie 69,44% - na podstawie art. 98§ 1 i 3 k.p.c. oraz art. 100 k.p.c.

Powództwo wytoczone przeciwko pozwanemu N. w sprawie o sygn. VI GC 208/17, ze wskazanych powyżej przyczyn podlegało oddaleniu.

O kosztach orzeczono na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c.