

Zasada uczciwej konkurencji, poszanowania dobrych obyczajów oraz słuszných interesów innych przedsiębiorców w działalności radców prawnych jako przedsiębiorców

The principle of fair competition, respect for good practices and legitimate interests of other entrepreneurs in the activity of attorneys-at-law as entrepreneurs

The article discusses the issue of the execution the principles of fair competition, respect for good practices and legitimate interests of other entrepreneurs in the professional practice of attorneys-at-law classified as entrepreneurs (i.e. performing the profession in the form of: a law firm, companies listed in Article 8 (1) of the Act of July 6, 1982 on attorneys-at-law and civil law contracts) as provided for in Article 9 of the Act of March 6, 2018 – the law on entrepreneurs.

The author indicates, in a brief historical overview, the impact of economic changes in the country and abroad on the form and conduct of legal services, while also discussing such phenomena as: political and economic transformation in the country, the process of globalization and internationalization of legal services, resulting in an ever-growing competition. Also, the changes in the model of the profession of an attorney-at-law towards commercialization and international tendencies aiming at including the legal professions in the common rules of competition (thus withdrawing their recognition of their special role in this respect as services), are of significant importance for these processes.

The comprehensive Article 31 of the Code of Ethics for the Attorney-at-law (currently in force – sine 2015) specifies in detail which rules apply to communication between the attorney-at-law and the client. The recommendations of Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council have thus been taken into account in order to ensure that, with regard to regulated professions, the content of information constituting an advertisement for the services is consistent with the principles of the profession and its ethical standards. It was necessary to recognize the specific relationship of an attorney-at-law with a client which depends on personal, privileged ties and mutual trust, thus mitigating fierce competition. In the opinion of the author, this role is fulfilled by ethical standards adopted by the highest body of the self-government of attorneys-at-law, i.e. the Regional Congress of Attorneys-at-law.

Keywords: principles of fair competition, respect for good practices and legitimate interests of other entrepreneurs, providing legal assistance by attorneys-at-law, the law on entrepreneurs, the Code of Ethics for the Attorneys-at-law
Słowa kluczowe: zasady uczciwej konkurencji, poszanowanie dobrych obyczajów oraz słuszných interesów innych przedsiębiorców, świadczenie pomocy prawnej przez radców prawnych, ustawa – Prawo przedsiębiorców, Kodeks Etyki Radcy Prawnego

1 Radca prawny z 50-letnim stażem w zawodzie, członek Prezydium Krajowej Rady Radców Prawnych czterech kadencji (w latach 1991–2007) jako przewodnicząca Komisji Legislacyjnej. Wykładowca na aplikacji radcowskiej i szkoleniach radców prawnych od 1986 r., w szczególności z zakresu prawa gospodarczego, inwestycji, zamówień publicznych oraz z zasad etyki. Autorka i współautorka licznych publikacji, m.in. komentarzy do ustawy – Prawo budowlane i ustawy – Prawo działalności gospodarczej.

Ustawa z 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców², która weszła w życie 30 kwietnia 2018 r. wraz z pakietem czterech ustaw, zwanych łącznie „Konstytucją biznesu”, opiera się między innymi na zasadach swobodnej działalności i otwartej konkurencji. Podobnie było to regulowane w poprzednich ustawach dotyczących działalności gospodarczej. Podstawowe zasady nowej regulacji zostały skatalogowane w jednym akcie prawnym, co stanowi niewątpliwą jej zaletę. Jedną z tych zasad jest nakaz wykonywania działalności gospodarczej zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji i poszanowaniem dobrych obyczajów oraz słusznym interesów innych przedsiębiorców i konsumentów, który został sformułowany w art. 9 jako imperatyw wiążący wszystkich przedsiębiorców³.

W odniesieniu do usług prawniczych zasada ta obejmuje tych radców prawnych, którzy spełniają kryteria zaliczenia ich do przedsiębiorców w rozumieniu art. 4 ust. 2 tej ustawy. Dotyczy zatem radców prawnych wykonujących ten zawód w kancelarii radcy prawnego lub spółkach wymienionych w art. 8 ustawy z 6 lipca 1982 r. o radcach prawnych⁴. Istotny przy rozpatrywaniu objętej rozważaniami problematyki jest fakt, że zagadnienia uczciwej konkurencji i poszanowania słusznym obyczajów oraz interesów innych przedsiębiorców na gruncie polskiego prawa regulują ponadto dwie ustawy – ustawa z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji⁵ oraz ustawa z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów⁶. Obie kreują na potrzeby tych ustaw pojęcie przedsiębiorcy znacznie szerzej niż wspomniany art. 4. Zgodnie z tym, jak również z definicją przedsiębiorcy z art. 43¹ k.c.⁷, radca prawny wykonujący zawód wyłącznie na podstawie umów cywilnoprawnych, mimo że nie prowadzi działalności gospodarczej według art. 4 ustawy – Prawo przedsiębiorców i jako taki w rozumieniu tej ustawy przedsiębiorcą nie jest, w świetle wymienionych ustaw i Kodeksu cywilnego wyczerpuje przesłanki kwalifikujące go jako przedsiębiorcę. Tym samym obowiązują go wynikające z tych ustaw przepisy odnoszące się do jego obowiązków jako przedsiębiorcy w tym zakresie, tj. związane między innymi z przestrzeganiem zasad uczciwej konkurencji oraz klauzul wynikających z ochrony konsumentów i zbieżnych z tym tematem zasad etyki zawodowej.

Pojęcie uczciwej konkurencji, poszanowania dobrych obyczajów i słusznym interesów innych przedsiębiorców jest pojęciem nieostrym. Składają się na nie elementy o różnym charakterze i wartościach, a jako takie jest trudne do zdefiniowania wprost. Ustawa, podobnie jak inne regulacje odnoszące się do tego tematu, nie tworzy takiej jednolitej definicji. „Konkurencja” w potocznym rozumieniu to „rywalizacja, współzawodnictwo między poszczególnymi osobami lub grupami zainteresowanymi w osiągnięciu tego samego celu”⁸. Wspomniana ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, która ma zastosowanie do przedstawicieli wolnych zawodów prawniczych, jest doprecyzowaniem tego pojęcia, zawiera bowiem klauzulę generalną ustalającą kryteria uczciwej i nieuczciwej konkurencji. Według ustawy czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Zasada konkurencji w powyższym znaczeniu jest nieodłącznym, koniecznym, a wręcz nieodzownym elementem gospodarki rynkowej. Konkurencja ma być uczciwą rywalizacją o klienta, w którego interesie leży, aby nie była eliminowana lub wypaczana. Niezależnie bowiem od przynależności narodowej, modelu ustrojowego państwa i stopnia jego rozwoju gospodarczego oraz zaawansowania technologicznego wszyscy konsumenci usług i towarów mają prawo korzystać z dobrodziejstw gospodarki wolnorynkowej, której uczciwa konkurencja jest podstawową zasadą i filarem. Zgodnie z tymi zasadami na rynku tym toczy się nieskrępowana, wolna gra rynkowa o względy konsumentów

2 Dz.U. z 2018 r., poz. 646 ze zm.

3 Por. M. Ługiewicz, *Konstytucja Biznesu – praktyczne omówienie pakietu ustaw*, Gdańsk 2018, s. 27.

4 Dz.U. z 2018 r., poz. 2115 ze zm.

5 Dz.U. z 2019 r., poz. 1010 ze zm.

6 Dz.U. z 2019 r., poz. 369 ze zm.

7 Ustawa z 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. z 2019 r., poz. 1145 ze zm.), dalej „k.c.”

8 Por. *Słownik Języka Polskiego PWN*, t. I, Warszawa 1978, s. 991.

towarów i usług, co stanowi najlepszą gwarancję, iż ich interesy będą należycie zabezpieczone⁹. Taka uczciwa konkurencja, dla której stałym zagrożeniem są nieuczciwe praktyki handlowe, a które aktualnie na skutek globalizacji straciły swój narodowy charakter, jest jedną z nadrzędnych zasad prawnych Unii Europejskiej. W zakresie praktycznego rozumienia pojęcia konkurencji i jej uczciwych zasad pomocne są nie tylko wspomniane wyżej polskie regulacje ustawowe odnoszące się wprost do tej problematyki, lecz także bogate orzecznictwo krajowe i unijne. Godzi się zwrócić uwagę, że w odniesieniu do specyficznego charakteru usług prawniczych przeważa dyskusyjny w moim przekonaniu pogląd w doktrynie, iż nie ma jeszcze w nim typowej, ostrej konkurencji¹⁰. W ocenie autorki niniejszych rozważań jest wręcz przeciwnie. Konkurencja na rynku usług prawniczych narasta wręcz lawinowo na skutek wchodzenia na rynek co roku znaczącej (w stosunku do ubiegłej dekady) liczby notariuszy, adwokatów i radców prawnych, którzy nie znajdują adekwatnej do tego zjawiska liczby klientów, zapotrzebowanie bowiem na te usługi nie jest w naszym społeczeństwie „na dorobku” proporcjonalne do tej podaży.

Pojęcie „dobrych obyczajów” jako klauzula generalna jest także normatywnie nieuregulowane, ale w piśmiennictwie i utrwalonej powszechnie praktyce i orzecznictwie przyjmuje się, że wynika ono wprost z „zasad współżycia społecznego” – co do którego istnieją bogate orzecznictwo i praktyka.

Zagrożenia wynikające z czynów nieuczciwej konkurencji są na tyle istotne, szczególnie w wymienionych zawodach z uwagi na ich specyfikę, że samorząd radców prawnych – podobnie jak inne korporacje prawnicze: notariusze, komornicy, adwokaci – ogranicza poprzez normy etyczne obowiązujące jego członków stosowanie praktyk nieuczciwej konkurencji poprzez penalizację takich zachowań. W zawodach radcy prawnego, adwokata, notariusza, zaliczanych do zawodów zaufania publicznego, w których relacje prawnik – klient oparte są na specyficznej więzi osobistego wzajemnego zaufania, nawet w obliczu zmieniających się realiów rynku i narastającej ostrej konkurencji typowa dla innych usług na rynku forma tej konkurencji po prostu „nie uchodzi” – jak mawiał mistrz Aleksander Fredro. Niszczy bowiem istotę funkcjonowania tych zawodów, o etosie i tradycji nie wspominając. Problematyka zachowań i czynów niezgodnych z zasadą uczciwej konkurencji w odniesieniu do radców prawnych działających jako przedsiębiorcy jest uregulowana w aktualnym Kodeksie Etyki Radcy Prawnego¹¹ (w rozdziałach 3 i 6). Zbliżone regulacje (z niewielkimi różnicami) zawierał KERP z 2007 r. Normy etyczne związane z zasadami uczciwej konkurencji dotyczącej radców prawnych jako przedsiębiorców *sensu stricto* zawarte są w rozdziale 3 zatytułowanym „Informowanie o wykonywaniu zawodu oraz pozyskiwaniu klientów” (art. 31–35). Należy wspomnieć, że regulacje dotyczące reklamy i informacji o wykonywaniu zawodu radcy prawnego podlegały swoistej ewolucji związanej z transformacją naszej gospodarki i wynikającą z tego zmianą modelu wykonywanego zawodu: od postrzegania go jako swoisty zawód o charakterze urzędniczym w latach 80. do niezależnego, samodzielnego zawodu zaufania publicznego pod koniec lat 90. ubiegłego wieku. Musiało to znajdować swoje odbicie w zmieniających się często w tym okresie zasadach etycznych uchwalanych przez kolejne Krajowe Zjazdy Radców Prawnych, które były zobligowane do uwzględniania warunków, w jakich przyszło działać radcom prawnym, i dostosowywania wymogów etycznych do nowej sytuacji prawnej, innego modelu zawodu i regulacji prawnych, w tym istotnego faktu uchwalenia Konstytucji RP¹² z jej art. 17 ust. 1. Wiązało się to także z urynkowieniem usług prawnych oraz rosnącą ich komercjalizacją, a także stopniowym umiędzynarodowieniem i procesami globalizacji. Ewolucja zmian pierwotnych zasad etyki zawodowej radcy prawnego przyjętych na II KZRP w 1987 r. została zapoczątkowana uchwałami IV KZRP z 1991 r. W ich wyniku zmieniono zapisy o tajemnicy zawodowej, gdyż od 1 stycznia 1989 r. pojawiły się nowe formy wykonywania zawodu i nowi nieznani dotąd klienci – prywatne podmioty gospodarcze. Wtedy też wprowadzono zakaz reklamy. Zakaz ten został zaostrożony w nowych Zasadach Etyki przyjętych Uchwałą VI KZRP z 1999 r. Istotna

9 Por. C. Banasiński, *Polityka konsumencka UE*, „Prawo europejskie w praktyce”, nr 3 (33)/2007 – Fundacja Prawo Europejskie, s. 29.

10 Por. S. Sykuna, *Zakaz Nieuczciwej Konkurencji z Perspektywy Etyki Prawniczej*, „Gdańskie Studia Prawnicze”, t. XXXVI/2016, s. 397.

11 Załącznik do uchwały Nr 3/2014 Nadzwyczajnego Krajowego Zjazdu Radców Prawnych z dnia 22 listopada 2014 r. (dalej: „KERP”).

12 Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. nr 78, poz. 483 ze zm.).

zmiana polegająca na liberalizacji zakazu reklamy nastąpiła dopiero w nowym Kodeksie Etyki Radcy Prawnego przyjętym Uchwałą nr 5 VIII KZRP w 2007 r., w którym w miejsce zakazanej dotychczas reklamy przyjęto regulacje o formach informacji o wykonywaniu zawodu i pozyskiwaniu klientów¹³. Niewątpliwym wpływem na istotną zmianę podejścia do spraw reklamy miał także fakt, że od 1 maja 2004 r. radca prawny obowiązany jest jako członek Rady Rad Adwokackich i Organizacji Prawniczych Unii Europejskiej¹⁴, której samorząd radcowski jest członkiem, do przestrzegania postanowień Kodeksu CCBE, w którym zagadnienia związane z pozyskiwaniem klientów i marketingiem usług prawniczych – pojęcia nieznane twórcom pierwszych zasad etyki radcy prawnego w ówczesnej rzeczywistości roku 1987 – są uwzględnione¹⁵.

Równolegle narastały powszechnie w wyniku globalizacji tendencje do znacznej liberalizacji usług prawniczych i zmian w postrzeganiu zawodu prawnika oraz jego roli i zadań w społeczeństwie. Potwierdzeniem tego była dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady Europy z 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym¹⁶ obejmująca także prawnicze zawody regulowane, tj. radców prawnych, adwokatów i notariuszy, a także gruntowne reformy i zmiany ustroju zawodów prawniczych, które nastąpiły w Anglii i Walii, jak również we Francji (połączenie w jeden zawód adwokacki). We wszystkich tych zmianach można było obserwować dążenie do objęcia zawodów prawniczych powszechnymi regułami konkurencji i wycofywanie się z uznawania ich szczególnej roli w tym zakresie jako usługi. W tych warunkach całkowity zakaz reklamy w przypadku zawodów regulowanych, do których zaliczany jest zawód radcy prawnego, byłby sprzeczny z przepisami prawa wspólnotowego, szczególnie z wymienioną wyżej dyrektywą. Dyrektywa ta jednak stawia wymóg, aby w odniesieniu do zawodów regulowanych treść informacji handlowej, stanowiąca swoistą reklamę usług, była zgodna z zasadami wykonywania tego zawodu, którymi są normy etyczne dotyczące między innymi niezależności zawodowej, przestrzegania tajemnicy zawodowej i godności zawodowej. Zwrócić należy także uwagę na fakt, że prawnicy zmuszeni zostali do konkurowania z innymi pokrewnymi zawodami, takimi jak zawód księgowego, doradcy podatkowego, pracownikami banków, spółek ubezpieczeniowych, organizacji ochrony konsumentów itp. Wpływało to także na konieczność specjalizacji usług prawniczych, inną ich formę, a także na zmianę organizacji pracy biur prawniczych i powstawania kancelarii wielodyscyplinarnych. W tych warunkach to prawnik musi zabiegać o klienta w ostrej nieraz konkurencji. Wymaga to od niego nowych umiejętności typowych dla przedsiębiorcy – ale mimo to w nieco odmiennych, złagodzonych formach. Starania te i zabiegi muszą bowiem uwzględniać wspomniane wyżej specyficzne relacje, jakie są charakterystyczne dla usługi świadczenia pomocy prawnej, gdzie nieograniczone formy pozyskiwania klientów typowe dla ostrej konkurencji i agresywnego marketingu w innych rodzajach usług są normatywnie łagodzone w usługach prawniczych poprzez zasady deontologii zawodowej uchwalanej przez samorzady zawodów zaufania publicznego¹⁷.

Odnosząc się do konkretnych przepisów KERP, które dotyczą tematyki objętej przedmiotem niniejszych rozważań – ochrony konkurencji, a w szczególności przepisów rozdziałów 3 i 6, wskazać należy, że zostały one dość wyczerpująco omówione w doktrynie, zwłaszcza w dostępnych komentarzach do przepisów KERP z 2014 r.¹⁸ Ograniczę się zatem do zwrócenia uwagi na te zagadnienia w przepisach wymienionych rozdziałów, które w mojej ocenie wymagają dodatkowych uwag.

Normy etyczne związane z zasadami uczciwej konkurencji odnoszące się do radców prawnych jako przedsiębiorców zawarte w rozdziale 3 dotyczą informowania o wykonywaniu zawodu oraz pozyskiwania

13 Por. E. Kwiatkowska-Falęcka, *Historia legislacji zasad wykonywania zawodu i zasad etyki radcy prawnego* [w:] *Zawód radcy prawnego – Historia zawodu i zasady jego wykonywania*, A. Bereza (red.), Warszawa 2015, wyd. 5 uzupełnione, s. 29.

14 The Council of Bars and Law Societies of Europe (CCBE).

15 Kodeks Etyki Prawników Europejskich przyjęty na sesji plenarnej CCBE 28 października 1998 r.

16 Dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym, Dz.Urz. UE L 376, 27 grudnia 2006, s. 36–68.

17 Por. Dźwigła G., *Komentarz do art. 35 KERP* [w:] *Kodeks Etyki Radcy Prawnego*, T. Scheffler (red.), Warszawa 2016, s. 167.

18 *Kodeks Etyki Radcy Prawnego. Komentarz*, T. Scheffler (red.), Warszawa 2016 oraz *Kodeks Etyki Radcy Prawnego – Komentarz*, T. Jaroszyński (red.), Warszawa 2016.

klientów (art. 31–35). Informowanie o wykonywaniu zawodu w dopuszczalnych przez te przepisy formach określone jest jako metoda tzw. racjonalnej reglamentacji. Zastąpiła ona wspomniany wyżej jednoznaczny zakaz reklamy tych usług, który był zawarty w poprzednich regulacjach etyki zawodowej radców prawnych. Z uwagi na przedmiot regulacji przepisy tego rozdziału można podzielić na ogólne – formułujące pewne zasady i definicje (przykładem tego są przepisy art. 31 ust. 1 i 2 i art. 33 oraz 34 ust. 1) oraz przepisy o charakterze szczegółowym określające związane z tematyką sposoby i formy informowania oraz zakazy i nakazy dotyczące ich stosowania (art. 31 ust. 3, art. 32 i art. 35). Przepis art. 31 KERP reguluje zasady informowania przez radcę prawnego o wykonywaniu zawodu i związanej z nim działalności radcy prawnego, a w art. 33 ust. 1 określa pojęcie „pozyskiwania klienta” w odróżnieniu od „informowania”. Informowanie o wykonywaniu zawodu oraz działalności z nim związanej jest prawem radcy prawnego uznawanym za niezbędny w działalności gospodarczej element działania marketingowego. Według art. 31 ust. 2 określane jest jako „inicjowane przez radcę prawnego działanie niestanowiące bezpośredniej propozycji zawarcia umowy z konkretnym klientem bez względu na jego formę, treść i środki techniczne”. Natomiast pozyskiwanie klientów to według art. 33 ust. 1 „każde działanie radcy prawnego będące bezpośrednią propozycją zawarcia umowy z konkretnym klientem, bez względu na formę i środki techniczne”. Różnica między tymi dwiema formami działań sprowadza się do odmienności celów inicjowanego przez radcę prawnego działania oraz adresatów tych działań. W przypadku informowania jest to typowy zabieg marketingowy – dotarcie z informacją o działalności radcy prawnego do nieograniczonej ilości klientów. W przypadku pozyskiwania inicjowanie jest działaniem zindywidualizowanym zmierzającym do zawarcia umowy z konkretnym klientem. Przy czym jeżeli oferta została złożona na prośbę klienta, to nie będzie to miało charakteru pozyskiwania. Cechą wspólną obu działań jest wymóg, aby zarówno pozyskiwanie, jak też informowanie odbywało się w sposób zgodny z prawem, dobrymi obyczajami i poszanowaniem godności zawodu (mówią o tym wprost przepisy art. 32 i art. 33 ust. 2). W rozróżnieniu tych pojęć warto przytoczyć fragment opinii Komisji Etyki KRRP: „Wysyłanie korespondencji do konkretnego adresata zawierające dopuszczalne na gruncie art. 31 ust. 1 KERP informacje ukierunkowane na zainteresowanie i ewentualne zainicjowanie rozmów w celu wspólnej pracy zakwalifikować należy jako pozyskiwanie klienta. Pozyskiwanie klientów należy do wrażliwego obszaru związanego z wykonywaniem zawodu radcy prawnego, a przestrzeganie zasad deontologii w tym zakresie, obowiązki wobec innych radców i samorządu, są podstawowym wymogiem”¹⁹. Zarówno informowanie, jak też pozyskiwanie, a także komunikacja marketingowa z otoczeniem są formą relacji radcy prawnego z klientami²⁰. Z analizy przepisu art. 31 ust. 2 wynika, że informacja nie może mieć charakteru konkretnej oferty, lecz raczej powinna być wskazówką dla klienta, który szuka właściwego prawnika w swojej określonej sytuacji prawnej. Klient sam ma dokonać wolnego wyboru w oparciu o te informacje. Nie może zatem informacja ta zawierać elementów nacisku i wszelkich form zachęty do skorzystania z tego właśnie prawnika, a także być niezgodna z rzeczywistością lub wprowadzająca w błąd. Prawo do informowania o wykonywaniu zawodu może być w świetle KERP realizowane przez różne działania i obejmuje szeroki wachlarz dopuszczalnych środków i form tego „inicjowania”, które w formie katalogu otwartego określają dane zawarte w przepisie art. 31 ust. 3 KERP. Ocenie etycznej podlegają nie tyle treść informacji, szczególnie naruszenie zakazów wymienionych w art. 32, lecz także forma i użyte środki techniczne oraz miejsce umieszczenia informacji. Należy też bezwzględnie brać pod uwagę treść art. 32, który zakazuje (podobnie jak poprzedni Kodeks Etyki) stosowania informowania „sprzecznego z dobrymi obyczajami lub naruszającymi godność zawodu”, wymieniając, także w formie katalogu otwartego, lecz jednoznacznie określone, przykłady takich nagannych działań. Od radcy prawnego wymaga się zgodnie z art. 11 KER dbałości o godność zawodu i dochowania dobrych obyczajów przy wszelkich działaniach, w tym także marketingowych. Sprowadza się to do unikania takiego informowania, które może być odbierane jako natrętne, narzucające się i naruszające estetyczny smak. Za takie Komisja Etyki KRRP uznała umieszczanie nazw, logo, skrótów, symboli itp. kancelarii na przedmiotach użytkowych (kubkach, ramkach i elementach ubioru noszonych na zawodach sportowych), uznając takie formy za nie stosowne i nieodpowiednie do rangi zawodu. Jednocześnie uznała za dopuszczalne umieszczanie takich

19 Opinia: SK-30.05.2017-GW.

20 Obszerne omówienie problematyki informowania i pozyskiwania klientów w: S. Ciupa, *Zawód radcy prawnego – Historia zawodu i zasad wykonywania*, praca zbiorowa, Warszawa 2015, wyd. 5, rozdział VIII pkt 6.

elementów na przedmiotach bezpośrednio związanych i używanych w funkcjonowaniu kancelarii (papier firmowy, notesy, długopisy), ale z wyłączeniem używania ich w celach promocyjnych²¹.

Przy analizie wymienionych w art. 32 KERP przykładów informowania sprzecznego z prawem, dobrymi obyczajami lub naruszającymi godność zawodu radcy prawnego zwrócić należy uwagę na konstrukcję tego przepisu. Naganne przykłady różnorodnych działań wymienione w pkt 1–6 w formie katalogu otwartego spełniają rolę swoistej wskazówki dotyczącej zakazanych sposobów informowania klienta, w tym także przypadków zbieżnych z nimi. Istotne jest to, że jednoznaczne, zawinione naruszenie tych zakazów przez radcę prawnego jako sprzeczne z prawem i dobrymi obyczajami narusza godność zawodu i stanowi tym samym delikt dyscyplinarny, a jako takie jest podstawą wszczęcia postępowania dyscyplinarnego w stosunku do takiego radcy. Jest to praktyczny, konkretny przykład ograniczenia metod agresywnej konkurencji w stosunku do radców prawnych przy świadczeniu przez nich pomocy prawnej. Przy omawianiu różnorodnych form informowania jako działań marketingowych radcy prawnego dopuszczalnych przez KERP należy wspomnieć o możliwości informowania o wykonywanym zawodzie drogą elektroniczną (art. 35). Jest to nowość w stosunku do poprzednich regulacji wprowadzona do Kodeksu z uwagi na szybki, powszechny, dynamiczny i popularny rozwój tych form komunikacji. Możliwość taka jest dopuszczalna, ale z uzasadnionymi ograniczeniami wymienionymi w pkt 1–7 art. 35. Nie sposób przedstawić precyzyjnie wszystkie wymienione ograniczenia w ramach niniejszego artykułu, które dość kazuistycznie wymienia wskazany przepis²².

Z tematyką objętą niniejszymi rozważaniami związane są także przepisy rozdziału 6 KERP „Stosunki pomiędzy radcami prawnymi” zawarte w art. 50–59 KERP. Obejmują one zakresem regulacji znacznie szerszą problematykę niż zagadnienia nieuczciwej konkurencji, poszanowania dobrych obyczajów oraz słuszych interesów innych przedsiębiorców. Z jednej strony wchodzi one w obszar tematyczny rozważań niniejszego artykułu, tj. ochrony zasad uczciwej konkurencji ze szczególnym uwzględnieniem „poszanowania słuszych interesów innych przedsiębiorców” – w tym przypadku przeważnie innych prawników świadczących na rynku usługi prawne (art. 50 ust. 2 i 3 KERP).

Z drugiej strony treść tych przepisów ma szerszy charakter. Uwzględnia bowiem warunki i specyfikę wykonywania zawodu radcy prawnego, a w szczególności interes samorządu radców prawnych jako wspólnoty zawodowej, której wizerunek radcowie ci w społeczeństwie kreują i współtworzą, a tym samym zobowiązani są ją chronić (między innymi poprzez przestrzeganie względem siebie reguły lojalności i koleżeństwa). Treść przepisu art. 50 ust. 1 KERP zobowiązującego radcę prawnego do lojalności i koleżeństwa wobec członków samorządu radców prawnych ma charakter nadrzędnej klauzuli w przepisach KERP. Pojęcie lojalności i koleżeństwa jako niezdefiniowane prawnie, obowiązujące w relacjach między członkami samorządu radcowskiego, może przy rozpatrywaniu konkretnej sytuacji budzić wątpliwości interpretacyjne. Z pomocą przychodzi doktryna, a także orzecznictwo Wyższego Sądu Dyscyplinarnego wyczerpująco omawiające, jak należy rozumieć i stosować te pojęcia w praktyce, poprzez wskazanie i poddanie krytycznej ocenie przykładów nagannych zachowań oraz ich następstw. Działanie prawidłowe można scharakteryzować ogólnie jako przyjęte i akceptowane w społeczeństwie kanony przyzwoitego, zgodnego z zasadami dobrego wychowania (zwłaszcza umiar, takt i uprzejmość) postępowania, które obowiązuje w życiu zawodowym i prywatnym radcy prawnego, w tym także w stosunku do członków samorządu. Wynikający z tego przepisu nakaz ma także istotne znaczenie z uwagi na wspomnianą specyfikę wykonywania zawodu. Wiąże się to w pewnym zakresie z pełnieniem przez radcę prawnego funkcji pełnomocnika strony w postępowaniu procesowym. Na salach sądowych często w spornej atmosferze napięcia i związanych z tym emocji ryzyko przekroczenia obowiązku zachowania umiaru, taktu i wzajemnego szacunku, jaki nakłada ten przepis w odniesieniu do innego radcy prawnego, w tym reprezentującego przeciwnika, a także innych uczestników postępowania, jest wysokie. Ustawodawca, przewidując to, uwzględnił w ustawie regulującej zasady wykonywania zawodu radcy prawnego te specyficzne warunki wykonywania pracy i ustanowił swoisty, łagodzący immunitet w art. 11 ust. 2 ustawy o radcach prawnych. Ustanawiając w art. 11 ust. 1 niezbędną przy wykonywaniu zawodu gwarancję wolności słowa i pisma w granicach określonych prawem i rzeczą potrzebną, wskazał jednocześnie w przepisie art. 11 ust. 2, że nadużycie

21 Opinia Komisji Etyki Krajowej Rady Radców Prawnych, dodatek naukowy do „Radcy Prawnego” nr 115/116 lipiec–sierpień 2011 r., „Etyka w pytaniach i odpowiedziach”, s. 2D.

22 Tym bardziej że wyczerpująco zostały omówione we wspomnianym opracowaniu S. Ciupy, *op. cit.*

tej wolności przy wykonywaniu czynności zawodowej stanowiące ściganą z oskarżenia prywatnego znie wagę lub zniesławienie w stosunku do osób wskazanych w tym przepisie podlega ściganiu tylko w postępowaniu dyscyplinarnym. Stąd naruszenie przepisu art. 50 ust. 1 jest zazwyczaj częściej spotykaną podstawą zarzutu dyscyplinarnego (obok art. 6 i 11 KERP).

Ogólną zasadę wynikającą z treści art. 50 ust. 1 doprecyzowuje w szczegółach jego ust. 2 i 3. Przepis ust. 2 nakazuje radcy prawnemu powstrzymanie się od działań naruszających obowiązek lojalności wobec radcy prawnego z nim współpracującego – nawet po zakończeniu współpracy, a ust. 3 zakazuje radcy prawnemu „podejmowania czynności zmierzających do pozbawienia innego radcy zatrudnienia lub utraty klienta”. Są to według zasad etycznych uregulowanych KERP jednoznacznie naganne przykłady działań naruszających zasady uczciwej konkurencji, poszanowania słuszných interesów innego przedsiębiorcy w odniesieniu do tego zawodu (z wyjątkiem sytuacji wskazanych w tym przepisie). Jednocześnie treść tych przepisów służy wspomnianemu wyżej zbiorowemu interesowi wspólnoty samorządowej, w której mają panować lojalność i zasada koleżeństwa. Tak jednoznacznie dyscyplinujące nakazy poszanowania słuszných interesów innych przedsiębiorców i łagodzenia ostrej konkurencji przy świadczeniu usług odnajdujemy jedynie w zasadach deontologii zawodowej obowiązującej przedstawicieli zawodów zaufania publicznego objętych normą art. 17 ust. 1 Konstytucji RP. Godzi się zwrócić uwagę, że zakaz ten jest częściowo zbieżny z podobnymi, wskazanymi przez ustawodawcę przykładami nieuczciwej konkurencji uregulowanymi w ustawach wymienionych na wstępie²³.

Z uwagi jednak na specyficzne przypadki – wspomniane już osobiste relacje klienta z prawnikiem i zazwyczaj poufność takich kontaktów – zgłaszanie naruszenia norm art. 50 ust. 3 KERP organom samorządu należy do rzadkości, a jeżeli występuje, to postępowanie wyjaśniające napotyka na istotne trudności dowodowe. Zdarzają się wprawdzie przypadki, że niezadowolony z usługi klient (niejednokrotnie z subiektywnych powodów) zmienia prawnika, między innymi pod wpływem poufnych, nieetycznych „perswazji” innego przedstawiciela zawodu. Jednak ujawnienie takiego zdarzenia i przedstawienie wiarygodnych dowodów na tę okoliczność z podanych wyżej przyczyn następuje w praktyce niezwykle rzadko. Stąd częściej zarzut naruszenia przepisu art. 50 ust. 3 KERP występuje zazwyczaj łącznie z innymi przypadkami naruszenia norm etycznych i szerszego konfliktu z innym prawnikiem. Przepis ten pełni jednak skutecznie swoistą rolę prewencyjną i ostrzegawczą.

Pozostałe przepisy rozdziału 6 nie wiążą się bezpośrednio z problemem ochrony konkurencji, lecz chronią pośrednio, poprzez konkretne, opisane w dyspozycji przepisu, przykłady z praktyki zawodowej, wskazaną w art. 50 ust. 1 zasadę lojalności i koleżeństwa obowiązującą radców prawnych. Tym samym obligują ich do przestrzegania także ogólnej zasady wynikającej z art. 9 ustawy z 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców.

Reasumując, można stwierdzić, że zasada ochrony konkurencji, poszanowania dobrych obyczajów i słuszných interesów innych przedsiębiorców znajduje swoje odbicie w wielu regulacjach odnoszących się do osób o statusie przedsiębiorcy, w tym także radców prawnych. Jest przedmiotem tak znacznej liczby aktów prawnych, że ustalenie ich swoistej hierarchii i zastosowania w odniesieniu do konkretnej sytuacji może napotykać nieraz na pewne trudności. Wynika to z ogromnego zróżnicowania adresatów tych norm prawnych – czyli przedsiębiorców, ich klientów, a także skali zagrożenia i naruszenia interesu innego przedsiębiorcy lub klienta. Można pokusić się o pewne ogólne stwierdzenie: czyny nieuczciwej konkurencji penalizowane są zarówno poprzez postępowanie dyscyplinarne, jak i karne i cywilne. Odpowiedzialność karna regulowana jest wymienioną ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i przepisami Kodeksu wykroczeń, którego rozdział XV – Wykroczenia przeciwko interesom konsumentów – przewiduje kary grzywny i aresztu za czyny niewątpliwie naruszające uczciwą konkurencję. Odpowiedzialność cywilna uregulowana jest w przepisach Kodeksu cywilnego, a dyscyplinarna w zasadach deontologii poszczególnych zawodów zaufania publicznego. Jak widać, wachlarz odpowiedzialności jest bogaty, a co istotne za ten sam czyn może grozić każdy rodzaj odpowiedzialności, jak też może być on przedmiotem odrębnego postępowania.

23 Artykuł 12 ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Bibliografia

- Banasiński C., *Polityka konsumencka UE*, [w:] „Prawo europejskie w praktyce”, nr 3(33), marzec 2007 r., Fundacja Prawo Europejskie.
- Dźwigala G., *Komentarz do art. 35 KERP* [w:] *Kodeks Etyki Radcy Prawnego*, T. Scheffler (red.), Warszawa 2016, s. 167
- Kodeks Etyki Radcy Prawnego – Komentarz*, praca zbiorowa pod redakcją Tomasza Jaroszyńskiego, Warszawa 2016.
- Ługiewicz M., *Konstytucja Biznesu – praktyczne omówienie pakietu ustaw*, ODDK, Gdańsk 2018.
- Opinia SK-30.05.2017-GW.
- Opinia Komisji Etyki Krajowej Rady Radców Prawnych, dodatek naukowy do „Radcy Prawnego” nr 115/116 lipiec-sierpień 2011 r., „Etyka w pytaniach i odpowiedziach”, s. 2D
- Sykuna S., *Zakaz Nieuczciwej Konkurencji z Perspektywy Etyki Prawniczej*, „Gdańskie Studia Prawnicze”, t. XXXVI/2016.
- Zawód radcy prawnego – Historia zawodu i zasady jego wykonywania*, praca zbiorowa pod red. A. Berezy, Warszawa 2015, wyd. 5 uzupełnione.