

Prawna Ochrona Marki

Transkrypt podcastu #007

Tajemnica przedsiębiorstwa i zakaz konkurencji. Czyli jak uczynić swój biznes bezpieczniejszym.

9 grudnia 2016 r.

Opis odcinka: <http://znakitowarowe-blog.pl/007>

Witam Cię bardzo serdecznie.

Ja nazywam się **Mikołaj Lech**, a to jest mój podcast pt. *Prawna ochrona marki*, odcinek siódmy.

Jako rzecznik patentowy opowiem Ci, jak możesz zapewnić swojej marce silną ochronę prawną oraz dlaczego jest to takie ważne. Dowiesz się również, jakich błędów jako przedsiębiorca powinieneś unikać. Ten podcast jest również uzupełnieniem wiedzy, którą dzielę się na moim blogu pod adresem znakitowarowe-blog.pl.

Cześć! Dzisiejszy odcinek będzie wyjątkowy z dwóch powodów. Po pierwsze, jest to jak do tej pory najdłuższy odcinek i trwa ponad godzinę, natomiast, zaufaj mi, to nie jego wada, a zaleta, ponieważ jest pełen przydatnych informacji. Po drugie, mówić będzie głównie mój rozmówca, a ja ograniczę się do zadawania pytań. Tak więc mam dziś przyjemność gościć w swoim podcaście **Roberta Solgę**. Robert jest radcą prawnym, który prowadzi bloga o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a dokładniej o ochronie tajemnicy przedsiębiorstwa. Znajdziesz go pod adresem tajemnica-przedsiębiorstwa.pl. Mój rozmówca dzieli się wiedzą również w ramach swojego podcastu. Tak na marginesie powiem, że ma naprawdę radiowy głos.

W trakcie naszej rozmowy usłyszysz, **co może grozić Ci ze strony kluczowego pracownika**. Bo nie wiem, czy wiesz, że taka osoba może odejść z Twojej firmy, zabierając Ci kluczowych

klientów i pracowników. Robert Solga pomaga przedsiębiorcom, kiedy do takiego kryzysu u nich dojdzie. Ponadto dowiesz się od niego, czym jest „krwawy poniedziałek” i Szybki Tosiek. Generalnie mówiąc, Robert powie Ci, co zrobić, aby uczynić Twój biznes bezpieczniejszym. Gorąco zachęcam Cię do zapoznania się z naszą rozmową.

Witam Cię bardzo serdecznie, Robercie.

Cześć, witam Cię.

W końcu udało nam się umówić na ten podcast, rozmawialiśmy o nim już trochę.

Tak, to prawda, trochę to trwało, ale nareszcie nam się udało, więc mam nadzieję, że za jakiś czas wystąpisz u mnie.

Dziękuję. Bo Ty formalnie przede mną zdążyłeś wyskoczyć ze swoimi podcastami?

Tak, tak, oczywiście. Teraz występuję u Ciebie, jestem gościem w Twoim podcaście, więc nie mogłem się doczekać, zresztą mieliśmy to już dawno temu umówione.

Tak, pamiętam, jak oboje mówiliśmy sobie, jak dobrze by było zacząć nagrywać podcasty, i co, udało się.

Udało się. Ja muszę pochwalić się, że mam pierwszą opinię na iTunes – od Ciebie oczywiście [śmiech].

Od razu się cieszyłem, że mogłem Ci ją wystawić. A więc zaczynamy. Po lekturze Twoich artykułów na blogu chciałem Ci zadać takie pytanie: czym jest „krwawy poniedziałek”?

„Krwawy poniedziałek” to jest taki wynik moich obserwacji, chociaż ostatnio zacząłem się zastanawiać, czy nie zmienić go na „czarny piątek”, ponieważ kiedyś wydawało mi się, że to w poniedziałki najczęściej szefowie dowiadują się o tym, że odchodzi od nich cenny pracownik. „Krwawy poniedziałek” to jest taka przykra sytuacja, kiedy szef czy właściciel firmy dowiaduje się, że odchodzi jego cenny pracownik, i na dodatek okazuje się, że nie ma z tą osobą zawartej umowy o zakazie konkurencji, a jednocześnie jest to ktoś bardzo ważny, który zna większość kluczowych klientów, warunki handlowe, dostawców i jest zdolny do przejęcia części najważniejszej klienteli. Jest taka zasada Pareto, która przełożona na klientów mówi, że 20% klientów generuje 80% przychodów. I rzeczywiście z moich obserwacji wynika, że tacy pracownicy z reguły zabierają te 20% najlepszych klientów.

Czyli gdybyś mógł skrótowo powiedzieć, co może zrobić taki przedsiębiorca, który w piątek po pracy dowiaduje się nagle, że odchodzi od niego kluczowy pracownik z najlepszą częścią

zespołu albo najlepszymi klientami? Jak się przed tym zabezpieczyć? Czego nie zrobić przedsiębiorca z twojej historii?

Najczęściej jest tak – bo stanów faktycznych jest bardzo dużo – że przedsiębiorca nie podpisał umowy o zakazie konkurencji i że nie podpisał umowy o zachowaniu poufności. Czyli mamy bardzo trudną sytuację, kiedy nie mamy żadnych twardych papierowych narzędzi prawnych, żeby się przed nią bronić. I żeby się z takiej trudnej sytuacji w jakikolwiek sposób wybronić, musimy przejść na zasady uczciwej konkurencji. Wtedy powinniśmy zastanowić się, czy przejmowanie klientów, czy kierowanie ofert do nich przez byłego pracownika stanowi czyn nieuczciwej konkurencji. Niestety problem polega na tym, że jeżeli się wcześniej zbyt wiele nie zrobiło, tzn. nie podjęto minimalnych działań, to później może być problem. Dlatego że ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji tak naprawdę nie pozwala na zastąpienie zakazu konkurencji. I ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, i tajemnica przedsiębiorstwa to są takie narzędzia, które pozwalają walczyć z nieuczciwą konkurencją. A to, czy to jest nieuczciwa konkurencja, to w znacznej mierze zależy od tego, co przedsiębiorca zrobił, zanim rozwiązał umowę czy zanim uległa rozwiązaniu umowa o pracę z tym pracownikiem.

Mówisz o takich dwóch rzeczach. Pierwsza – że powinien podpisać umowę o tajemnicy przedsiębiorstwa, druga – umowę o zakazie konkurencji. Chciałbym, żebyśmy się na początku skupili na tej pierwszej części. Czym w ogóle jest tajemnica przedsiębiorstwa? Bo ja mam wrażenie, że to jest naprawdę szerokie pojęcie.

Tak. Przy czym za chwilę podam kilka jej przykładów, ale na wstępie powiem, że tajemnica przedsiębiorstwa to jest prawo do informacji – czyli tylko informacji – które łącznie spełniają trzy przesłanki: są **poufne**, czyli nieujawnione do wiadomości publicznej, **mają wartość gospodarczą** i przedsiębiorca przedsięwziął wobec tych informacji racjonalne **działania w celu zachowania ich poufności**. Dopiero kiedy wobec danej informacji spełnimy te trzy przesłanki, wtedy mamy prawo, które jest porównywalne z prawem własności. Oznacza to, że nikt nie może bez naszej zgody z tych informacji korzystać, ujawniać ich albo przekazywać osobom trzecim. Jeżeli się zastanawiamy nad tym, jakie informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa, to tak naprawdę, jeśli popatrzymy na firmę, to okazuje się, że tego typu informacje mogą występować w każdym obszarze funkcjonowania firmy, tj. dostawcy, sprzedaż, klienci, ceny, warunki współpracy oraz informacje techniczne, technologiczne, finansowe czy organizacyjne. Tak naprawdę tajemnice przedsiębiorstwa, czyli te wartościowe informacje, które zapewniają firmie przewagę konkurencyjną, występują w każdym obszarze działalności firmy. Problem może polegać na tym, że tak

naprawdę tam nie występuje tajemnica przedsiębiorstwa, tylko potencjalna tajemnica przedsiębiorstwa. To, czy te informacje będą tajemnicą przedsiębiorstwa, w znacznej mierze zależy od przedsiębiorcy, bo to on musi przedsięwziąć wobec tych informacji racjonalne działania w celu zachowania ich poufności. Jeżeli już mamy te działania, czyli spełniamy te trzy przesłanki, to mamy tajemnicę przedsiębiorstwa i możemy zakazać np. byłemu pracownikowi wykorzystywanie tych informacji. Ale tajemnica przedsiębiorstwa działa nie tylko wobec byłych pracowników, ale wobec każdego, kto jest nią związany, czyli tak naprawdę każdego. Dotyczy klienta, dostawcy, kontrahentów czy podmiotów, które świadczą inne usługi na rzecz firmy.

Powiedziałeś o tym, że ten przedsiębiorca powinien podjąć jakieś działania w celu zachowania tych informacji w poufności. W związku z tym czy powinien mieć taką umowę spisana, gdzie jest napisane, co jest tajemnicą przedsiębiorstwa w jego przypadku?

Tajemnica przedsiębiorstwa powstaje niezależnie od umowy. Tak naprawdę umowa nie jest w ogóle potrzebna do tego, by powstała tajemnica przedsiębiorstwa. Istotne jest to, by ta konkretna informacja miała wartość gospodarczą – przykładowo w tej chwili są to warunki współpracy z jakimś klientem. Ta informacja musi być nieujawniona do wiadomości publicznej i wystarczy, że powiemy pracownikom: „Słuchajcie, ta informacja stanowi moją tajemnicę przedsiębiorstwa”. I my nie musimy podpisywać żadnej umowy, by tę informację objąć prawem tajemnicy przedsiębiorstwa.

Tak, ale chyba od strony procesowej, jak już ten pracownik odejdzie, to ja muszę jakoś mu to udowodnić, a sam fakt, że mu powiedziałem, to jest słowo przeciwko słowu.

Oczywiście, dlatego właśnie stosuje się w praktyce tzw. oświadczenia o zachowaniu poufności czy umowy o zachowaniu poufności. Przy czym ta umowa to jest jakby krok dalej, ponieważ poza dowodem na to, że poinformowaliśmy pracownika, albo osobę trzecią, bo przecież taką umowę podpisuje się również z klientami czy z dostawcami, dostarcza nam jeszcze dodatkowych możliwości. Może np. zawierać karę umowną za naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa. Tak więc zawarcie umowy o zachowaniu poufności nie jest warunkiem istnienia tajemnicy przedsiębiorstwa, ale dobrze ją zawierać, ponieważ wzmacnia naszą pozycję prawną w razie sporu.

Mam pytanie, które chyba gdzieś przeczytałem na Twoim blogu. Czy w takim przypadku lista klientów może być traktowana jako tajemnica przedsiębiorstwa? Ponieważ te wszystkie dane o tych przedsiębiorcach w końcu są gdzieś ogólnodostępne. Znaleźć je można w jakichś tam bazach przedsiębiorców, czy nawet na stronach internetowych? Co wtedy?

Tak, to jest bardzo dobre pytanie. Otóż prawdą jest, że praktycznie wszystkie informacje w dniu dzisiejszym możemy znaleźć w internecie. I jeżeli chodzi o listę klientów, to tutaj odwołałbym się do takiej drugiej definicji tajemnicy przedsiębiorstwa, która wynika z prawa międzynarodowego i ma bezpośrednie zastosowanie w prawie polskim. Zresztą ta definicja w tej chwili również wynika z prawa unijnego. Jest dyrektywa unijna, która nakazuje państwom wprowadzić pewien standard ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa. I jeżeli chodzi o definicję, o której w tej chwili mówię, to ona stanowi, że tajemnicą przedsiębiorstwa są informacje poufne w tym sensie, że jako całość lub w szczególnym zestawie i zespole ich elementów nie są ogólnie znane lub łatwo dostępne dla osób z kręgów, które normalnie zajmują się tym rodzajem informacji. Tutaj warto zwrócić uwagę na sformułowanie „w szczególnym zestawie i zespole elementów”, czyli jeżeli zrobimy sobie zestaw informacji, które są publicznie znane, ale w takim zestawie one nie występują, to mamy tajemnicę przedsiębiorstwa. Zazwyczaj lista klientów jest wynikiem wieloletnich prac danej firmy. Ta lista czasami powstaje kilkanaście lat i ma dużą wartość choćby z tego faktu.

Ja mam takie wrażenie, że nawet nie tyle chodzi o listę, ile to, że ten pracownik albo my przez lata zbudowaliśmy więź z klientem, on nam ufa, mamy z nim dobry kontakt. A z racji tego, że nasz pracownik jest bardzo sympatyczny i obrotny, przekazaliśmy mu kontakty z tymi klientami, więc on miał z nimi nie tylko kontakt, ale nawiązał relacje. Gdyby wykonał np. taki zimny telefon z ulicy, toby prawdopodobnie odbił się od sekretariatu, ale z racji tego, że już wcześniej miał kontakt z jakimś prezesem, to ten prezes był dużo bardziej miękki, więc pracownik może go przejąć.

To jest coś, co się nakłada. To, o czym teraz mówisz, to są relacje, coś dodatkowego. Natomiast jeżeli chodzi o sformułowanie „lista klientów”, to najczęściej jest to pewne uproszczenie, ponieważ tutaj nie chodzi tylko o zwykłą listę klientów wyglądającą jak książka telefoniczna, tylko zazwyczaj jest to lista z dodatkowymi informacjami, które wskazują na to, czy warto z tym klientem nawiązać współpracę. Z reguły jest to historia transakcji, informacja, co, kiedy i za ile ten klient kupił, czy terminowo płaci, ale również terminy odnawiania umów. Jeżeli taki klient podpisuje umowę raz na rok lub raz na dwa lata, to w tym momencie wiadomo, kiedy należy do niego zadzwonić, żeby zaproponować mu zawarcie następnej umowy. Więc sformułowanie „lista klientów” najczęściej, jeżeli jest zrozumiana tak wąsko, wprowadza w błąd, ponieważ tutaj zazwyczaj myślimy o dodatkowych informacjach, nie tylko imię, nazwisko, firma plus adres, ale również tych handlowych, które powodują, że warto z tym klientem nawiązać kontakt.

Natomiast to, o czym powiedziałaś, czyli te relacje, to jest dodatkowy element, którego niestety tajemnicą przedsiębiorstwa nie możemy chronić. Problem polega na tym, że czasami tak się dzieje, że pracownicy nawiązują z klientami relacje już mniej biznesowe, a koleżeńskie. Trudno to tak naprawdę zdefiniować w sposób czarno-biały, ponieważ to są mimo wszystko dalej relacje biznesowe, ale leżące również oczywiście w interesie pracodawcy. Nawiązuje się takie dodatkowe więzi, choćby polegające na tym, że się jeździ wspólnie na jakieś wyjazdy integracyjne czy imprezy sportowe, dużo jest takich okoliczności, w których można się lepiej poznać.

Ale jak miemam, przed tym, o czym ty teraz mówisz, czyli czymś, co nie jest przedmiotem tajemnicy przedsiębiorstwa, można by było zabezpieczyć się poprzez podpisanie umowy o zakazie konkurencji. Jakkolwiek dobrej relacji pracownik nie ma z tym klientem, to przez określony czas nie będzie mógł świadczyć usług konkurencyjnych.

Oczywiście. I właśnie to chciałem powiedzieć: że te relacje, czyli to ponad tajemnice przedsiębiorstwa, ponad te „suche” informacje, możemy zabezpieczyć dla siebie tylko umową o zakazie konkurencji. Jest taki fajny wyrok, który gdzieś opisałem na blogu, który mówi, że nie możemy poprzez tajemnicę przedsiębiorstwa zakazać pracownikowi wykorzystywania jego prywatnych relacji w późniejszym życiu zawodowym. Tajemnica przedsiębiorstwa nie chroni prywatnych relacji. Możemy natomiast oczywiście podpisać umowę o zakazie konkurencji i to jest coś więcej niż zobowiązania wynikające z tajemnicy przedsiębiorstwa.

Ja spotkałem się z kilkakrotnie przypadkiem byłego, nierzetelnym pracownikiem, który chce się usamodzielnic, ale równocześnie przejąć markę byłego pracodawcy. To zresztą nie zawsze jest były pracownik, to może być wspólnik, z którym się rozeszliśmy i który próbuje rozkręcać coś własnego. Np. przez wiele lat promował markę i trochę czuje się ojcem jej sukcesu. Stąd pytanie do Ciebie: czy spotkałeś się z tym, że osoba, która odchodzi, próbuje również przejąć markę?

To akurat nie moja specjalizacja. Ja się najczęściej spotykam jednak z taką sytuacją, gdy osoba, która odchodzi, nawiązuje ścisłe relacje z klientami i pracownikami swojego byłego pracodawcy i ostatecznie ich przejmuje. Natomiast jeżeli chodzi o [znak towarowy](#) – to, w czym Ty się specjalizujesz – to z tym się nie spotkałem, jeżeli mówimy o takim [przejęciu w złej wierze](#). Owszem, spotykałem się ze sporem dotyczącym znaków towarowych pomiędzy wspólnikami, którzy kończą biznes, pomiędzy firmami, które ze sobą współpracowały, natomiast jeszcze się z taką sytuacją jak przejęcie znaku towarowego się nie spotkałem. Wiem, że Ty tak.

Tak i nawet powiem, że w podcaście nr 9 występuje mój kolega, który z taką sytuacją się zetknął. Autentycznie jego były wspólnik zgłosił znak towarowy na siebie i musieliśmy na drodze

sądowej to odkręcać. Ty zajmujesz się zresztą pokrewną dziedziną co ja, bo te tematy bardzo często splatają się ze sobą. Aczkolwiek w większym zakresie jesteś związany z tajemnicą przedsiębiorstwa i zakazem konkurencji. Ja mam w związku z tym jeszcze takie jedno pytanie. Załóżmy, że przedsiębiorca, który nie pomyślał o tym wcześniej, mleko się rozlało, pracownik odszedł, zaczyna szukać w internecie informacji, trafia na Twojego bloga i pytanie jest takie: czy w sytuacji, kiedy ten pracownik od niego odszedł, zabrał część kadry, klientów, co przedsiębiorca może zrobić, jak powinien zareagować na ten „krwawy poniedziałek”?

Zanim odpowiem na to pytanie, chciałbym jeszcze wrócić do znaku towarowego i jego kradzieży. Tajemnica przedsiębiorstwa i znaki towarowe mają ze sobą troszeczkę wspólnego, nawet dużo, ponieważ znak towarowy, jego koncepcja, pomysł na niego powinny być objęte tajemnicą przedsiębiorstwa do momentu złożenia wniosku o jego rejestracji. Chyba że mamy do czynienia z firmą, która już funkcjonuje na rynku i korzysta z tego znaku towarowego. Ale jeżeli mamy pomysł na biznes w ramach jakiejś firmy, czy w ogóle mamy pomysł na biznes i chcemy go rozpocząć, to raczej nie powinniśmy się chwalić tym [znakiem towarowym](#), aby ktoś nam go nie przejął w sposób niezgodny z dobrymi obyczajami.

Ale to, o czym Ty mówisz, odnosiłoby się bardziej do marki pewnej usługi, która ma wejść na rynek bądź marki pewnego towaru. Był niedawno spór o markę wódki, on się nadal toczy, gdzie jeden przedsiębiorca ogłaszał, że planuje wejść z nim na rynek, a drugi mu po prostu ten znak zarejestrował. Nie ma to nic wspólnego z tajemnicą przedsiębiorstwa. Chodzi raczej o to, że jak wprowadzamy jakąś markę na rynek i mówimy o jakiejś milionowej promocji, to rozsądnie byłoby [wydać ten tysiąc złotych](#) i zarejestrować ten znak. Ale w sytuacji kiedy jest pracownik, który wie, że pracodawca chce wejść z jakąś marką na rynek i sam zgłasza na siebie znak towarowy, to możemy powoływać się na tajemnicę przedsiębiorstwa.

Tak, dokładnie o takiej lub podobnej sytuacji myślałem, więc pracę nad nową marką w sensie znaku towarowego warto prowadzić jednak w poufności. I zobowiązać osoby, które nad tym pracują, do zachowania tej informacji w poufności, ponieważ ujawnienie jej, zarejestrowanie znaku towarowego przez kogoś w złej wierze może zniweczyć dosyć długie starania i czasami dosyć duże nakłady związane z wytworzeniem tej marki. To jeszcze chciałem dodać odnośnie do znaku towarowego.

A jeżeli chodzi o ten „krwawy poniedziałek” – co można? Tak naprawdę wachlarz możliwości jest dosyć duży, ponieważ powinniśmy po pierwsze zastanowić się, czy firma ma tajemnicę przedsiębiorstwa. Czasami jest tak, że pomimo braku umowy o zachowaniu poufności tę tajemnicę przedsiębiorstwa mamy. Być może ona jest zaznaczona gdzieś w regulaminie pracy, a

jeżeli go nie ma, to być może oni pisali w jakichś wiadomościach mailowych do pracowników, być może o niej rozmawialiśmy na jakimś spotkaniu, być może fakt posiadania tych poufnych informacji jest w jakiś sposób zaznaczony albo udowodniony, np. poprzez rozmowę z pracownikami. Oczywiście trzeba sobie zdawać sprawę z tego, że rozmowy z pracownikami są słabym dowodem i w razie sporu, kiedy musimy przeprowadzić dowód z zeznań świadków. Musimy liczyć się z tym, że pracownicy mogą nie pamiętać swoich poprzednich rozmów, więc ten dowód jest obciążony bardzo dużym ryzykiem niepowodzenia. Ale zakładając, że mamy tajemnicę przedsiębiorstwa, możemy podjąć działania cywilne, jak i karne, ponieważ mało kto wie, że naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa **jest również przestępstwem**.

Jeżeli chodzi o działania cywilne, to możemy żądać po pierwsze zaniechania naruszeń tajemnicy przedsiębiorstwa. Problem oczywiście polega na tym, że tempo działań naszych sądów jest takie, że pierwsza rozprawa odbędzie się wtedy, kiedy już ta tajemnica przedsiębiorstwa jest wykorzystana, a być może nawet przekazana dalej w taki sposób, że ktoś inny jeszcze może z niej korzystać. Więc niestety okazuje się, że najczęściej możemy korzystać z roszczenia odszkodowawczego, czyli możemy żądać zaniechania tajemnicy przedsiębiorstwa oraz naprawienia szkody, a to naprawienie szkody obejmuje wszystkie straty związane z naruszeniem tajemnicy przedsiębiorstwa i utracone korzyści. Więc jest to dosyć mocne roszczenie.

Ja mam do Ciebie takie pytanie, bo w momencie kiedy się przygotowywałem, zacząłem zastanawiać się nad tym, że podpisuję np. z pracownikiem umowę o tajemnicę przedsiębiorstwa, ale dość optymistycznie się to potoczyło i moje przedsiębiorstwo bardzo się rozwinęło, wchodząc w różne branże. Co w tym momencie? Czy ja powinienem taką umowę uzupełniać o nowe dziedziny, które obejmuje ta tajemnica przedsiębiorstwa, czy pozostać przy tej opcji podstawowej?

Lista tych informacji, które są tajemnicą przedsiębiorstwa, jest elastyczna. Tak naprawdę trudno mówić, że to jest lista. To są kategorie informacji, więc jeżeli mówimy, że obejmujemy w firmie tajemnicą przedsiębiorstwa informacje o klientach i dostawcach, to mamy objętą tą tajemnicą przedsiębiorstwa właśnie tę grupę i dostawców, i klientów. Natomiast to, co się w tych kategoriach później dzieje, to wiadomo, że powstają nowe informacje, stare się dezaktualizują, więc nie sądzę, żeby podpisanie umowy o zachowaniu poufności mogło być za pięć lat problemem, raczej jest dużą zaletą, że w ogóle taką umowę mamy.

A jeżeli jest nieaktualne, nie obejmuje pewnych rzeczy, które pojawiły się po pięciu latach?

Z reguły te umowy, które ja widuję, te, które ja przygotowuję, posługują się klauzulą generalną. Oczywiście jest tam przykładowa lista informacji, które stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa,

ale z reguły jest tam sformułowanie „w szczególności”, czyli jeżeli będą powstawały nowe informacje, to one również będą obejmowane tajemnicą przedsiębiorstwa, przy czym dobrze jest powiedzieć o tym pracownikom: „*Słuchajcie, mamy nowe tajemnice przedsiębiorstwa, np. mamy know-how techniczne czy technologiczne*”. Prawo nie wymaga, by taka informacja była wyraźna. Inaczej: jest orzecznictwo Sądu Najwyższego, które mówi, że taka informacja o objęciu tajemnicą przedsiębiorstwa może być przekazana w sposób dorozumiany. Oczywiście nie warto na tym polegać. Warto obejmować informacje wprost tajemnicą przedsiębiorstwa, niemniej może być tak, że w ciągu tych pięciu lat powstaną nowe informacje i my je będziemy obejmować tajemnicą przedsiębiorstwa w miarę ich powstawania na podstawie tej umowy, która była podpisana kiedyś.

Zakładając, że jakiś przedsiębiorca np. ma genialne źródło dochodów, tzn. wie, że występując na jakiejś konkretnej konferencji, doprowadza do tego, że 80% klientów jego przedsiębiorstwa jest właśnie z tego źródła – czy tę informację, że ta konferencja jest tak skuteczna, można uznać za tajemnicę przedsiębiorstwa?

Sposób pozyskiwania klientów może być uznawany za tajemnicę przedsiębiorstwa. Oczywiście są takie ogólnie znane dla specjalistów sposoby pozyskiwania klientów i jeżeli ktoś jest specjalistą ds. marketingu, to wie, że tak się pozyskuje klientów na konferencjach, tak się pozyskuje w inny sposób itd. Natomiast w różnych branżach różnie to działa. I to, że np. w danej branży konferencje są najlepszym sposobem pozyskiwania klientów, może być tajemnicą przedsiębiorstwa – więc jak najbardziej, oczywiście.

Wszystko zależy, jak zawsze.

Tak, natomiast na tym przykładzie, który podałeś, jeżeli w tej firmie 80% klientów bierze się z konferencji, a firma prowadzi jeszcze inne działania w celu zachowania poufności w celu pozyskiwania klientów, to osoby z zewnątrz tego nie wiedzą, a osoby z wewnątrz widzą, że firma prowadzi konferencje, szkolenia, ma stronę internetową i stosuje różnego rodzaju działania marketingowe. Więc ci z zewnątrz nie wiedzą, że 80% klientów bierze się właśnie z konferencji. Może ja opowiem o innym przykładzie, który również jest ciekawy. Jeżeli firma ma jakiś produkt, który może trafić do różnych branż, np. sprzedaje urządzenia techniczne, i one mogą być stosowane, począwszy od zakładów wulkanizacyjnych czy mechanicznych, samochodowych, a skończywszy na gabinetach stomatologicznych, i okaże się, że te gabinety stomatologiczne to jest np. te 80% przychodów, mimo że z zewnątrz, patrząc na firmę, nikt na to nie wpadnie – to ta struktura sprzedaży zazwyczaj powinna być granicą przedsiębiorstwa, ale czy jest, to oczywiście zależy od właściciela firmy i od tego, czy on chce objąć te informacje tajemnicą przedsiębiorstwa.

Powiem Ci szczerze, że ja dostaję bardzo często takie pytania, gdzie ktoś mówi, że stworzył stronę internetową, jakiś system sprzedaży, i chciałby go opatentować. Ja wtedy zawsze muszę gasić niestety taką osobę, mówiąc: „Gdyby Facebook opatentował portal społecznościowy, toby żadnej Naszej-Klasy ani innych nie było. Jakby eBay jako pierwszy opatentował aukcje internetowe, toby nie mogło być serwisów konkurencyjnych”. Więc jako sposób sprzedaży takie rzeczy nie kwalifikują się do ochrony patentowej, ale z tego, co Ty mówisz, źródło wybitnie skutecznego pozyskiwania klientów, w określonych sytuacjach, może być traktowane jako tajemnica przedsiębiorstwa dla tej konkretnej osoby.

Oczywiście, ale warunek jest jeden, że ta informacja będzie poufna, czyli będzie nieujawniona do wiadomości publicznej. Czyli pracownicy w danej firmie będą wiedzieli, że powinno to być zachowane w poufności i firma nie będzie się chwaliła tą informacją na zewnątrz, że ona tak skutecznie pozyskuje klientów poprzez konferencje, że większość jej klientów czy aż 80% pozyskuje poprzez to źródło.

Robercie, jeżeli chodzi o tę pierwszą część, to chciałbym Cię jeszcze zapytać: jakie są sposoby zachowania poufności informacji w firmie przez przedsiębiorcę? Co możesz dodać do tego?

Chciałbym przede wszystkim powiedzieć, że prawo nie wymaga od przedsiębiorców, by ta tajemnica była taka absolutna, czyli żeby zamknąć te informacje do sejfu i zabezpieczyć je tak jak np. tajemnicę państwową. Prawo mówi, że przedsiębiorca powinien podjąć niezbędne działania w celu zachowania poufności, a te niezbędne to są rozsądne w danych okolicznościach. Jest też pewne orzeczenie, które mówi, że należy podjąć tak naprawdę minimalne działania na danym polu eksploatacji danych.

Czyli sądy nie wymagają od przedsiębiorców nadzwyczajnych działań. Z drugiej strony oczywiście, jeżeli chcemy chronić te informacje tak rzeczywiście, a nie pro forma, to powinniśmy zrobić nieco więcej niż to niezbędne minimum. Ta zasada, o której przed chwilą powiedziałem, to jest zasada tajemnicy nieabsolutnej, jest nazywana zasadą relatywnej tajemnicy. I na to się składa – bo oczywiście możemy przejść przez wszystkie sposoby zabezpieczeń informacji – ale poza tym, że powiemy pracownikom: „*Słuchajcie, te informacje są poufne i stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa*”, to powinniśmy podjąć te minimalne działania. I to są działania organizacyjne, informatyczne i prawne. I one zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego powinny doprowadzić do takiej sytuacji, że osoby trzecie, chcąc zapoznać się z treścią informacji, powinny doprowadzić do wyeliminowania przyjętych przez przedsiębiorcę mechanizmów zabezpieczających te informacje przed niekontrolowanym wpływem danych. I jeżeli chodzi o działania prawne, to oczywiście najlepiej jest zawrzeć umowę o zachowaniu

poufności, o tym mówiliśmy. Ale taka umowa o zachowaniu poufności to też, prawdę mówiąc, jest wersja bardzo luksusowa, jeżeli chodzi o przedsiębiorców, którzy do mnie często przychodzą. Ponieważ bywa tak, że tej umowy nie ma. Z punktu widzenia prawa te minimalne działania to jest informowanie o przekazywaniu tajemnicy przedsiębiorstwa, oznaczanie dokumentów klauzulą tajemnicy przedsiębiorstwa i wreszcie zawieranie umów o zachowaniu poufności. Natomiast jeżeli chodzi o system informatyczny, to tutaj są tak naprawdę wszystkie te zdroworozsądkowe zasady, które zazwyczaj stosujemy w każdej firmie, czyli indywidualne loginy i hasła zmieniane regularnie co jakiś czas, poziomy dostępów itd.

Ja zwróciłbym uwagę na dwie bardzo ważne zasady organizacyjne, o których się zapomina albo czasami stosuje się je intuicyjnie. Pierwsza zasada to jest **zasada limitowania dostępu do informacji** na zasadzie *need to know*, czyli jeżeli potrzebujesz tych informacji, to je dostaniesz. Oczywiście w ramach wykonywania obowiązków pracowniczych. Tak poukładać obieg informacji, by nie doszło do sytuacji, że każda osoba w firmie ma dostęp do każdej informacji. Przykładowo zatem powinniśmy to zrobić tak, żeby dział sprzedaży znał informacje dotyczące sprzedaży, czyli cenę sprzedaży, ale żeby już nie znał ceny zakupu, a najlepiej źródeł zaopatrzenia. I na odwrót: pracownik z magazynu nie musi wiedzieć, komu i za ile sprzedajemy towar. To jest przykład w firmach handlowych, ale ta sama zasada zastosowana w firmach technicznych, produkcyjnych itd. również jest bardzo dobrym sposobem zabezpieczania informacji, co więcej – w razie sporu sąd pyta się, kto miał dostęp do informacji. Im mniej osób w firmie miało dostęp do informacji, tym większa szansa na to, że sąd uzna te informacje za tajemnicę przedsiębiorstwa.

A druga zasada, którą bym również zalecił, to **zasada puzzli**. Ona polega na tym, że dzielimy informacje w taki sposób, że dopiero zebrane w jedną całość mają wartość gospodarczą. I najlepszym przykładem zasady puzzli są wszelkiego rodzaju receptury, które są dzielone w taki sposób, że jedna osoba nie zna całości receptury, czy to jest receptura Coca-Coli, 11 ziół z KFC, to dalej mamy do czynienia z taką właśnie sytuacją, gdzie te informacje nie są w jednym miejscu, nie są w posiadaniu jednej osoby. Czyli każda osoba dysponuje puzzlami, które razem złączone powodują, że mamy całość informacji. Jeżeli stosujemy te dwie zasady, to z dużym prawdopodobieństwem, jeżeli do tego jeszcze dodamy takie proste działania organizacyjne i informatyczne, przekonamy sąd, że mamy tajemnicę przedsiębiorstwa, ponieważ tajemnica ta – w przeciwieństwie do tego, czym Ty się zajmujesz, czyli do znaków towarowych – nie jest prawem, na który się dostaje certyfikat.

Ze znakiem towarowym to jest świetna sprawa, ponieważ mam znak towarowy i nie zawaham się go użyć. Mówię każdemu: „*Słuchajcie, to jest mój znak towarowy*”. Natomiast z tajemnicą przedsiębiorstwa jest tak, że za każdym razem jej istnienie jest weryfikowane przez sąd.

Dopiero sąd sprawdza te trzy przesłanki, mówi: „Sprawdzam!”. I dodaje: „Rzeczywiście jest to informacja, która ma wartość gospodarczą, jest poufna i podjęłeś wobec tej informacji racjonalne działania w celu zachowania poufności. Masz tajemnicę przedsiębiorstwa”. I tak to jest, że niestety – a może i stety – to przedsiębiorca powinien udowodnić, że ma tę tajemnicę przedsiębiorstwa.

I w takiej umowie, czyli w modelu idealnym, gdzie przedsiębiorca nie czeka, aż będzie miał problemy, tylko odsłuchał naszą rozmowę, zwraca się do Ciebie z prośbą o przygotowanie umowy o zachowaniu tajemnicy przedsiębiorstwa. I tam poza tym, że określimy, co jest tą tajemnicą, ewentualnie jak tę tajemnicę przedsiębiorca stara się zachować, czyli oznacza dokumenty jako tajne, poufne, niedostępne dla każdego, powinna się znaleźć kara umowna?

Oczywiście dobrze jest, jeżeli taką karę umowną dodamy do umowy o zachowaniu poufności, bo ona powoduje, że nasz kontrahent czy zleceniobiorca, dostawca lub nasz pracownik traktuje tę umowę poważnie. Jak jest tam kara umowna, to każdy zastanawia się po pierwsze nad podpisaniem tej umowy, po drugie – również nad sposobem jej wykonywania. Owszem, zalecana jest kara umowna, ale często są umowy bez niej. Jedyna różnica polega na tym, że jeżeli nie mamy kary umownej, to musimy zawsze przed sądem udowodnić wysokość poniesionej szkody, a nie zawsze jest to łatwe. Wręcz przeciwnie, zazwyczaj jest to bardzo trudne.

Wycena własności intelektualnej, co utraciliśmy, np. poprzez rewelacyjnego pracownika, którego nam ktoś wziął. Bo wiadomo, że to nie jest tajemnica przedsiębiorstwa, że ktoś z kimś innym chciał współpracować, ale mówię o całym tym incydencie, że ktoś odchodzi, zabiera klienta, zespół – to jest bardzo trudne do wycenienia.

Ale da się to wycenić. Ponieważ bierzemy pod uwagę, co nam pracownik „zabrał” i jakie problemy nam sprawił. Ponieważ pracownik może zabrać tę wiedzę pozytywną, czyli recepturę, której wartość jesteśmy w stanie w jakiś sposób ustalić albo poprzez opłatę licencyjną, której byśmy żądali, gdybyśmy zawarli umowę licencyjną, albo poprzez koszty odtworzenia tej receptury. Czasami koszty stworzenia tego know-how – teraz mówię „receptura”, ale powiedzmy sobie: jakiegokolwiek informacji, która ma wartość gospodarczą, to może być również informacja o jakimś nowym dostawcy – wytworzenia tej informacji są policzalne i można je wyciągnąć z księgowości. Jeżeli dotarcie do jakiegoś dostawcy, wyselekcjonowanie go zabrało przedsiębiorcy np. pół roku, nad tym pracowało kilku pracowników, jeździli oni po całym świecie, to jesteśmy w stanie zarówno wyliczyć, ile kosztował ich czas pracy, ile zapłaciliśmy za podróże i za noclegi, hotele, samochody itd. To jest coś, co jesteśmy w stanie wyliczyć. Oczywiście nigdy nie jesteśmy w stanie odzyskać naszej

utraconej przewagi konkurencyjnej, bo już ten nasz konkurent korzysta z tego dostawcy. Ale zawsze jest to coś, co można wycenić, i jest to jakaś forma szkody.

Jest to takie trochę naprawianie szkody, która już została wyrządzona, natomiast najważniejsze i najistotniejsze dla przedsiębiorcy powinno być tak naprawdę niedopuszczenie do tego. Więc taka umowa, gdzie jest kara umowna wskazana, gdzie gramy trochę w otwarte karty i mówimy: „Ufamy ci, pracujesz dla nas, uczymy cię, finansujemy twoją pracę czy płacimy za to, co dla nas robisz, ale w zamian oczekujemy lojalności. I to jest umowa, która cię do tego zobowiązuje”. Moim zdaniem spowoduje to, że taka osoba trzy razy zastanowi się, bo będzie wiedziała, że poza tym, że odejdzie, to jeszcze grożą jej określone sankcje jeżeli ujawni tajemnicę przedsiębiorstwa.

W pełni się z Tobą zgadzam - przede wszystkim należy zapobiegać. Akurat przed chwilą mówiliśmy, co jeżeli dojdzie do naruszenia tajemnicy przedsiębiorstwa, ale głównym celem każdej firmy powinno być zapobieganie naruszeniu tajemnicy przedsiębiorstwa. A to można zrobić tak naprawdę tylko w jeden sposób, może dwa, ale ten drugi jest częścią pierwszego.

Trzeba budować wśród pracowników świadomość potrzeby ochrony informacji, ponieważ pracownicy, jeżeli nie będą wiedzieli, jak ważne są te informacje dla firmy, to łatwo będą mogli je ujawnić czy też nawet wykorzystać poprzez swoją nieświadomość. Oczywiście nieznanie prawa szkodzi, natomiast nam nie zależy na tym, żeby dochodzić później odszkodowania, tylko zależy nam na tym, żeby te nasze ważne informacje były chronione. A żeby to zrobić, to trzeba kłaść duży nacisk w swojej firmie – dużej czy małej, to nie ma znaczenia, każda spotyka się z takimi samymi problemami – na informowanie pracowników i podnoszenie ich świadomości na różnych poziomach. Ale powinni sobie uświadomić to, że wykorzystanie tych informacji przez konkurentów spowoduje dla firmy problemy, bezpośrednie szkody, czasami bardzo szybkie, niemalże natychmiastowe i pogorszenie jej sytuacji ekonomicznej. Oczywiście patrzymy teraz na zagrożenia z powodu osoby z zewnątrz. Natomiast zdarza się rzeczywiście, że członek zespołu z jakiejś firmy odchodzi, zaczyna prowadzić działalność konkurencyjną i wykorzystuje te informacje. To tutaj również bardzo ważne jest, żeby on miał świadomość tego, że narusza prawo. Bo może się zdarzyć coś takiego, że on o tym nie wie.

Ja w [jednym ze swoich podcastów](#) mówiłem o przykładzie przedstawiciela handlowego, taki typ, który przypominał mi troszeczkę postać z filmu Epoka lodowcowa, chodzi o Szybkiego Tośka. Szybki Tosiek to jest taki pancernik, który występuje w drugiej części, który naprawdę potrafił sprzedać wszystko i każdemu, był bardzo dynamiczny, można powiedzieć, że idealny przykład przedstawiciela handlowego. I tak niestety jest, że osoby zajmujące się handlem myślą głównie o sprzedawaniu. I dosyć często nie wiedzą o tym, że informacje, które wykorzystują

w nowym miejscu pracy, są objęte tajemnicą przedsiębiorstwa. Dlatego powinniśmy im o tym przypominać, szkolić ich. Im większa będzie świadomość tych osób, tym większe są szanse, że nie dojdzie do naruszania, ponieważ z mojego doświadczenia wynika, że znaczna część naruszeń jest przypadkowa, nieintencjonalna. Gdyby ten człowiek nie wiedział... Inaczej: wiedział i powinien był wiedzieć, że mieliśmy tajemnicę przedsiębiorstwa, ale gdyby on miał większą świadomość, toby tego nie zrobił.

Z drugiej strony są ci pracownicy i byli pracownicy, którzy nawet mając podpisane umowy o zachowaniu poufności, dokonują naruszenia. Więc na takich ludzi – na Szybkiego Tośka – to nawet umowa o zachowaniu poufności, a czasami nawet umowa o zakazie konkurencji nie jest całkowitym remedium. Mając umowę o zachowaniu poufności i umowę o zakazie konkurencji, jesteśmy chronieni w najszerszy możliwy sposób, jeżeli chodzi o prawo.

Natomiast od strony faktycznej dochodzenie tych roszczeń czasami może być trudne, zwłaszcza często spotykam się z takim pytaniem: co jeżeli ktoś założy firmę na siostrę, na brata, na żonę czy na kogoś innego? Przedsiębiorcy sądzą, że to jest już pozamiatane, bo z tym kimś nie miało się związku. To jest nieprawda, tutaj dalej mamy do czynienia z naruszeniem przez naszego byłego pracownika zakazu konkurencji, ponieważ on pracuje na rzecz tego brata, siostry czy żony. Pod warunkiem oczywiście, że mamy ten zakaz konkurencji lub tajemnicę przedsiębiorstwa.

Od strony procesowej pokazujemy, że to najbliższa rodzina, więc on musi pomagać, że to nie ma przypadku, czy szukamy gdzieś w internecie na ich firmowej stronie wspólnego zdjęcia?

Nie, to jakby od strony procesowej staramy się udowodnić, że ten był pracownik współpracuje ze swoim członkiem rodziny albo z przyjacielem, kolegą. Może odłożymy na bok członka rodziny, niech to jest jego kolega, z którym współpracuje, i że świadczy na jego rzecz usługi. Tak naprawdę w wielu sytuacjach nie da się ukryć tego, że oni ze sobą współpracują, ponieważ nasz były pracownik jeździ po klientach i składa im oferty współpracy, będąc albo w ogóle niezatrudnionym, albo współpracując na czarno z tym swoim kolegą – mamy dowód w postaci zeznań świadków, że on tam był, składał ofertę współpracy. Natomiast mamy też dowód z księgowości tego wspólnika – tak go sobie nazwijmy – że sprzedawał do naszego klienta towary. Więc związek przyczynowy jest do wykazania. To niestety oczywiście nie jest tak prosta sprawa jak sprawa o zapłatę z faktury. Na tym polega trudność przy dochodzeniu roszczeń o naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa czy zakazu konkurencji, oczywiście czasami.

My tutaj cały czas mówiliśmy o tym zachowaniu tajemnicy przedsiębiorstwa, ale drugą umową, którą może się zabezpieczyć przedsiębiorca, to jest właśnie umowa o zakazie konkurencji. Mnie zastanawia to, jak wysoka kara umowna może być. Czy ja mogę powiedzieć, że mój pracownik

zapłaci mi milion złotych, jeżeli tylko zacznie pracować u konkurencji albo założy własną działalność? Założmy, że jestem zwykłym przedsiębiorcą, mającym własną działalność gospodarczą, i sprzedaję marchewki w sklepie. Czy mały przedsiębiorca może tę karę umowną ustalić z kosmosu, byleby przestraszyć swojego pracownika?

Kara umowna z kosmosu i tak będzie weryfikowana przez sąd. Mamy taki przepis w kodeksie cywilnym, który mówi, że jeżeli kara umowna jest rażąco wygórowana, to pozwany może zażądać jej zmniejszenia do racjonalnej wysokości. Więc przesadzanie i zastrzeżenie kary umownej w wysokości miliona złotych może być śmieszne, niepoważne. Raczej nie zostanie uznane za nieważne i sąd w razie sporu będzie tę karę umowną miarkował. Jeżeli tylko pracownik podejmie próbę obrony, to ta kara umowna powinna być przez sąd obniżona do racjonalnej wysokości.

A ta racjonalna wysokość to niestety jest wysokość uzależniona od oceny sędziego. I utarło się, jest taka linia orzecznicza, która mówi, że jeżeli mamy umowę o zakazie konkurencji po ustaniu stosunku pracy – bo tu musimy też rozróżnić: jest wiele rodzajów umów o zakazie konkurencji – to kara umowna powinna mniej więcej odpowiadać kwocie, którą pracownik dostanie tytułem odszkodowania za powstrzymanie się od zakazu konkurencji. Bo wiemy, że pracownik powinien dostać minimum 25% tego, co otrzymywał wcześniej. Oczywiście to jest takie uproszczenie. A zatem jeśli zliczymy wszystkie miesięczne raty odszkodowań i wyjdzie nam 10 tys. zł, to kara umowna nie powinna przekraczać rażąco tych 10 tys. zł. jeżeli w sumie pracownik dostanie 40 tys. zł, to kara umowna nie powinna przekraczać znacząco tych 40 tys. zł. I oczywiście zdarzyło mi się wiele razy, że ta kara umowna była dużo wyższa, nawet była dwukrotnie lub trzykrotnie wyższa, i sąd zasądza taką karę umowną.

Ale wszystko zależy od okoliczności sprawy, ponieważ jeżeli to działanie byłego pracownika jest zawinione, mamy do czynienia z działaniem umyślnym, rażąco godzącym w interesy byłego pracodawcy i to działanie dodatkowo pociąga za sobą szkodę w znacznym rozmiarze, my nie musimy tej szkody dokładnie wyliczać. Bo na tym polega kara umowna, że żądamy kwoty ryczałtowej, nie musimy tej szkody wyliczać, ale wystarczy, że ją uprawdopodobnimy, to sąd będzie się skłaniał ku temu, by ta kara umowna została jednak zaakceptowana w tej większej wysokości. Założmy, że zastrzeżemy w umowie karę umowną w wysokości 100 tys. zł, a suma odszkodowania dla pracownika wynosiła 50 tys. Jeżeli wykazemy, że szkoda była powyżej tych 50 tys. i uprawdopodobnimy to, że ta szkoda wyniosła np. 150 czy 200 tys., to sąd nam zasądzi tę karę umowną w wysokości 100 tys. zł. Ale w drugą stronę również, jeżeli zastrzeżemy karę umowną w wysokości 50 tys. zł, a nasz były pracownik w sumie miał dostać przez np. rok zakazu konkurencji 5 tys. zł czy 10 tys. zł, to sąd raczej obniży tę karę umowną w kierunku tych 10 tys.

Jak pierwszy raz spotkałem się z tym, że za to, że podpisuję z moim pracownikiem umowę o zakazie konkurencji i on przez następne dwa lata np. nie będzie świadczył usług konkurencyjnych, ja mu muszę odszkodowanie z tego tytułu dać, to było to dla mnie małym szokiem. Ja to trochę odbieram tak, że to jest lekki szantaż w świetle prawa. Czyli ja muszę płacić komuś, żeby mnie nie okradał. Jak się ustosunkujesz do tego?

Ja też mam serce raczej za przedsiębiorcami i jak zacząłem się zajmować tajemnicą przedsiębiorstwa, to 100% mojej sympatii i zaangażowania było po ich stronie. Natomiast sytuacje nie są czarno-białe, już nauczyłem się tego z biegiem czasu – ok. 15 lat zajmuję się tajemnicą przedsiębiorstwa i tymi problemami. I umowa o zakazie konkurencji ma to do siebie, że to jest umowa wzajemna. Z jednej strony pracownik zobowiązuje się przez jakiś określony czas nie konkurować z pracodawcą, a z drugiej strony pracodawca zobowiązuje się płacić mu jakieś odszkodowanie. I mimo wszystko jest to ekwiwalentne.

Wyobraź sobie taką sytuację, że jesteś rzecznikiem patentowym zatrudnionym na umowę o pracę, podpisujesz umowę o zakazie konkurencji, w której jest zapis, że przez 2 lata nie wolno ci prowadzić działalności konkurencyjnej wobec swojego byłego pracodawcy. To oznacza w Twoim wypadku, że jesteś wycięty z rynku na 2 lata. Nie masz możliwości zarabiania na życie, czyli musisz się przebranżowić, zajmować się czymś całkiem innym. Popatrz sobie teraz np. na informatyków, programistów. Jeżeli jest programista zatrudniany przez firmę, która pracuje dla wielu branż i podpisze taką umowę o zakazie konkurencji, to przez 2 lata jest praktycznie wyłączony z rynku pracy.

To jest wszystko umowa pomiędzy dwoma stronami, nikt nie jest zmuszany do tego. Więc być może jeżeliby mi ktoś zaproponował, że będę miesięcznie zarabiał 50 tys. zł i mam gwarancję, że przez dwa lata nikt mnie nie zwolni, to może mi się to kalkuluje.

Mikołaj, tym bardziej byś się nie zgodził na ten zakaz konkurencji, ponieważ moje doświadczenie pokazuje, że menedżerowie, którzy zarabiają właśnie takie kwoty, są pracownikami wyższego szczebla, dostają dobre wynagrodzenie, to oni są świadomi swoich praw i ograniczeń, jakie idą za podpisaniem umowy o zakazie konkurencji. Największy problem dotyczy osób, które są na takich w miarę podstawowych stanowiskach, czyli jeszcze nie menedżerskich, ale już dosyć istotnych. Czyli przedstawiciel handlowy w jakiejś firmie. Taka osoba, podpisując umowę o zakazie konkurencji w branży jedynej, w której się tak naprawdę potrafi obracać, też wyłącza się z tej branży na jakiś czas. Ja nie mówię, że to jest źle. Ja też uważam, że umowa o zakazie konkurencji to jest umowa, którą należy stosować rozsądnie, ale jak ona jest wyważona. Więc dwa lata, może rok, to jest okres, który jest nam potrzebny.

Właśnie, tu mi się nasunęło takie pytanie, bo na pierwsze odpowiedziałeś, czyli raczej milion złotych kary umownej nie przejdzie, bo jest rażąco niesprawiedliwy. Natomiast czy wg takich samych przesłanek sąd ocenia długość trwania tego zakazu?

Nie. Z czasem trwania zakazu konkurencji jest tak, że po pierwsze musi być on oznaczony, czyli nie może być umowy o zakazie konkurencji na czas nieoznaczony. Po drugie, ten czas trwania zakazu konkurencji musi być rozsądny, bo jeżeli będzie nierozsądny, to będzie sprzeczny z zasadą swobody umów i będzie nieważny, cała umowa jest wtedy do piachu. Więc nie zależy nam na tym, skoro jesteśmy przedsiębiorcą. Jak powiedziałem, moje największe sympatie są po stronie przedsiębiorców i geneza zainteresowania tajemnicą przedsiębiorstwa i zakazem konkurencji wzięła się stąd, że chciałem chronić przedsiębiorców.

Prowadzisz również bloga, gdzie opisujesz te wszystkie kwestie od strony interesów pracowników.

Mam taki pomysł: zacząłem takiego bloga pisać, ale życie pokazuje, że nie ma aż tak dużo czasu, żeby prowadzić dwa blogi, więc na tamtym jest tylko chyba wpis powitalny „Witaj świecie” [śmiech]. Ale mam taki pomysł z pisaniem bloga dla pracowników, ale mam tam określoną optykę. To ma być blog dla pracowników po to, żeby się dowiedzieli, jak przestrzegać umowy o zakazie konkurencji i umowy o zachowaniu poufności. Czyli tajemnica przedsiębiorstwa i zakaz konkurencji ich oczami, gdyż każda ze stron ma tutaj swoje prawa i obowiązki, pracownicy również. I moje doświadczenie pokazuje, że pracownicy chcą się wywiązać z tych obowiązków, tylko czasami nie wiedzą jak. Natomiast na blogu „Tajemnica przedsiębiorstwa” piszę o tym jednak oczami przedsiębiorcy, czyli jak zabezpieczyć swoją firmę przed naruszeniem tajemnicy przedsiębiorstwa, jak utworzyć tajemnicę przedsiębiorstwa i zabezpieczyć się na przyszłość. Więc tak, piszę również takiego bloga.

Wracając do tematu: jaki okres jest bezpieczny, a jaki absolutnie niedopuszczalny?

Gdy doradzam przedsiębiorcom przy ustalaniu okresu obowiązywania zakazu konkurencji, to mówię tak: „Niech to jest taki okres, jaki ci wystarczy, żeby zabezpieczyć swój biznes”. Nie możesz być psem ogrodnika, czyli jeżeli uważasz, że po pół roku wiedza, którą miał ten konkretny pracownik i jego relacje – bo tutaj tak naprawdę chronimy relacje pomiędzy pracownikiem a klientami – zostaną przejęte przez jego następcę, to pół roku powinno ci wystarczyć. Jeżeli uważasz, że pół roku to jest za mało, to niech to będzie rok. Jeśli uważasz, że to muszą być dwa lata, to niech to są dwa lata. Ale rzadko się spotykam z umowami o zakazie konkurencji, które trwają dłużej niż dwa lata. Więc podchodziłbym do tego ostrożnie.

Ja może powiem jedną rzecz, która mogła nam umknąć: umowa o zakazie konkurencji to umowa,

która chroni nas przed wykorzystaniem jego wiedzy specjalistycznej, doświadczenia i umiejętności w interesie konkurencyjnym. Ona nie chroni wprost tajemnicy przedsiębiorstwa, tylko nieco przy okazji. Tajemnica przedsiębiorstwa chroni informację i powstaje z mocy prawa, jeżeli spełnimy wobec tych informacji trzy przesłanki, o których mówiłem wcześniej. Natomiast zakaz konkurencji chroni takie pracownicze know-how przed wykorzystaniem w interesie konkurencyjnym, czyli to, że ktoś jest świetnym pracownikiem, ma wiedzę specjalistyczną i świetnie wykonuje swoją pracę. Jeżeli chcemy ten potencjał pracownika zatrzymać dla siebie, ewentualnie zakazać mu wykorzystywania w interesie konkurencyjnym, to musimy podpisać umowę o zakazie konkurencji.

Czy zakaz konkurencji można podpisać tylko z taką osobą, która z nami współpracuje w ramach umowy o pracę? A jeżeli to np. podwykonawca, który wykonuje swoje obowiązki na zasadzie, że prowadzi własną działalność gospodarczą, a my się fakturujemy? I trzeci przypadek, czyli osoba, która pracuje u nas na czarno – bo tak często jest, że ktoś dopiero zaczyna tę swoją działalność, rozwija ją i z kilkoma osobami współpracuje, które formalnie prawnego śladu współpracy nie zostawiają. Z kim taką umowę można podpisać, a z kim nie?

Ja bym zostawił temat na czarno na boku, gdyż tutaj niewiele jesteśmy w stanie pomóc, przynajmniej nie ja. Natomiast jeżeli chodzi o inne formy współpracy, to jesteśmy w stanie zawrzeć umowę o zakazie konkurencji do każdej formy współpracy w relacji pracownik – pracodawca, zleceniobiorca – zleceniodawca, agent zlecający, nawet przy umowie o dzieło możemy zawrzeć umowę o zakazie konkurencji. Prawo pozwala na to na zasadzie swobody umów. Przepisy prawa regulują umowę o zakazie konkurencji tylko w dwóch bardzo ważnych umowach: umowie o pracę i w umowie agencyjnej. Tylko tam są takie przepisy, których naruszenie powoduje, że umowa o zakazie konkurencji będzie nieważna. Więc za każdym razem, jak piszemy umowę o zakazie konkurencji do tzw. umowy-zlecenia, to powinniśmy się zastanowić, czy przez przypadek ta umowa-zlecenie nie jest umową agencyjną. Ponieważ przedsiębiorcy nie zawsze rozumieją te subtelnosci, nie wiedzą, co to jest umowa agencyjna, czym się różni od zwykłej umowy o współpracę, i mogą popełnić jakiś błąd w tym zakresie. Więc umowa o pracę i agencyjna to są te dwie umowy, gdzie mamy wyraźne wymogi ważności umowy o zakazie konkurencji.

W pozostałym zakresie stosujemy zasadę swobody umów. I Sąd Najwyższy dopuszcza stosowanie umowy o zakazie konkurencji do tzw. umowy-zlecenia, czyli umowy o świadczenie usług, do umowy nawet transportowej, tak to sobie nazwijmy, ale do umowy menedżerskiej, do umowy o dzieło. Zasada swobody umów pozwala na wprowadzenie do takich umów zakazu konkurencji, przy czym musimy pamiętać, by nie przeginać. Bo ta zasada swobody umów doznaje ograniczeń w takich miejscach, gdzie strony „przeginają” w jakiś sposób, mówiąc kolokwialnie. Więc interesy stron powinny być w miarę wyważone, ale też – i tutaj

akurat to Cię ucieszy, nie tylko Ciebie, bo mnie również – taka umowa może być nieodpłatna. Umowa o zakazie konkurencji ze zleceniobiorcą, z przedsiębiorcą może być nieodpłatna i często z tego oczywiście korzysta.

My tutaj mówimy o tym modelu idealnym, gdzie przedsiębiorca widzi, jakie mogą grozić mu niebezpieczeństwa, i się przed nimi zabezpiecza. Czy osoby, które się do Ciebie odzywają, mają już problem, czy roztropnie po lekturze Twoich artykułów mówią: „Tego mi brakuje i potrzebuję Twojej pomocy”?

Bardzo różne to są osoby. I część jest takich, które mają problem, a część jest takich, które chcą się uchronić przed problemem. Rzeczywiście częściej przychodzą do mnie przedsiębiorcy, którzy mają już problem, niż ci, którzy chcą się uchronić przed problemem. Skąd się to bierze? Prawdopodobnie stąd – co ja doskonale rozumiem, ponieważ również jestem przedsiębiorcą – że przedsiębiorcy myślą o tym, żeby rozwijać firmę, iść do przodu, zarabiać pieniądze. I nie zabezpieczą swoich tyłów, bo myślą, że *„jakoś to będzie, mam świetnych pracowników, są lojalni, lubią mnie, mamy świetny zespół, nie będę przecież teraz wymyślał jakiś umów o zachowaniu poufności, o zakazie konkurencji”*, i idą do przodu. Ja to rozumiem, problem pojawia się wtedy, kiedy firma odnosi sukces po paru latach i odchodzi ten pracownik, czyli pojawia się nasz przystówiowy *„krwawy poniedziałek”*. Wtedy nagle okazuje się, że firma odniosła czasami spektakularny sukces, w ciągu paru lat stała się na swoim rynku jedną z lepszych firm, że odchodzi taki cenny pracownik, który ma wiedzę o klientach, o cenach, o dostawcach, o cenach zakupu i ma jeszcze na dodatek jakieś tam relacje z tymi klientami, dostawcami. I taki pracownik potrafi zrobić nam armagedon. To on nam wtedy robi armagedon, nie my jemu, ponieważ niestety tutaj jest takie opóźnienie w reakcji. To najpierw my się dowiadujemy, że ktoś nam robi krzywdę, a później jesteśmy w stanie się bronić.

Rzadko kiedy ktoś do mnie trafi na etapie, że mówi do mnie: *„Panie mecenasie, ten człowiek ode mnie odchodzi, zabezpieczmy się teraz”*. Najczęściej jest tak, że ktoś przychodzi do mnie po miesiącu, dwóch lub trzech i mówi: *„Jakiś czas temu odszedł ode mnie pracownik i teraz dzieje się to i to”*. Bardzo często zdarza się, że przychodzą do mnie pracodawcy w takiej sytuacji, ale również w innej, która nie do końca jest związana z tajemnicą przedsiębiorstwa, ale jest pewnym nadużyciem. Mianowicie mam tu na myśli taki model biznesu, który nazywam *„kret w firmie”*. Otóż często zdarza się tak, że pracownik pracuje u nas, ale jednocześnie działa na dwa fronty. Naszych klientów przekierowuje do firmy swojego przyjaciela i w ten sposób zabiera nam część obrotów. I taka sytuacja nie musi być nawet rozpatrywana w aspekcie naruszania tajemnicy przedsiębiorstwa, to jest sytuacja, która jest naruszeniem podstawowych obowiązków pracowniczych, obowiązku dbania o dobro

zakładu pracy i obowiązku zachowania poufności informacji, których ujawnienie mogłoby narazić pracodawcę na szkodę. I w takiej sytuacji, pomijając absolutnie tajemnicę przedsiębiorstwa, przedsiębiorca może żądać naprawienia szkody w pełnej wysokości, bo pracownicy często też zapominają o tym, że to ograniczenie odpowiedzialności do trzech miesięcznych wynagrodzeń dotyczy tylko szkody wyrządzonej nieumyślnie. A jeżeli szkoda jest wyrządzona umyślnie, a w tym wypadku mówimy tylko o umyślności, bo przez przypadek nie można wyprowadzić z firmy obrotów, to taki pracownik ponosi odpowiedzialność w pełnej wysokości za straty i utracone korzyści bez ograniczeń.

Ja mam w związku z tym pytanie do Ciebie na żywym przykładzie, z którym się spotkałem. Pracownik miał pewien zakres obowiązków technicznych, kontaktował się z klientem i po jakimś czasie, być może niezadowolony ze swojej pensji, wykonywał jakąś usługę dla danej firmy z ramienia swojego pracodawcy, ale później zaczął świadczyć taką usługę z pominięciem pracodawcy. I powiedz mi w związku z tym, czy stratą jest to, że tamta firma skorzystała z usług nielojalnego pracownika, a nie jego pracodawcy?

Szkodą firmy jest to, że tamten przedsiębiorca zamówił usługę u tego pracownika. To jest pewne uproszczenie, ale szkodą jest utracony zysk, bo gdyby pracownik nie zachował się niezgodnie z zasadami, nie naruszył swoich podstawowych obowiązków pracowniczych, wówczas ten klient ulokowałby zlecenie u pracodawcy. Jest to normalny związek przyczynowy. Tutaj szkodą będzie utracony zysk.

Czyli pracownik wykonał usługę za 1 tys. zł, za którą jego pracodawca wzięłby 5 tys. zł, czyli pracodawca stracił w tym momencie 5 tys. zł?

Założmy tak. To jest świetny przykład, gdyż pracownicy często zaniżają ceny, bo jakoś muszą przyciągnąć do siebie klienta. Pracownik zrobił za tysiąc coś, co pracodawca zrobiłby za pięć, a zatem patrzymy sobie, jaką szkodę poniósł pracodawca, bo pracodawca miałby przychód w wysokości 5 tys. zł, a miałby również koszt pozyskania tego przychodu i on mógłby wynieść np. 1 tys. zł. Czyli pracownik mógł to zrobić taniej, ponieważ nie ma czasami dużych kosztów, które wiążą się z funkcjonowaniem firmy. Zatem szkodą w tym wypadku byłaby różnica pomiędzy przychodem a kosztem, czyli 4 tys. zł. utraconego zysku. To jest szkoda, którą poniósł pracodawca w tej sytuacji.

To jest ciekawa informacja w kontekście osób, które takich rzeczy się dopuszczają. Co z tego, że zarobiłeś 1 tys. zł, ale możesz być winny teoretycznie np. 4 tys. zł.

To jest klasyczny mechanizm, który występuje bardzo często. Udaje się go ukrywać przez

jakiś okres czasu, nawet bardzo długi, ale prędzej czy później on wychodzi, ponieważ np. klient wyśle reklamację do pracodawcy, a nie do tego pracownika. Wysła reklamację: „Miałem dostać towar wczoraj, gdzie on jest?“, a pracodawca mówi: „Ale ja przecież nie mam żadnego zamówienia”. „Jak to nie ma zamówienia?! Przecież tutaj jest zamówienie, wysłałem do was”. „To proszę nam przysłać”. I przychodzi zamówienie, na którym jest ładnie napisane, że to właśnie poszło do pracownika. Więc takie coś ma krótkie nogi, ale potrafi dosyć długo funkcjonować w sposób ukryty, czasami z tego powodu, że te utracone przychody nie są dla firmy aż tak widoczne, czyli nie widać tego.

Czyli pracownik tak sobie skubie, dorabia na boku.

Tak. Firma nie odczuwa tego, ponieważ rozwija się w innych obszarach i nie widzi tej szkody, którą ponosi. Więc tak to często wygląda.

Jako podsumowanie zamknijmy wszystko w taką klamrę. Idealny, przezorny przedsiębiorca odsłuchał naszego podcastu i co krok po kroku powinien zrobić. Czyli na co zwrócić uwagę, żeby np. za miesiąc się zabezpieczyć?

Ja myślę, że przede wszystkim przedsiębiorcy powinni się zastanowić, co jest dla nich najważniejsze, np. czy najważniejsze są środki trwałe i majątek, który mają, czy liczą się wartości niematerialne. To jest pytanie retoryczne, ponieważ prawdopodobnie przedsiębiorca odpowie sobie na to pytanie tak, że te samochody, komputery i biurka nie są tyle warte, co informacje, dzięki którym zarabia: znak towarowy, informacje o klientach itd.

Więc przedsiębiorca powinien pomyśleć o zabezpieczeniu podstaw. I one są różne w różnych firmach. Niektóre firmy działają w oparciu o prawa autorskie albo o relacje z klientami. Ja bym na miejscu przedsiębiorcy zastanowił się, co jest dla mnie najważniejsze. Jeżeli patrzemy sobie na początek powstawania firmy, to prawdopodobnie należałoby zacząć od rejestracji znaku towarowego. To jest taki moment, chyba newralgiczny, jeżeli na tym etapie zapomni się o tym, np. wykupi się domenę i wszystko będzie świetnie, to będzie świetnie przez jakiś czas, a później może się pojawić problem. Myślę, że to jest takie namacalne prawo, na które można mieć certyfikat.

Natomiast jeżeli chodzi o inne wartości niematerialne, to wydaje się, że informacje, czyli tajemnica przedsiębiorstwa, to, co ja tak promuję u siebie na blogu, są drugim chyba najważniejszym składnikiem majątku firmy. Są takie badania, o których mówiłem w swoim podcaście, z których wynika, że ponad 80% wartości firm to są wartości niematerialne i prawne, a w tych 80% dwie trzecie to są informacje. Przykro mi, Mikołaju, że to są informacje, a nie znaki towarowe...

To ja przedstawię inne dane, czytałem gdzieś, że trzy czwarte statystyk kłamię, ta też [śmiech]. Jak się pojawia jakiś % w jakimś artykule, to każdy mówi: „To musi być prawda”.

Myślę, że to jest to, co warto chronić, ponieważ to są takie wartości, których nie widzimy na co dzień, nie możemy ich dotknąć, ale one ostatecznie decydują o tym, czy firma długoterminowo będzie funkcjonowała bezpiecznie. Dlatego zwróćmy uwagę na wartości niematerialne, prawne, tak ogólnie rzecz biorąc, własność przemysłową, a tutaj na prawa autorskie, znaki towarowe i oczywiście tajemnicę przedsiębiorstwa. I powiem tak: to nie są duże wydatki, ponieważ może się wydawać, że koszt utworzenia w firmie tajemnicy przedsiębiorstwa to są nie wiadomo jakie pieniądze. Nie, to można zrobić absolutnie za darmo. Nagrałem taki podcast niedawno, tj. czwarty odcinek TP 004, czekam na TP 007, w którym jest prosta receptura, jak utworzyć tajemnicę przedsiębiorstwa za darmo. I naprawdę to można zrobić za darmo. Każdy średnio rozgarnięty przedsiębiorca, a takich już na dzień dzisiejszy nie ma, bo teraz są już sami rozgarnięci, jest w stanie utworzyć taką tajemnicę przedsiębiorstwa u siebie w firmie za darmo. Oczywiście nie każdy ma na to czas i wtedy zleca to na zewnątrz, ale można to zrobić samemu.

Tak samo można to zrobić ze znakami towarowymi, bo zgłoszenie znaku towarowego do Urzędu Patentowego to nie jest wiedza tajemna, pod warunkiem że to jest prosty znak. Tylko tutaj jest oczywiście dużo ryzyk, które się z tym wiążą, o których Ty mówiłeś, że można, zgłaszając swój znak towarowy, ujawnić, że się narusza inne znaki towarowe, które już gdzieś istnieją. Więc w rzeczywistości warto wcześniej ten znak towarowy zbadać. Czyli podsumowując: własność intelektualna, prawa autorskie, znaki towarowe i tajemnice przedsiębiorstwa. A zakaz konkurencji, właśnie tutaj też przejawiał się cały czas, stosowałbym wybiórczo w sposób przemyślany.

Drodzy słuchacze, to jest duża dawka informacji, natomiast zachęcam do czytania bloga Roberta. Wiele fantastycznych informacji, Robert ma fantastyczny język i głos radiowy. Zachęcam do czytania, bo my tutaj właściwie liznęliśmy temat, a każdy punkt, o którym rozmawialiśmy, to jest osobny artykuł u niego albo i nawet szereg artykułów. Mam nadzieję, że zaintrygowaliśmy Was tą tematyką. To jest często tak, że dopóki nie ma problemu, to w ogóle nie wiemy o tym, że problem może się pojawić, a chyba też zgodzisz się ze mną, że najlepiej zapobiegać, niż leczyć. Bo jeżeli dojdzie do strat, to możemy co najwyżej spróbować je zminimalizować. Natomiast jeżeli uda nam się zniechęcić do jakichś takich, powiedzmy, nieetycznych działań, to zyskamy dużo więcej. Więc po prostu trzeba myśleć o problemach, które mogą się pojawić w przyszłości.

Tak, Mikołaju, bo Ty pewnie myślałeś, że jako gospodarz zakończysz [śmiech]. Nie pozwolę Ci na to. Ja chciałem przede wszystkim bardzo podziękować za to, że tutaj występuję i powiedzieć, że to jest w ogóle fajny pomysł, żeby od czasu do czasu taki podcast zrobić. Ten jest dosyć obszerny i naładowany wiedzą, może dlatego, że chcieliśmy jak najwięcej przekazać. Ale być może uda nam się – może nie dokładnie to samo co w Małej Wielkiej Firmie u Marka Jankowskiego i Pawła Tkaczyka – zrobić coś takiego, że raz na jakiś czas usiądziemy sobie i porozmawiamy o takich tematach, które się w międzyczasie wydarzyły. Bo przecież to wszystko idzie do przodu, co chwilę dzieją się nowe rzeczy i jest o czym porozmawiać. Więc może kiedyś jeszcze raz.

To jest świetny pomysł. Oni tak omawiają bieżące trendy, marketingowe wydarzenia. My możemy skomentować jakieś wydarzenie od strony prawnej, gdzie coś się wali, a my sobie spokojnie usiądziemy, popijemy kawkę i będziemy oceniać. Ja bym to zrobił inaczej, Ty powiesz, że Ty byś to ugryzł z innej strony.

Takich mądrych jak my to jest dużo [śmiech]. Po szkodzie każdy to ocenia inaczej.

Ja wiem, że Polacy znają się na wszystkim, natomiast od strony przekazania wiedzy myślę, że taka nasza dyskusja byłaby bardzo ciekawa, więc pomysł mi się strasznie spodobał. Kto wie, zobaczymy.

To teraz piłeczka po mojej stronie. Następny odcinek to taki, w którym zapraszam Ciebie do mnie, na mojego bloga i wtedy ja Cię przesłucham na temat znaków towarowych.

Tak, wtedy to ja będę gadał. Na koniec bardzo Ci dziękuję za to, że skorzystałeś z mojego zaproszenia i dziękuję Ci jeszcze raz za poświęcony czas.

Dziękuję bardzo.

Powiem Ci, że do naszej rozmowy mocno się przygotowywałem, ale i tak Robert zaskoczył mnie kilkoma nowymi informacjami. W sytuacji, kiedy w Twojej firmie panuje zgoda, to, o czym rozmawialiśmy, może Ci się wydawać taką totalną abstrakcją. Wyobraź sobie jednak sytuację, że Twój najlepszy, najbardziej zaufany pracownik idzie na swoje, alternatywnie zaczyna pracować u Twojego bezpośredniego konkurenta. Czy byłoby to zagrożeniem dla Twojego biznesu? Myślę, że tak. Praca prawników kojarzy się ludziom z filmowymi sporami w sądzie. Często jednak dużo ważniejsze rzeczy dzieją się w zaciszu naszych kancelarii, kiedy przygotowujemy klientom umowy mające takim sporom zapobiec. Robert pokazał, jak były pracownik może Ci

zaszkodzić, ale też jak możesz tym jego zachowaniem się bronić. Mając dobre umowy, możesz pracownika do takich nieetycznych działań zniechęcić. Choć nasza rozmowa była dość długa, to i tak ślizgaliśmy się trochę po najważniejszych tematach.

Po więcej informacji zapraszam Cię na bloga Roberta, który znajduje się pod adresem tajemnica-przedsiębiorstwa.pl. Wszelkie notatki do tego odcinka, razem z odesłaniami do konkretnych artykułów Roberta, znajdziesz na moim blogu pod adresem znakitowarowe-blog.pl/007.

Swoją drogą słyszałem, że większość osób nagrywających podcasty nie dochodzi do siódmego odcinka i się zniechęca. Więc mogę teraz dumnie powiedzieć, że ja do tej grupy się nie zaliczam.

I tym miłym akcentem pozostaje mi chyba oficjalnie zakończyć ten odcinek.

Dziękuję Ci za poświęcony czas i do usłyszenia!



Potrzebujesz pomocy prawnej? Skontaktuj się ze mną:

+48 575 999 710

mikolaj@lech.bydgoszcz.pl