

Sygn. akt I ACa 827/13

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 25 września 2013 r.

Sąd Apelacyjny w Krakowie – Wydział I Cywilny

w składzie:

Przewodniczący:	SSA Elżbieta Uznańska
Sędziowie:	SSA Andrzej Szewczyk (spr.) SSA Anna Kowacz-Braun
Protokolant:	st.sekr.sądowy Katarzyna Wilczura

po rozpoznaniu w dniu 25 września 2013 r. w Krakowie na rozprawie

sprawy z powództwa A. G. (1)

przeciwko (...) S.A. w K.

o zapłatę

na skutek apelacji strony pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego - Sądu Gospodarczego w Krakowie

z dnia 5 marca 2013 r. sygn. akt IX GC 58/12

oddala apelację i zasądza od strony pozwanej na rzecz powódki kwotę 2 700zł (dwa tysiące siedemset złotych) tytułem kosztów postępowania apelacyjnego.

Sygn. akt I ACa 827/13

UZASADNIENIE

wyroku z dnia 25 września 2013 roku

Powódka A. G. (1) domagała się zasądzenia na jej rzecz od strony pozwanej (...) Spółki Akcyjnej z siedzibą w K. (dalej w skrócie: (...)) kwoty 72 519,89 złotych wraz z ustawowymi odsetkami od kwot i dat wskazanych szczegółowo w pozwie – z tytułu zwrotu nienależnie uiszczonych świadczeń w wyniku dopuszczenia się przez stronę pozwaną czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a polegającego na uzależnieniu współpracy z powódką w zakresie zakupu towarów przez nią oferowanych od zapłaty dodatkowej opłaty za usługi marketingowo – promocyjne, które w istocie nie były wykonywane i stanowiły inną niż marża, ukrytą opłatę za wprowadzenie towaru do sprzedaży.

Strona pozwana domagała się oddalenia powództwa w całości i zasądzenia kosztów procesu, wskazując, iż nie prowadzi sklepów wielkopowierzchniowych, warunki umowy pomiędzy stronami były indywidualnie uzgodnione, a żaden z nich nie miał charakteru narzuconego. Ponadto spółka (...) podniosła, że współpraca pomiędzy stronami miała charakter wspólnego przedsięwzięcia nastawionego na osiągnięcie zysku, odbywała się na zasadzie wyłączności i w istocie doprowadziła do znaczącego rozszerzenia zakresu działalności i wzrostu przychodów powódki. Jednocześnie strona pozwana w istocie świadczyła na rzecz A. G. (1) usługi reklamowe polegające na kampanii prasowej, akcjach promocyjnych, organizowaniu degustacji produktów. Ostatecznie spółka (...) podniosła zarzut przedawnienia w odniesieniu od roszczeń objętych pozwem.

Wyrokiem z dnia 5 marca 2013 roku, sygn. akt IX GC 58/12 Sąd Okręgowy w Krakowie IX Wydział Gospodarczy, zasądził od strony pozwanej (...) S.A. w K. na rzecz powódki A. G. (1) kwotę 72.519,89 zł z ustawowymi odsetkami od dnia 15 października 2011 roku do dnia zapłaty oraz koszty procesu w kwocie 7.368 zł.

W uzasadnieniu w/w wyroku Sąd I instancji ustalił, iż powódka za pośrednictwem pełnomocnika w osobie M. G. sporządziła wspólnie ze spółką (...) dokument „umownych parametrów współpracy”, w którym zawarto uzgodnienia dotyczące stałego zaopatrywania sklepów prowadzonych przez pozwaną spółkę w jajka opakowane w zbiorcze opakowania. Towar podlegał zwrotowi tylko w następstwie reklamacji wad, a ewentualna strata wynikająca z niesprzedania towaru konsumentom obciążała (...). Ponadto ustalona przez strony cena jajek miała być raz na kwartał pomniejszana o 3,5 % wartości kwartalnych obrotów z tytułu usług marketingowych i promocyjnych, które to wartości A. G. (1) zatwierdzała do księgowego potrącenia. Co więcej Sąd Okręgowy ustalił, iż bez zgody powódki na uczestnictwo w kosztach marketingowych w sklepach spółka (...) nie zawarłaby umowy.

W tak ustalonym stanie faktycznym Sąd I instancji zważył, iż przepis art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie dotyczy zdarzeń ze sfery wykonywania umów obligacyjnych, tym samym nie mógł znaleźć zastosowania w niniejszej sprawie.

Ponadto zgodnie z art. 353¹ Kodeksu cywilnego strony mogą ułożyć według swojego uznania tylko stosunek cywilnoprawny, a zatem takie elementy jego treści, jakie regulowane są przepisami prawa cywilnego. Jako że postanowienia umowne pomiędzy stronami, a dotyczące w szczególności wykonywania odpłatnych usług bez wyłącznej korzyści dającego zlecenie, nie zostały przewidziane w Kodeksie cywilnym ani innych przepisach jako elementy konkretnego stosunku prawnego – w ocenie Sądu Okręgowego - uznane winny być za bezwzględnie nieważne po myśli art. 58 § 1 i 3 k.c. W konsekwencji zaś stwierdzenia nieważności umowy wzajemnej, zdaniem Sądu I instancji, na podstawie art. 496 i 497 k.c. każdej ze stron przysługuje prawo do żądania przywrócenia stanu sprzed zawarcia kontraktu. Realizacja tego uprawnienia polegać ma natomiast na wyrównaniu uszczerbku w majątku podmiotu, który w następstwie nieważności kontraktu nie uzyskał ekwiwalentu. Skoro uszczerbek A. G. (1) w postaci nieuzyskania pełnej wysokości ceny za dostarczone towary wyniósł 72.519,89 złotych, kwotę tę należało zasądzić na rzecz powódki. Jeśli zaś, w ocenie Sądu Okręgowego, przedmiotowe roszczenie stało się wymagalne w momencie rozwiązania umowy, a wezwanie do zapłaty nastąpiło w październiku 2011 roku, odsetki należały się od tej daty na podstawie art. 481 § 1 i 2 oraz 455 k.c.

Apelację od powyższego wyroku wywiodła strona pozwana, zaskarżając go w całości i powołując się na zarzut sprzeczności istotnych ustaleń Sądu z treścią zebranego w sprawie materiału dowodowego, polegającej na uznaniu, że bez zgody powódki na uzgodnienie budżetu marketingowego dostarczanych jajek, strona pozwana nie nawiązałaby współpracy z powódką. Ponadto spółka (...) powołała się także na naruszenie prawa materialnego poprzez błędne uczynienie przez Sąd podstawą rozstrzygnięcia przepisów art. 496 i 497 k.c. niemających zastosowania w niniejszej sprawie, a ponadto uchybienie art. 353¹ k.c. poprzez błędną jego wykładnię. W oparciu o wskazane zarzuty skarżąca domagała się zmiany zaskarżonego wyroku poprzez jego zmianę i oddalenie powództwa w całości oraz zasądzenie kosztów procesu.

W uzasadnieniu środka zaskarżenia strona pozwana wskazała, iż wbrew ustaleniom Sądu Okręgowego, z przesłuchania w charakterze osoby reprezentującej pozwaną spółkę (...) nie wynikało stwierdzenie, że bez zgody

powódki na uczestnictwo w kosztach działań marketingowych strony nie nawiązałyby współpracy. Przeciwnie, M. G. godził się na warunki zaoferowane przez spółkę (...), nigdy ich nie kwestionując, a kooperacja pomiędzy firmami odbywała się w przyjaznych stosunkach. Nadto Sąd I instancji powołał się w uzasadnieniu na prawo zatrzymania określone w art. 496 i 497 k.c., nie odnosząc się jednocześnie do regulacji związanej z nienależnym świadczeniem w ramach umowy bezwzględnie nieważnej. Wedle strony pozwanej Sąd Okręgowy wadliwie zinterpretował normę art. 353¹ k.c., zgodnie z którym strony mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego – przyjmując odwrotne rozumienie tejże normy, tj. że strony mogą uzgodnić w zawieranej przez nich umowie wyłącznie takie świadczenia, jakie przewiduje Kodeks cywilny lub inne przepisy. W dalszej części uzasadnienia apelacji strona pozwana powtórzyła argumentację co do niezasadności żądania pozwu, zaprezentowaną już we wcześniejszych pismach procesowych.

Powódka A. G. (1)- w odpowiedzi na apelację - domagała się oddalenia apelacji i zasądzenia na jej rzecz kosztów procesu za obie instancje. W uzasadnieniu określiła zarzuty zaskarżenia jako bezzasadne, albowiem zeznania stron świadczą o prawidłowości ustaleń faktycznych Sądu I instancji. Ponadto zdaniem powódki zachodziły wszelkie przesłanki zaistnienia deliktu czynu nieuczciwej konkurencji.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja strony pozwanej, choć częściowo zasadna, okazała się nieskuteczna, albowiem pomimo błędnej argumentacji zaprezentowanej w uzasadnieniu zaskarżonego orzeczenia, wyrok Sądu Okręgowego w istocie odpowiada prawu.

Sąd Apelacyjny ocenił ustalenia faktyczne poczynione przez Sąd I Instancji jako prawidłowe i przyjął je za własne. Co prawda strona pozwana kwestionowała poprawność ustaleń Sądu a quo w zakresie uznania, że bez zgody A. G. (1) na uzgodnienie budżetu marketingowego przeznaczanego na reklamę i promocję dostarczanego towaru, spółka (...) nie podjęłaby się współpracy z powódką, jednakże argumentacja przedstawiona na poparcie wersji odmiennej okazała się nieprzekonująca. Choć słusznie zauważyła skarżąca, iż z treści przesłuchania E. L. jako przedstawicielki strony pozwanej nie wynikała wprost podważana konstatacja, to jednocześnie podkreślić należy, że wymieniona również wyraźnie nie zaprzeczyła istnieniu praktyki polegającej na uzależnianiu podjęcia kooperacji gospodarczej z dostawcami od zaakceptowania przez nich konieczności ponoszenia opłat za tzw. usługi marketingowe. Nie wyklucza tego w szczególności stwierdzenie o kształtowaniu relacji w pozytywnej czy wręcz „przyjaznej” atmosferze jak również okoliczność, że inne aspekty porozumienia podlegały korzystnie zakończonym dla strony przeciwnej negocjacjom. Fakt stosowania przez spółkę (...) opisanej zasady postępowania z kontrahentami wyraźnie zaś wynikał z zeznań świadka M. G.. Wymieniony w tym względzie wypowiedział się kategorycznie, że jako osoba negocjująca warunki kontraktu uznawał zgodę na potrącanie opłat marketingowych za warunek konieczny zawarcia umowy, było to dla niego wręcz oczywiste w kontekście brzmienia oferty przedstawionej powódcie. Wobec tego, w ocenie Sądu Apelacyjnego, zarzuty skarżącej odnoszące się do błędów w ustaleniach faktycznych nie mogły zostać uznane za uzasadnione. Stanowiły one bowiem wyłącznie próbę polemiki z właściwymi ustaleniami Sądu Okręgowego i przedstawienia przez stronę pozwaną korzystnego dla siebie przebiegu wydarzeń.

Ponadto Sąd Apelacyjny na podstawie zgromadzonego w postępowaniu przed Sądem I instancji materiału dowodowego poczynił następujące dodatkowe ustalenia faktyczne.

A. G. (1) prowadzi przedsiębiorstwo zajmujące się produkcją oraz dostarczaniem do sklepów jajek kurzych, przy czym zdecydowana większość działalności skupia się wokół jaj pochodzących od kur z chowu klatkowego, natomiast w mniejszym zakresie (około 3- 4 %) – obejmuje jajka od kur tzw. wolnowybiegowych oraz jajka przepiórcze. Są to dwa osobne segmenty aktywności gospodarczej powódki, charakteryzujące się różną technologią produkcji.

Dowód: zeznania świadka M. G. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471).

Spółka Akcyjna (...) z siedzibą w K. prowadzi sieć sklepów spożywczych pod taką samą nazwą, która w 2012 roku liczyła 41 placówek.

Dowód: zeznania świadka S. W. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471).

Dużo placówek ma postać stanowisk z żywnością firmowaną marką (...) w ramach marketów spożywczych A.. Część stanowi osobne sklepy, przy czym największy z nich zlokalizowany przy ulicy (...) w K. posiada powierzchnię około 180 metrów kwadratowych.

Okoliczność bezsporna.

Nawiązanie kontaktów pomiędzy wymienionymi podmiotami odbyło się w ten sposób, że spółka (...) wystosowała ofertę współpracy do kilku dostawców jaj, a po otrzymaniu odpowiedzi, zdecydowała się podjąć negocjacje z A. G. (1). Zakresem uzgodnień były objęte kwestie takie jak ilość i lokalizacja zaopatrywanych placówek, wolumen dostaw oraz cena jednostkowa towaru. Negocjacje odnoszące się do usług marketingowych oraz wysokości związanych z nimi opłat przewidzianych w zaproponowanej przez (...) umowie, które miały być świadczone na rzecz dostawcy, nie były przedmiotem rozmów pomiędzy stronami. W szczególności nie podjęto konkretnych uzgodnień co do sposobu wykonywania rzeczonych usług. Jednocześnie powódka zobowiązała się na swój koszt zamawiać i pakować towar w pudełka z nadrukiem loga (...). Projekt był dostarczony przez pozwaną spółkę.

Dowód: zeznania świadka M. G. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471); przesłuchanie E. L. (k. 490, tom III w zw. z przesłuchaniem informacyjnym k. 429).

A. G. (1) w okresie współpracy ze spółką (...) była wyłącznym dostawcą jajek do sklepów prowadzonych przez wskazanego kontrahenta.

Dowód: zeznania świadka M. G. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471); zeznania świadka M. S. (k. 489, tom III); przesłuchanie E. L. (k. 490, tom III w zw. z przesłuchaniem informacyjnym k. 429).

W sklepach i na stoiskach handlowych (...) prowadzone były akcje promocyjne i reklamowe dotyczące sprzedawanych jajek, a polegające na okresowym obniżaniu ich cen, prezentowaniu towaru i degustacji jaj gotowanych na twardo, jajeczniczy czy w postaci upieczonych gofrów, niekiedy także łącznie z innymi produktami z asortymentu sklepu (żurek, dżem, chrzan). W placówkach umieszczano także opisy w pozytywnym świetle objaśniające wartości odżywcze oferowanych jaj oraz przepisy przygotowania potraw opartych o wskazane produkty. Pozwana spółka reklamowała swoje stoiska handlowe i obecny na nich asortyment w poczytnej prasie.

Dowód: zeznania świadka S. W. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471); zeznania świadka D. B. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471); zeznania świadka M. S. (k. 489, tom III); wydruki fotografii (k.); przesłuchanie E. L. (k. 490, tom III w zw. z przesłuchaniem informacyjnym k. 429).

W ramach wskazanych powyżej działań jajka dostarczane przez A. G. (1) zawsze opakowane były w pudełka z logiem i nazwą (...), w takim też kontekście dekoracyjnym je umieszczano. Towar ten nie był prezentowany w sposób wskazujący na pochodzenie od konkretnego producenta czy ujawniający nazwę przedsiębiorstwa (...).

Dowód: zeznania świadka S. W. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471); zeznania świadka D. B. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471); wydruki fotografii (k. 382 – 390, tom II); zeznania świadka M. S. (k. 490, tom III); przesłuchanie E. L. (k. 490, tom III w zw. z przesłuchaniem informacyjnym k. 429).

Sposób przeprowadzania akcji promocyjnych, ich czas i zasięg nie były konsultowane z A. G. (1). Decyzje na ten temat zapadały w ramach kierownictwa spółki (...).

Dowód: zeznania świadka S. W. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471); zeznania świadka M. G. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471).

W okresie współpracy pomiędzy A. G. (1) a spółką (...), sieć sklepów tej ostatniej znacząco się powiększyła.

Dowód: zeznania świadka M. G. (nagranie rozprawy z dnia 23 października 2012 roku – k. 471).

Sąd Apelacyjny dokonał powyższych ustaleń na podstawie dowodów przeprowadzonych przez Sąd I instancji, w szczególności w oparciu o zeznania świadków M. G., S. W., D. B. i M. S. oraz przesłuchania E. L. w charakterze osoby reprezentującej stronę pozwaną. Depozycje wymienionych cechowały się spójnością, nie stały w sprzeczności z zasadami logiki czy też z treścią innych dowodów, w tym dowodów z dokumentów, zgromadzonych w niniejszej sprawie. Sąd Apelacyjny miał na względzie, że zwłaszcza zeznania M. G. jak i E. L. - jako osób pośrednio zaangażowanych w spór – przedstawiały te same fakty z przeciwstawnych punktów widzenia, niekiedy w sposób zniekształcony poprzez osobiste oceny. Jednakże mankamenty te uznać należało za naturalne i nie występujące w natężeniu stojącym na przeszkodzie uznaniu omawianych dowodów za w zasadniczej mierze wiarygodne.

Sąd II instancji oparł swoje ustalenia faktyczne także na wydrukach fotografii załączonych do akt postępowania, jako że ich prawdziwość nie była kwestionowana przez żadną ze stron procesu i nie budziła wątpliwości Sądu.

W tak ustalonym stanie faktycznym stwierdzić należy, iż pozostałe dwa zarzuty apelacji, a odnoszące się do naruszenia norm prawa materialnego przez Sąd I instancji były, zdaniem Sądu Apelacyjnego, w pełni zasadne.

Po pierwsze zgodzić się należy ze skarżącą, że Sąd a quo dokonał wadliwej wykładni art. 353¹ Kodeksu cywilnego. Po myśli wskazanej normy - strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego. Przepis ten statuuje podstawową zasadę obowiązującą w stosunkach cywilnoprawnych, przyznając podmiotom ogólną kompetencję do swobodnego kształtowania treści umów obligacyjnych, w tym w zakresie inicjatywy ich zawierania, celu, wzajemnych praw i obowiązków, czasu trwania czy doboru kontrahentów. Uczestnicy obrotu cywilnoprawnego posiadają zatem szeroką kompetencję do tworzenia nawet zupełnie nowych, niepodobnych do normatywnie określonych w kodeksie cywilnym lub innych ustawach, typów kontraktów. Mogą także, wzorując się na umowach nazwanych, dokonywać pewnych modyfikacji lub uzupełnień w zakresie łączącego je stosunku obligacyjnego. A wszystko to odbywać się może w granicach zgodności z ustawą, zasadami współżycia społecznego oraz naturą danego stosunku prawnego.

W niniejszej sprawie Sąd Okręgowy w istocie dokonał odwrotnej interpretacji omówionego przepisu wskazując, iż wszystkie postanowienia podstawowe jak i dodatkowe zawieranych przez strony umów, a nieprzewidziane w ramach charakterystyki wprost uregulowanych w kodeksie oraz w innych ustawach kontraktów – są nieważne jako sprzeczne z prawem na podstawie art. 58 k.c. Z uwagi na powołaną wyżej, a bezsprzecznie ugruntowaną w teorii i praktyce stosowania prawa, wykładnię art. 353¹ k.c., nie sposób podzielić poglądu Sądu I instancji o bezwzględnej nieważności całej umowy zawartej pomiędzy A. G. (1) a spółką (...), a w konsekwencji co do obowiązku zwrotu przez strony wszystkiego, co wzajemnie sobie świadczyły i wyrównania uszczerbku związanego z nieotrzymaniem świadczeń ekwiwalentnych w toku współpracy na podstawie art. 496 i 497 k.c.

Nie wdając się w pogłębioną analizę przyczyn i skutków całkowitej lub częściowej nieważności bezwzględnej czynności prawnych, która w niniejszej sprawie, zdaniem Sądu Apelacyjnego, byłaby niecelowa, stwierdzić należy, iż rację miała skarżąca także odnośnie krytyki zastosowanych w niniejszej sprawie materialnych podstaw uwzględnienia żądania pozwu. Po myśli bowiem powołanych przez Sąd Okręgowy przepisów, jeżeli skutek odstąpienia od umowy, strony mają dokonać zwrotu świadczeń wzajemnych, każdej z nich przysługuje prawo zatrzymania, dopóki druga strona nie zaoferuje zwrotu otrzymanego świadczenia albo nie zabezpieczy roszczenia o zwrot (art. 496 k.c.). Normę tę stosuje się także odpowiednio w razie rozwiązania lub nieważności umowy wzajemnej (art. 497 k.c.). Słusznie strona pozwana podniosła, że przytoczone regulacje odnoszą się do instytucji zatrzymania w razie odstąpienia lub unieważnienia umowy wzajemnej i są w niniejszej sprawie irrelevantne. Skoro bowiem Sąd I instancji w istocie uznał, że kontrakt pomiędzy A. G. (2) a (...) był w całości nieważny z mocy prawa, za podstawę pełnego zwrotu wzajemnych świadczeń jako nienależnych winien był uznać art. 410 k.c. w zw. z art. 405 k.c.

Abstrahując jednak od powyższych rozważań, podkreślenia wymaga, iż pierwotna i zasadnicza nieprawidłowość oceny prawnej dokonanej przez Sąd I instancji przejawiała się w apriorycznym i pozbawionym pogłębionej argumentacji przyjęciu poglądu, że w realiach niniejszej sprawy nie znajdują zastosowania przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jako niedotyczące zdarzeń ze sfery wykonywania umów obligacyjnych. W ocenie Sądu Apelacyjnego, Sąd Okręgowy wadliwie pominął w swoich rozważaniach wskazane kwestie, pomimo konsekwentnego kształtowania w tym właśnie kierunku podstawy faktycznej przez powódkę i czytelnego zakreszenia granic sporu pomiędzy stronami. W tym względzie Sąd I instancji stwierdził jedynie, że stosunki cywilnoprawne powstają z aktu swobodnej woli i to ze swobodnej woli dłużnika dochodzi do spełnienia świadczenia, za wyjątkiem spełnienia długu w trybie postępowania egzekucyjnego, a w relacjach pomiędzy podmiotami umowy obligacyjnej należy wykluczyć możliwość pobierania przez wierzyciela od zobowiązanego jakichkolwiek świadczeń jak również możliwości ważnego zaciągnięcia zobowiązania do zapłaty marży lub opłat, gdyż takich świadczeń nie przewiduje ani kodeks cywilny ani inne przepisy prawa cywilnego.

Pogląd ten wydaje się niezrozumiały, w szczególności wobec stwierdzenia, że w stosunkach gospodarczych powszechną i dopuszczalną praktyką jest stosowanie tzw. marży handlowej będącej różnicą między ceną płaconą przez ostatecznego odbiorcę, a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę, a wynikającą z kosztów i zysku. Z kolei materia wprowadzania w transakcjach między przedsiębiorcami innych opłat dodatkowych uregulowana została właśnie we wspomnianej ustawie z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. 2003/153/1503 j.t.). Celem powołanego aktu prawnego jest zapewnienie prawidłowości funkcjonowania i działania podmiotów gospodarczych w warunkach wolnego rynku, nie wyłączając zasad poprawnego kształtowania stosunków cywilnoprawnych. Dlatego właśnie, zdaniem Sądu Apelacyjnego, ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (u.z.n.k.), a w szczególności jej art. 15 ust. 1 pkt 4, wbrew pogładowi wyrażonemu przez Sąd Okręgowy, stanowi właściwy wzorzec oceny stosunku obligacyjnego łączącego strony niniejszego procesu.

Czynem nieuczciwej konkurencji jest każde zachowanie przedsiębiorcy, które narusza przepisy prawa lub dobre obyczaje, przez co zagraża lub narusza interes przedsiębiorcy lub klienta (art. 3 ust. 1 u.z.n.k.). Przytoczona klauzula generalna pełni zarówno uzupełniającą jak i korygującą funkcję względem szczegółowo stypizowanych w art. 5 – 17 u.z.n.k. deliktów nieuczciwej konkurencji. Oznacza to, że przy stosowaniu przepisów z rozdziału II ustawy konieczne jest zidentyfikowanie także ogólnych przesłanek wyrażonych w art. 3 u.z.n.k., a równocześnie zachowanie nie spełniające wszystkich wymogów deliktów wyliczonych przykładowo w art. 5 – 17 u.z.n.k., może być mimo to uznane za czyn nieuczciwej konkurencji wyłącznie w oparciu o normę art. 3 u.z.n.k.

Przenosząc powyższe rozważania na grunt niniejszej sprawy stwierdzić należy, iż powódka wywodziła swoje roszczenie z faktu dopuszczenia się względem niej przez kontrahenta - spółkę (...) deliktu nieuczciwej konkurencji poprzez narzucenie jej w ramach stosunku umownego opłat dodatkowych za świadczenie tzw. usług marketingowych, które w istocie stanowiły ukrytą opłatę za wprowadzenie towaru do sklepu, ograniczającą jej dostęp do rynku. W związku z powyższym okresowo uiszczane przez A. G. (1) kwoty na rzecz (...) w drodze wzajemnego potrącenia należności, płacone w oparciu o bezwzględnie nieważne postanowienie umowne, stanowiły, zdaniem wymienionej, świadczenie nienależne i podlegały zwrotowi na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w zw. z art. 410 k.c. Istotę sporu w rzeczonyj sprawie stanowił faktyczny i jurydyczny charakter umówionych przez strony opłat, natomiast sama okoliczność ich uiszczania oraz wysokość świadczonych kwot nie były kwestionowane.

Zgodnie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. - czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w szczególności przez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Celem wprowadzenia tego przepisu do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nowelizacją z dnia 2002 roku była negatywna ocena przez ustawodawcę powszechnie stosowanych praktyk przez sklepy wielkopowierzchniowe i duże sieci handlowe, a polegających na pobieraniu od dostawców szczególnych opłat - przykładowo za wejście do sieci, za reklamę i promocję towarów, za miejsce ekspozycji towarów - które stanowiły istotne ograniczenie dostępu do rynku tychże kontrahentów. Omawiany przepis wprost nie zawiera przesłanki, aby przedsiębiorca uzależniający podjęcie współpracy z innymi podmiotami posiadał silniejszą od nich pozycję ekonomiczną, jednakże wykładnia celowościowa prowadzi do uznania istnienia takiego właśnie warunku zastosowania art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

W tym zakresie w niniejszej sprawie szczególnej analizie poddać należało wzajemną relację stron w kontekście wskazanej przesłanki. W istocie, wbrew obronie pozwanej spółki, (...) może być uznany za sieć handlową o znaczącym zasięgu, posiada mianowicie około czterdziestu placówek, których marka jest powszechnie rozpoznawana i kojarzona z tradycyjnymi produktami spożywczymi. W tym względzie kwestia powierzchni poszczególnych sklepów miała drugorzędne znaczenie, skoro sam fakt posiadania dużej ilości placówek o ugruntowanej pozycji na rynku spożywczym świadczy o znaczącej sile ekonomicznej tegoż przedsiębiorstwa. Z kolei powódka prowadzi działalność gospodarczą w zakresie produkcji i dostawy jaj, przy czym podkreślenia wymaga, iż w niniejszej sprawie analizie podlegać powinien wyłącznie ten wycinek aktywności A. G. (1), który odnosi się do jaj od kur z wolnego wybiegu i jaj przepiórczych. Ten segment zaś stanowi jedynie mały i specyficzny fragment przedsiębiorstwa wymienionej. Zatem uznać należało, iż w konkretnych okolicznościach rzeczonyj sprawy w istocie zachodziła nierówność partnerów gospodarczych, mogąca usprawiedliwiać zastosowanie ochrony z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Jak ustalono, powódka dostarczała do sieci sklepów (...) swoje towary w zamian za umówioną cenę jednostkową. Określona zaś w punkcie 7 Umownych parametrów współpracy z dnia 23 kwietnia 2008 roku opłata w wysokości 3,5 % wartości zakupów dokonanych przez stronę pozwaną nie miała, w ocenie Sądu Apelacyjnego, charakteru marży, albowiem uzależniono ją od kwartalnego obrotu z powódką, a jej przeznaczenie ujęte zostało jako pokrycie kosztów działań promocyjnych. Jak wynikało wprost z zeznań świadka M. G., świadczenia te stanowiły warunek nawiązania współpracy z pozwaną spółką, a w konsekwencji – dopuszczenia towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów i stoisk (...). Jeżeli A. G. (1) zamierzała podjąć kooperację ze stroną pozwaną, zmuszona była sytuacją faktyczną do uiszczania opłat, na wysokość których w istocie wpływu nie miała, gdyż nie podlegały one negocjacji. Zostały one od początku zaproponowane w ofercie wystosowanej do potencjalnych kontrahentów. Powódka godziła się na takie warunki, albowiem liczyła na przyszłe ustępstwa (...) w zakresie wysokości ceny jednostkowej towaru, które pozwoliłyby na skompensowanie kosztów opłat i uczynienie współpracy bardziej zyskową.

Jak już wyżej wspomniano, swoboda umów co do zasady nie stoi na przeszkodzie takiemu kształtowaniu stosunków obligacyjnych, w których oprócz świadczeń typowych dla danej umowy nazwanej (sprzedaży, dostawy) strony będą zobowiązane do świadczeń dodatkowych. Nie jest zatem a priori wykluczone, aby sieć sklepowa zobowiązała się do wykonywania na rzecz dostawcy usług reklamowych za stosownym wynagrodzeniem. Jednakże w zakres regulacji ochronnej art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie będą wchodzić jedynie takie sytuacje, w których obowiązek zapłaty określonych kwot powstanie jako ekwiwalent rzeczywiście wykonanych usług zleceniobiorcy, tj. gdy dostawca poprzez zapłatę ceny zyskuje wymierną dla niego korzyść związaną z działaniami marketingowymi na jego rzecz.

W ocenie Sądu Apelacyjnego, opłaty będące przedmiotem niniejszego postępowania takiego charakteru nie posiadały. Usługa reklamowa polega bowiem na przedstawieniu określonych pozytywnych cech danego produktu, wyróżniających go spośród innych towarów tego samego rodzaju, zarówno pod względem jakościowym jak i cenowym. Działania podejmowane przez stronę pozwaną, polegające na obniżkach cen, degustacjach, wystawach, umieszczeniu jaj w gazetkach reklamowych marketów A., stanowiły natomiast jedynie działania zwracające uwagę klienteli na ofertę własnego, zakupionego już asortymentu, mającą na celu zwiększenie wyników własnej sprzedaży. Aktywność ta nie skupiała się wyłącznie wokół produktów dostarczanych przez A. G. (1), a połączona była z promowaniem innych równolegle sprzedawanych produktów, jak chrzan do jaj, dżem do gofrów. Z doświadczenia życiowego wynika ponadto, iż w okresie Świąt Bożego Narodzenia czy Wielkanocnych jaja są produktem, które nie wymagają szczególnej reklamy, gdyż są zwyczajowo w tym okresie nabywane chętnie i w dużych ilościach. Podkreślić trzeba również, że towary dostarczane przez powódkę zawsze prezentowane były tylko i wyłącznie w opakowaniach z nadrukiem logo i nazwy (...) oraz w aranżacji w żaden sposób nie wskazującej na pochodzenie jaj od skonkretyzowanego producenta. Takie działania nie mogły przekładać się na interes gospodarczy powódki, tym bardziej, że konsumenci, do których trafiały jajka, nie mieli wiedzy na temat przedsiębiorstwa (...) i w związku z tym nie identyfikowali w przyszłości określonych towarów jako produktów powódki. Wspomnieć wypada także, że z dostawcą nie konsultowano rodzaju, zakresu czy terminów podejmowanych akcji reklamowych. Decyzje te leżały wyłącznie w gestii zarządu strony pozwanej. Nadto koszty opakowań z logiem i nazwą (...) ponosiło przedsiębiorstwo (...). W świetle tych okoliczności trudno przyjąć, by uiszczanie opłat za rzekome usługi marketingowe w jakikolwiek sposób wpływało na sytuację

ekonomiczną powódki. W rzeczywistości uzależnianie współpracy od tego rodzaju świadczeń stanowiło ukrytą opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży i powodowało przerzucenie na A. G. (1) przez stronę pozwaną kosztów promocji i rozwoju sieci sklepów (...).

Samo jednak stwierdzenie takiej praktyki nie przesądza jeszcze o zaistnieniu stanu, w którym dostęp powódki do rynku byłby utrudniony. Należy zauważyć, że rynkiem w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest wyłącznie rynek wykreowany pomiędzy stronami transakcji dostawy. Nie wymaga się zatem, aby podmioty pozostawały wobec siebie w stosunku konkurencji. Z kolei utrudnianie dostępu do rynku polega na ograniczaniu uczestnictwa w obrocie gospodarczym, zakłócaniu prowadzenia przedsiębiorstwa. W tym sensie pobieranie premii pieniężnych, stanowiących część zysków powódki i jednocześnie przesądających o zmniejszeniu lub wręcz pozbawieniu rentowności wzajemnej kooperacji na danym rynku, uznać należało właśnie za ograniczenie uczestnictwa w obrocie gospodarczym. Nie miała przy tym szczególnego znaczenia okoliczność, że przedsiębiorstwo (...) utrzymywało równoległe kontakty handlowe z innymi odbiorcami, skoro w znaczącej większości odnosiło się to jajek z chowu klatkowego. Natomiast w zakresie towarów z chowu wolnowybiegowego i pochodzenia przepiórczego, strona pozwana określona mogła być jako liczący się odbiorca, a to w związku z faktem kojarzenia jej marki wyłącznie z tradycyjną żywnością, produkowaną przy użyciu metod ekologicznych. W tym sensie, choć sprzedaż towarów (...) nie była dla A. G. (2) koniecznością gospodarczą, to jednak strona pozwana posiadając znaczący udział w specyficznym sektorze spożywczym, zyskiwała w ten sposób pozycję uprzywilejowaną. Jest w pełni zrozumiałym, iż dostawcy takiemu jak A. G. (2) zależało na podpisaniu kontraktu handlowego z siecią (...), a to celem uniknięcia marginalizacji rynkowej oraz zapewnienia sobie regularnego i stosunkowo dużego zbytu jajek, które jako produkt szybko ulegający zepsuciu nie mogły być przez długie okresy czasu przechowywane w oczekiwaniu na sprzedaż.

Z powyższych względów Sąd Apelacyjny uznał, że kwoty objęte tzw. fakturami marketingowymi wystawionymi kwartalnie przez pozwaną spółkę i kwoty zatrzymane na ich podstawie w wyniku przedstawienia do potrącenia (kompensacji) wynikały z czynów nieuczciwej konkurencji i stanowiły bezpodstawną korzyść (...). Z tego względu żądane sumy podlegały zwrotowi na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zw. z art. 410 § 1 i 2 k.c. w zw. z 405 k.c. Natomiast kwestie związane z roszczeniem odsetkowym nie stanowiły osobnego przedmiotu zaskarżenia.

W tym kontekście, orzeczenie Sądu I instancji uwzględniające w całości żądanie główne pozwu, było prawidłowe. Dlatego też apelacja strony pozwanej, choć częściowo zasadna, nie mogła doprowadzić do pożądanego przez skarżącą skutku w postaci zmiany wyroku i oddalenia powództwa oraz podlegała oddaleniu na podstawie art. 385 k.p.c.

O kosztach postępowania apelacyjnego orzeczono w oparciu o art. 98 § 1 i 2 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c. - na zasadzie odpowiedzialności za wynik procesu - zasądzając od strony pozwanej jako przegrywającej sprawę w II instancji na rzecz powódki koszty procesu w kwocie 2.700 zł tytułem wynagrodzenia profesjonalnego pełnomocnika w postępowaniu apelacyjnym, zgodnie ze stawkami określonymi w § 6 pkt 6 w zw. z § 13 ust. 1 pkt 2 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 roku w sprawie opłat za czynności adwokackie oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu.