

Sygn. akt I ACa 1199/12

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 7 lutego 2013 r.

**Sąd Apelacyjny w Poznaniu, I Wydział Cywilny** w składzie:

Przewodniczący:	SSA Małgorzata Mazurkiewicz-Talaga
Sędziowie:	SA Bogdan Wysocki /spr./ SA Jan Futro
Protokolant:	st.sekr.sąd. Sylwia Stefańska

po rozpoznaniu w dniu 7 lutego 2013 r. w Poznaniu

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) **spółki z ograniczoną odpowiedzialnością**

**z siedzibą w W.**

przeciwko (...) **spółce akcyjnej z siedzibą w (...)**

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego w Poznaniu

z dnia 20 września 2012 r., sygn. akt IX GC 187/12

1. **oddala apelację;**

2. **zasądza od pozwanej na rzecz powódki kwotę 1800 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w postępowaniu apelacyjnym.**

/-/J. Futro /-/M. Mazurkiewicz-Talaga /-/B. Wysocki

Sygn. akt I ACa 1199/12

## UZASADNIENIE

**Powód (...) sp. z o.o. w W.** wniósł o zasądzenie od **pozwanego (...) S.A. w (...)** kwoty 42.235,46 zł wraz z ustawowymi odsetkami oraz o zasądzenie zwrotu kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych, z uwzględnieniem kosztów wywołanych próbą ugodową w sprawie IX GCo 507/11. Jako podstawę prawną swojego powództwa wskazał art. 3 i 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tj. Dz. U. z 2003 r. Nr 153 poz. 1503 ze zm.) - dalej jako „u.z.n.k.”.

Pozwany wniósł o oddalenie powództwa oraz o zasądzenie od powoda na jego rzecz kosztów postępowania według norm przepisanych.

**Wyrokiem z dnia 20 września 2012 r. Sąd Okręgowy w Poznaniu zasądził od pozwanego na rzecz powoda kwotę 42.235,46 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 1 października 2011 r. do dnia zapłaty (pkt 1), w pozostałym zakresie powództwo oddalił (pkt 2), zasądził od pozwanego na rzecz powoda kwotę 4.529 zł tytułem zwrotu kosztów procesu (pkt 3).**

Podstawą rozstrzygnięcia były następujące ustalenia i wnioski.

Powód jest wyłącznym importerem włoskich produktów marki „ (...) w (...). Pozwany prowadzi działalność handlową - (...) handlową (...) - na zasadach franczyzy.

Powód, w związku z prowadzoną przez siebie działalnością gospodarczą zwrócił się do pozwanego z propozycją podjęcia współpracy handlowej polegającej na stałej sprzedaży pozwanemu artykułów spożywczych, które ten miał oferować swoim klientom. Negocjacje w imieniu powoda prowadziły K. W. i M. F., a w imieniu pozwanego - M. M. (2). Pozwany przedstawił powodowi do podpisu tzw. list intencyjny, który został podpisany przez powoda w dniu 1 lipca 2009 r. i odesłany do pozwanego. Od tego dnia rozpoczęła się stała współpraca stron. List miał charakter ramowy i zawierał ustalenia nie podlegające negocjacom. Podpisanie go przez powoda warunkowało nawiązanie współpracy z pozwanym. Pozwany zawarł w § 3 listu szereg opłat, które powód winien był uiszczać cyklicznie w systemie rocznym bądź miesięcznym w trakcie trwania współpracy. W pierwszej kolejności pozwany określił wysokość rocznego budżetu promocyjnego w wysokości 18.000 zł obejmującego umieszczanie produktów oferowanych przez powoda w gazetkach centralnych (...) S.A. - koszt 5.000 zł za jeden moduł, w jej katalogach każdorazowy koszt 2.000 zł oraz na plakatach. W liście powód zobowiązał się również do opłaty za prowadzenie czynności w ramach obsługi (...) S.A. w wysokości 800 zł miesięcznie, udzielił pozwanemu bonusu kwartalnego za usługi pośrednictwa marketingowego w wysokości 5% plus dla sklepów (...) dodatkowo 2%, do dostawy do magazynu pozwanego w K. produktów oferowanych przez siebie w ilości 20 indeksów z listy asortymentowej powoda za opłatą 22.000 zł netto (26.840,00 zł brutto) do dnia 31 lipca 2009 r., do opłaty agencyjnej związanej z rozszerzaniem ilości sklepów nabywających produkty, płatnej za każdy nowy sklep po pierwszej dostawie produktów w wysokości 500 zł netto, a za sklepy (...) - 800 zł netto.

Tego samego dnia, tj. 1 lipca 2009 r. powód podpisał również aneks do listu intencyjnego, który zmieniał § 4 listu regulujący płatności za opisane wyżej usługi. Zgodnie z treścią zmienionego § 4, wszelkie płatności z tytułu realizacji § 3 miały być dokonywane na podstawie prawidłowo wystawionej faktury VAT, na rachunek bankowy wskazany na fakturze. Strony ustaliły termin płatności każdej faktury na 14 dni od daty jej otrzymania. Z kolei wszelkie płatności z tytułu dostaw miały być dokonywane na podstawie prawidłowo wystawionej faktury VAT, na rachunek bankowy na niej wskazany. Strony ustaliły termin płatności każdej faktury VAT na 45 dni od daty jej otrzymania.

Strony rozpoczęły współpracę na warunkach określonych w liście intencyjnym. W ramach współpracy powód dostarczał pozwanemu towar z branży spożywczej, który pozwany kupował od niego, wystawiając stosowne faktury VAT, a następnie odsprzedawał swoim franczyzobiorcom w placówkach handlowych pozwanego na terenie całego kraju z 15% marżą. F. samodzielnie decydowali o tym, które towary pozwanego zakupić. Powód dostarczał pozwanemu towar do magazynu centrali pozwanego w K. na własny koszt.

Na usługi marketingowe w zakresie promocji i reklamy, które miały być wykonywane przez pozwanego składały się: usługa wykonania reklamy produktu dostawcy w gazecie lub katalogu pozwanego, udostępnianie dodatkowego miejsca ekspozycyjnego, oznaczanie miejsc ekspozycyjnych marką (...).

Reklamy produktów sprzedawanych pozwanemu przez powoda ukazywały się w gazetkach promocyjnych i katalogach pozwanej spółki. Gazetki wydawane były co tydzień, a katalogi średnio dwa razy w roku. Dane towary reklamowane były w gazecie pozwanego na podstawie zlecenia dokonanego przez powoda, który był informowany o przeprowadzanej przez pozwanego akcji promocyjnej telefonicznie lub mailowo. Powód mógł zlecić wykonanie

katalogu, obejmującego wyłącznie jego produkty lub mógł wziąć udział w promocji gazetkowej, gdzie jego produkty były promowane obok innych. Gazetkę i katalogi wykonywała zewnętrzna agencja reklamowa, która swój projekt wysyłała pozwanemu, a ten wprowadzał do projektu poprawki. Pozwana zaopatrywała sklepy franczyzowe w wyprodukowane przez siebie gazetki i katalogi.

Prowadzenie czynności w ramach obsługi (...) handlowej (...) polegało na tym, że przedstawiciele pozwanego objeżdżali sklepy i zbierali zamówienia na konkretne produkty i mieli jednocześnie dbać o to, aby towar ten znajdował się na półkach. Dotyczyło to zwłaszcza okresu promocji. Usługa pośrednictwa marketingowego to usługa wydawania katalogów i gazetek promocyjnych, a także promocji produktów w sklepach. Budżet promocyjny (18.000 zł) i opłata za usługę pośrednictwa marketingowego obejmują te same świadczenia, z tym, że opłata jest podzielona na dwie części. Opłata z tytułu dostawy towarów do magazynu pozwanego w K. obejmuje opłatę za przeliczenie produktu oraz znalezienie miejsca promocji produktu, tj. sklepu, który będzie dany towar sprzedawał. Opłata agencyjna obejmowała opłatę za miejsce w sklepie franczyzowym, który zechciał sprzedawać dany produkt. Pozwany wykupił stosowną usługę w ww. sklepach, która miała gwarantować, że promowany towar będzie w nich wystawiany i odpowiednio promowany.

Z tytułu opisanych powyżej usług marketingowych pozwany wystawił powodowi faktury VAT. We wszystkich fakturach, jako forma płatności został wskazany przelew. Jednakże pozwany regularnie wystawiał powodowi dokumenty kompensaty, w których potrącał swoje zobowiązania względem powoda z tytułu ceny za sprzedany towar z zobowiązaniami powoda z tytułu usług marketingowych. Wszystkie faktury zostały przez powoda zapłacone. Na dokumentach kompensaty pozwany wskazywał faktury wystawione przez pozwanego, a w dalszej części faktury wystawione przez powoda. Wzajemny bilans był zawsze równy zero. Ewentualna nadwyżka była wypłacana przez pozwanego na rachunek bankowy powoda.

Współpraca między stronami zakończyła się po około roku, albowiem zamówienia pozwanego złożone powodowi na towar wyniosły około 57.000 zł, podczas, gdy koszt usług marketingowych, którymi obciążył powoda, to kwota około 42.000 zł.

20 września 2011 r. powód wezwał pozwanego do zapłaty kwoty dochodzonej pozwem, wyznaczając termin zapłaty na dzień 30 września 2011 r. Pozwany nie spełnił żądania w wyznaczonym terminie.

Powód złożył również wniosek o zawiązanie do próby ugodowej. Postępowanie toczyło się przed Sądem Rejonowym - Stare Miasto w Poznaniu pod sygn. akt IX GCo 507/11. Postępowanie nie zakończyło się ugodą. Za zawiązanego nikt się nie stawił.

W ocenie Sądu Okręgowego powództwo zasługiwało na uwzględnienie w całości jako uzasadnione zarówno pod względem faktycznym jak i prawnym. Powód wykazał, że pozwany pobrał od niego inne niż marża handlowa opłaty, stanowiące de facto warunek przyjęcia jego towarów do sprzedaży i to poprzez stosowanie narzuconych rozwiązań dotyczących pobierania dodatkowych opłat z tytułu świadczonych usług. Jednocześnie pozwany nie udowodnił, by spełnił na rzecz powoda wskazane usługi, a przede wszystkim, by miały one charakter świadczeń ekwiwalentnych w stosunku do pobieranych opłat. Tym samym uznać należy, że czyn pozwanego stanowił delikt nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u. z. n. k.

W okolicznościach sprawy szczególnie istotny jest fakt, że pozwany uzależniał nawiązanie współpracy handlowej z powodem od zawarcia umowy - listu intencyjnego. Gdyby powód takiej umowy nie zawarł, nie mógłby liczyć na rozpoczęcie współpracy z pozwanym i sprzedawanie swoich produktów na jego rynku, to jest w sieci sklepów (...). Natomiast pozwany nie wykazał, aby świadczył na rzecz powoda konkretne usługi, które miałyby realne przełożenie na dochody (zysk) powoda. Tylko zaś w takim przypadku mógłby zasadnie obciążać go opłatami innymi niż marża handlowa. Pozwany nie skonkretyzował czynności podejmowanych na rzecz powoda, a przede wszystkim nie skonkretyzował i nie udowodnił, że powód uzyskiwał w związku z działalnością pozwanego konkretne korzyści. Kwestionowane przez powoda działania pozwanego są niczym innym jak tylko próbą przerzucenia na powoda kosztów prowadzonej przez pozwanego działalności gospodarczej, co jest oczywiście niedopuszczalne.

W konsekwencji w myśl art. 18 ust 1 pkt 5 u.z.n.k powód posiadał uprawnienie do wystosowania względem pozwanego roszczenia o wydanie bezpodstawnie uzyskanych przez pozwanego korzyści na zasadach ogólnych, w szczególności w odwołaniu do art. 405 k.c.

W ocenie Sądu chybiony okazał się zgłoszony przez pozwanego w odpowiedzi na pozew zarzut przedawnienia roszczeń powoda. Roszczenie powoda zgłoszone w oparciu o treść art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., przedawnia się w oparciu o przepisy tej ustawy. Artykuł 20 u.z.n.k. stanowi, że roszczenia z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji przedawniają się z upływem lat trzech. Bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie, co do każdego naruszenia. Przepis art. 442 k.c. stosuje się odpowiednio. Posiedzenie dotyczące zawarcia ugody odbyło się w dniu 14 grudnia 2011r., a pozew w sprawie został złożony w dniu 9 lutego 2012r., a zatem przed upływem ponownego terminu przedawnienia (art. 123 § 1 pkt 1 k.c.). W konsekwencji roszczenia powoda nie uległy przedawnieniu.

Mając to na uwadze Sąd przyjął, że na powoda zostały nałożone przez pozwanego inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, co stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 1 i 2 u.z.n.k. W konsekwencji Sąd na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. i art. 3 ust. 1 u.z.n.k. zasądził od pozwanego na rzecz powoda kwotę 42.235,46 zł.

O odsetkach Sąd orzekł na podstawie art. 481 § 1 k.c., przyjmując, że pozwany pozostawał w opóźnieniu co najmniej od 1 października 2011 r. Powód wezwał pozwanego do zapłaty pismem z dnia 20 września 2011 r. z terminem płatności do dnia 30 września 2011 r. Zatem powództwo w zakresie żądania zasądzenia odsetek ustawowych za okres poprzedzający dzień 1 października 2011 r. podlegało oddaleniu.

O kosztach procesu Sąd orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c.

**Apelację od wyroku złożył pozwany, zaskarżył go w części tj. co do pkt 1 i 3. Apelujący wniósł o zmianę wyroku w zaskarżonej części i oddalenie powództwa ewentualnie o uchylenie wyroku w zaskarżonej części i przekazanie sprawy w tym zakresie sądowi I instancji do ponownego rozpoznania oraz wniósł o zasądzenie od powoda na jego rzecz kosztów procesu.** Pozwany zarzucał orzeczeniu naruszenie prawa materialnego poprzez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie, w szczególności poprzez przyjęcie, że w sprawie zaszedł stan faktyczny objęty dyspozycją art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. oraz, że sporna kwota z tytułu sprzedaży towarów nie uległa przedawnieniu. Zarzucał również braki w ustaleniach faktycznych i sprzeczność istotnych ustaleń sądu z treścią zebranego w sprawie materiału.

Powód wniósł o oddalenie apelacji oraz o zasądzenie od pozwanego na jego rzecz kosztów postępowania apelacyjnego.

#### **Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:**

Apelacja jest bezzasadna.

Ustalenia faktyczne sądu I instancji, istotne dla rozstrzygnięcia sprawy, nie budzą wątpliwości i stąd Sąd Apelacyjny przyjmuje je za podstawę własnego rozstrzygnięcia.

Ustalenia te nie zostały skutecznie podważone w apelacji w ramach podniesionego w niej zarzutu sprzeczności ustaleń sądu z zebrany materiałem dowodowym.

Co prawda, rację ma skarżący, wskazując, iż sąd błędnie ustalił, jakoby w negocjacjach, poprzedzających współpracę handlową stron, brała udział M. F..

Niemniej, jest to okoliczność marginalna, pozostająca bez związku z istotą sporu.

Istotne jest natomiast, jak prawidłowo ustalił to Sąd Okręgowy, że podstawą tej współpracy był „list intencyjny”, w którym pozwany przedstawił warunki współpracy, od których uzależnione było zakupywanie od powoda towarów.

Zasadniczy, a właściwie jedyny merytoryczny element tego „listu” stanowią postanowienia dotyczące obciążenia dostawcy różnego rodzaju opłatami z tytułu „promocji”, „bonusów”, „rozszerzenia ilości sklepów” itp..

Nie do przyjęcia jest też stanowisko apelującego, forsującego wersję, zgodnie z którą zgodnym zamiarem stron było zawarcie, obok umowy o sprzedaży towarów, dodatkowej umowy, na podstawie której pozwany miałby prowadzić na rzecz powoda szczególną akcję reklamową, mającą wypromować na rynku (...).

Nie wynika to z treści w/w „listu intencyjnego”, którego zapisy mają standardową, ogólnikową treść, ani z faktycznych działań pozwanego.

W szczególności faktury za „usługi marketingowe”, wystawiane przez pozwanego, nie zawierają jakiegokolwiek szczegółowej specyfikacji, pozwalającej na przyjęcie, że mogłoby tu chodzić o jakieś działania podejmowane wyłącznie w interesie ekonomicznym powoda.

W rzeczywistości, jak wynika ze zgodnych i jednoznacznych zeznań świadków, zgłoszonych przez stronę powodową, dla powoda od początku było oczywiste, że dodatkowe opłaty, nazywane „usługami marketingowymi” itp. są świadczeniami, które dostawca ma obowiązek uiszczać za samą możliwość nawiązania współpracy z siecią prowadzoną pod egidą pozwanego.

Bez istotnego znaczenia pozostaje też okoliczność, że powód jest wyłącznym importerem marki (...), uprawnionym z tytułu rejestracji znaku towarowego. Okoliczność ta nie ma bowiem uchwytnego związku z oceną faktyczną i prawną spornych należności.

Prawidłowo również pominięte zostały wnioski dowodowe pozwanego o przeprowadzenie dowodów, mających obrazować współpracę powoda z innymi odbiorcami, jako nie mające znaczenia dla rozstrzygnięcia sporu (art. 227 kpc). Inną rzeczą jest, że pozwany nie zgłosił zastrzeżeń (art. 162 kpc) do wydanego w tym zakresie, na rozprawie w dniu 17 maja 2012r (k. 168), postanowienia dowodowego. Utracił w ten sposób prawo do podważania prawidłowości tej czynności sądu w postępowaniu apelacyjnym (por. uchwały Sądu Najwyższego: z dnia 27 października 2005r w spr. III CZP 55/05, OSNC, z. 9 z 2006r, poz. 144 oraz z dnia 27 czerwca 2008r w spr. III CZP 50/08, OSNC, z. 7-8 z 2009r, poz. 103).

W konsekwencji sąd I instancji prawidłowo zakwalifikował omawiane świadczenia, jako mające cechy niedozwolonych, innych niż marża, opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, w rozumieniu przepisu art. 15 ust. 1 pkt. 4 uznk.

Nie sprzeciwiały się temu takie okoliczności, jak to, że należności te były uiszczane na podstawie umowy oraz używana przez strony nomenklatura.

W judykaturze od dawna przyjmuje się, że za przedmiotowe, zabronione opłaty można uznać także świadczenia, które dostawca zobowiązany jest uiszczać do rąk odbiorcy na podstawie zawieranych obok podstawowych umów kupna – sprzedaży (dostawy) umów dodatkowych, przybierających zwykle postać umów tzw. marketingowych, na podstawie których dostawca zobowiązany jest do zapłaty należności z tytułu rabatów „od obrotu”, opłat „na otwarcie” sklepu, kosztów wydawania gazetek promocyjnych itp. (por. wyroki Sądu Najwyższego: z dnia 26 stycznia 2006r w spr. II CK 378/05, LEX nr 172222 oraz z dnia 12 czerwca 2008r w spr. III CSK 23/08, OSNC-ZD, nr 1 z 2009r, poz. 14). Co więcej, jak wskazuje praktyka, wspomniane opłaty zazwyczaj ukrywane są właśnie pod postacią dodatkowych umów, zawieranych obok podstawowej umowy o współpracy handlowej, przy czym obowiązek ich zawarcia wynika zwykle wprost z ogólnych warunków współpracy (w rozpoznawanej sprawie przedstawionego przez pozwanego „listu intencyjnego”), oferowanych przez odbiorcę (przede wszystkim sieci handlowe).

Trafnie Sąd Okręgowy podkreślił, że w typowej umowie sprzedaży (dostawy) do obowiązków sprzedawcy (dostawcy) należą wyłącznie świadczenia o charakterze **niepieniężnym**, tzn. przeniesienie na rzecz kupującego (odbiorcy)

własności i posiadania rzeczy, natomiast obowiązek świadczenia **pieniężnego**, czyli zapłaty ceny, obciąża kupującego (art. 535 kc, art. 605 kc).

Jeżeli zatem na sprzedawcę, również w formie tzw. umów promocyjnych, zostają nałożone obowiązki dodatkowych świadczeń **pieniężnych**, należy domniemywać, że w ten sposób uiszczana jest w rzeczywistości zabroniona opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży. Sprzedający korzysta w takim przypadku z ułatwienia dowodowego w wykazywaniu popełnienia przez kupującego czynu niedozwolonej konkurencji, o jakim mowa w art. 15 ust. 1 pkt. 4 uznk. Wystarczające będzie wykazanie przez niego, że, poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży, uiszczał na rzecz kupującego dodatkowe należności w pieniądzu (tzw. dowód prima facie).

Z kolei do obowiązków kupującego (odbiorcy) należy wykazywanie, że uiszczanie tego rodzaju świadczeń znajduje dostatecznie uzasadnione oparcie we wzajemnych, ekwiwalentnych świadczeniach niepieniężnych świadczonych przez niego na rzecz i wyłącznie w interesie sprzedawcy (por. np.: C. Banasiński, M. Bychowska, „Utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży”, Przegląd Prawa Handlowego, nr 4 z 2008r, str. 15 – 16).

Odnosząc to do realiów rozpoznawanej sprawy, podzielić należy stanowisko sądu I instancji, iż czynności pozwanego, z tytułu których obciążył powoda spornymi należnościami, były prowadzone przede wszystkim w interesie ekonomicznym sieci (...) i jej poszczególnych członków, jako właścicieli zakupionego już od powoda towaru.

Nie zmienia takiej oceny okoliczność, że w materiałach reklamowych, rozprowadzanych przez pozwanego, czy też w akcjach promocyjnych pojawiała się nazwa firmy powoda i jego znaki towarowe.

Z kolei nie do zaakceptowania jest argumentacja pozwanego, zgodnie z którą ekwiwalentna korzyść powoda z tytułu „usług marketingowych”, czyli w rzeczywistości reklamy przez sieć własnego towaru, usprawiedliwiająca stosowanie spornych opłat, polegała na ogólnym „generowaniu popytu” u klientów (...), co w konsekwencji skutkowało zwiększaniem zamówień u dostawców, w tym u powodowej spółki.

Oczywiste jest że w gospodarce rynkowej na zwiększonym popycie korzystają pośrednio wszyscy kolejni uczestnicy obrotu gospodarczego, poczynając od wytwórcy surowców, a kończąc na sprzedawcy detalicznym. Samo istnienie wymiany handlowej jest z natury rzeczy korzystne dla wszystkich jej uczestników. Trywializując zatem, można stwierdzić, że już samo nabywanie przez pozwanego od powoda oferowanych przez niego towarów było dla sprzedającego ewidentnie korzystne ekonomicznie, skoro zabezpieczało mu zbyt i pozwalało na funkcjonowanie na rynku. Idąc za takim tokiem rozumowania zasadne byłoby przyznanie kupującemu prawa do uzyskania odpowiedniego ekwiwalentu już tylko za oferowanie sprzedawcy tego rodzaju „korzyści”.

Byłoby to jednak zaprzeczeniem istoty normalnej, rynkowej wymiany handlowej a próbom wprowadzania tego rodzaju praktyk zapobiega właśnie m.in. przepis art. 15 ust. 1 pkt. 4 uznk.

Poza sporem było, że na poczet należności z tytułu umów „usług marketingowych”, będących w istocie formą pobierania niedozwolonych opłat, o jakich mowa w art. 15 ust. 1 pkt. 4 uznk, powód przekazał pozwanemu dochodzoną pozwem kwotę. Świadczenie to stanowiło bezpodstawną korzyść majątkową pozwanej, która podlegała zwrotowi na podstawie art. 18 ust. 1 pkt. 5 uznk.

Nie sposób natomiast zaakceptować argumentacji skarżącego, zgodnie z którą, nawet przy przyjęciu, że doszło do pobrania przez niego niedozwolonych opłat, to powód mógłby żądać co najwyżej zapłaty reszty ceny sprzedaży, bowiem należności z tytułu rzeczonych „usług” zostały przez kupującego potrącone z należnościami powoda z tytułu ceny sprzedaży. Według pozwanej, skoro umowy te były nieważne, to nieskuteczne było też dokonane potrącenie.

Rozumowanie takie opiera się na bezpodstawnym założeniu, że powód jako sprzedawca nie otrzymał należnych mu świadczeń z tytułu ceny za dostarczone towary. Prowadziłoby to do wniosków zgoła absurdalnych. Oznaczałoby np., że pozwany, w przypadku powstania po jego stronie uprawnień do odstąpienia od umowy kupna-sprzedaży lub

obniżenia ceny (por. np. art. 560 kc), nie mógłby ich w praktyce zrealizować (tzn. nie mógłby uzyskać zwrotu ceny). W rzeczywistości przyjąć należy, że strony w całości spełniły wobec siebie świadczenia pieniężne, wynikające z łączących ich umów, tzn. pozwany z tytułu ceny sprzedaży, a powód – z tytułu „usług marketingowych”. Bez znaczenia jest natomiast, że księgowo rozliczone one zostały w drodze wzajemnych kompensat.

Poza tym, przy rozstrzygnięciu o zwrocie zabronionych na podstawie art. 15 ust. 1 pkt. 4 uznk opłat, nie ma potrzeby sięgania do konstrukcji nieważności czynności prawnej, na podstawie której doszło do ich pobrania. Uzyskanie korzyści majątkowej na podstawie czynu niedozwolonej konkurencji automatycznie skutkuje uznaniem braku dla niej podstawy prawnej, a przepis art. 18 ust. 1 pkt. 5 uznk stanowi samodzielną, wystarczającą podstawę do żądania zwrotu tego rodzaju korzyści (por. uchwała Sądu Najwyższego z dnia 19 sierpnia 2009r w spr. III CZP 58/09, LEX nr 511016).

W konsekwencji bezzasadny był podnoszony przez skarżącego zarzut przedawnienia się dochodzonych przez powoda roszczeń w terminie, o jakim mowa w art. 554 kc.

Z tych przyczyn na podstawie art. 385 kpc oraz powołanych wyżej przepisów prawa materialnego Sąd Apelacyjny orzekł jak w punkcie 1 sentencji wyroku.

O należnych stronie powodowej kosztach zastępstwa procesowego w postępowaniu apelacyjnym orzeczono (punkt 2 wyroku) na podstawie art. 98 § 1 i 3 kpc w zw. z art. 391 § 1 kpc, przy uwzględnieniu przepisów § 2 ust. 1 i 2 oraz § 13 ust. 1 pkt. 2) w zw. z § 6 pkt. 5 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002r w sprawie opłat za czynności adwokackie oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu (Dz. U. nr 163, poz. 1348 ze zm.).

***/-/ B. Wysocki /-/ M. Mazurkiewicz-Talaga /-/ J. Futro***