

Sygn. akt I ACa 590/14

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 23 grudnia 2014 r.

Sąd Apelacyjny w Poznaniu, I Wydział Cywilny w składzie:

| | |
|-----------------|--|
| Przewodniczący: | SSA Krzysztof Józefowicz |
| Sędziowie: | SSA Roman Stachowiak /spr./ SSA Piotr Górecki |
| Protokolant: | st.sekr.sądowy Agnieszka Paulus |

po rozpoznaniu w dniu 23 grudnia 2014 r. w Poznaniu

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) **Spółki Akcyjnej w K.**

przeciwko (...) **spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w P.**

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego w Poznaniu

z dnia 12 marca 2014 r., sygn. akt IX GC 656/13

I. zmienia zaskarżony wyrok w punkcie I w ten sposób, że zasądzoną od pozwanej na rzecz powódki kwotę obniża do 298.270,57 (dwieście dziewięćdziesiąt osiem tysięcy dwieście siedemdziesiąt złotych i 57/100) złotych z ustawowymi odsetkami od 2 maja 2013 r. do dnia zapłaty, oddalając powództwo w zakresie objętym tym punktem w pozostałej części;

II. w pozostałej części oddala apelację;

III. zasądza od pozwanej na rzecz powódki 5.400 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w postępowaniu apelacyjnym.

SSA Piotr Górecki SSA Krzysztof Józefowicz SSA Roman Stachowiak

IACa 590/14

UZASADNIENIE

Zaskarżonym wyrokiem Sąd Okręgowy w Poznaniu, uwzględniając powództwo w przeważającej części, zasądził od pozwanego (...) Sp. z o.o. w P. na rzecz powodowej spółki kwotę 316.645,25 zł z ustawowymi odsetkami od 2.05.13r. oraz 23.050 zł tytułem zwrotu kosztów procesu. Rozstrzygnięcie to Sąd Okręgowy oparł na następujących ustaleniach i wnioskach.

Obie strony prowadzą działalność gospodarczą. Przedmiotem działalności powódki jest między innymi produkcja i sprzedaż wyrobów odzieżowych, natomiast pozwany zajmuje się działalnością handlową. W dniu (...) strony zawarły umowę o współpracy handlowej, regulującą w sposób ramowy umowę dostawy towarów i świadczenia usług. W umowie tej ustalono między innymi, że pozwany jest uprawniony do dokonywania potrąceń wszelkich wierzytelności powoda wobec pozwanego z wierzytelnościami pozwanego wobec powoda. W ramach współpracy powód sprzedawał pozwanemu odzież. Konkretnie zapisy dotyczące warunków świadczenia usług marketingowych były określane w zawieranych na okres roku umowach – ustaleniach rocznych.

W ustaleniach rocznych z (...) strony określiły dodatkowy bonus progowy za osiągnięcie przez pozwanego odpowiedniego poziomu obrotów w roku bieżącym z progiem wynoszącym 0,5 %. Zastrzeżono, że łączne wynagrodzenie za zlecone usługi marketingowe wyniesie minimum 11 %. Powód zlecił również wykonanie usługi konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku w każdym miejscu, w którym powstanie nowa hala (...)i to za 18.000 zł za konsultację dotyczącą jednej hali. Powód zlecił wreszcie wykonanie usługi polegającej na umieszczeniu jego nazwy w urodzinowej karcie okolicznościowej - za 15.000 zł.

W ustaleniach rocznych na 2012r. zawarto ustalenia podobne jak na (...)z tą zmianą, że ustalono inne progi przy określeniu bonusu progowego, a ponadto powód zobowiązał się udzielić pozwanemu rabatu w wysokości 20% od ustalonej ceny sprzedaży za trzy produkty na warunkach odrębnie uzgodnionych .

Usługi marketingowe sprowadzały się do przedstawiania towarów w gazetkach wydawanych przez pozwanego. Pozwany wydawał tzw. gazetki promocyjne z logo (...), w których umieszczane były produkty powoda, a także umieścił logo używane przez powoda w wydawanych przez siebie okolicznościowych kartkach urodzinowych.

Powód nie miał realnej możliwości negocjacji umów zawieranych z pozwanym. Pozwany wskazywał rodzaj i wysokość opłat, jakie powinien uiszczać powód, a jeśli powód chciałby zrezygnować z rabatów i usług dodatkowych, nie doszłoby do zawarcia umowy, ponieważ warunkiem współpracy z pozwanym było uiszczenie opłat wskazanych w umowach – ustalenia roczne.

Za sprzedany towar powód wystawił na rzecz pozwanego szereg faktur VAT, natomiast pozwany wystawił powodowi faktury VAT z tytułu usług marketingowych, konsultacji handlowej oraz usługi umieszczenia nazwy dostawcy w urodzinowej karcie okolicznościowej.

Wzajemne rozliczenia stron były dokonywane w ten sposób, że pozwany potrącał należności, jakie miał wobec powoda z tytułu ceny zakupu towaru, ze swoimi wierzytelnościami za usługi objęte wystawionymi przez siebie fakturami.

Przytoczonych ustaleń Sąd Okręgowy dokonał na podstawie złożonych do akt sprawy dokumentów oraz zeznań świadków. W szczególności za wiarygodne i przydatne do rozstrzygnięcia sprawy Sąd Okręgowy uznał zeznania świadków K. R., A. M. i A. O., a także – w ograniczonym zakresie P. Ż..

Sąd Okręgowy oddalił wniosek powoda o przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego z zakresu rachunkowości na okoliczność dokonania przez powoda zapłaty faktur pozwanego, gdyż dowód ten był zbędny dla rozstrzygnięcia sprawy.

Mając powyższe ustalenia na uwadze Sąd Okręgowy uznał powództwo za uzasadnione w przeważającym zakresie i znajdujące uzasadnienie w przepisie art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z 16.04.1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Celem regulacji art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest według Sądu Okręgowego przeciwdziałanie praktykom sieci handlowych, polegającym na uzależnieniu przyjęcia do sklepu towaru danego dostawcy od wniesienia przez niego opłat za przyjęcie towaru do sklepu, nie mających charakteru marży handlowej, których skutkiem jest zakłócenie uczciwej konkurencji między dostawcami towarów do tych sieci. Ustawodawca nie zdefiniował „opłat za przyjęcie towaru do sieci”, wskazując, że nie obejmują one marży handlowej, rozumianej jako różnica, między ceną płaconą przez kupującego a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę, wynikającą z kosztów i zysku przedsiębiorcy. Do tego rodzaju opłat zaliczyć można np. opłaty za zawarcie umowy z siecią, tj. za samo wejście nowego dostawcy do danej sieci, opłaty za reklamę i promocję towarów (tzw. opłaty reklamowe), opłaty za umieszczenie na półce i odpowiednie wyeksponowanie określonej ilości towaru (tzw. opłata półkowa), opłaty za wprowadzenie towarów do sieci informatycznej.

Dla oceny, czy świadczenia pieniężne uiszczane przez dostawcę mają charakter niedozwolonych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., nie mają decydującego znaczenia zarówno forma zastrzeżenia tego rodzaju świadczeń, jak i użyte dla ich określenia nazewnictwo.

Należy zwrócić uwagę, 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 obciąża kupującego (art. 535 k.c., art. 605 k.c.). 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.

W świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. zakazane są jedynie takie opłaty, gdzie świadczenie po stronie nabywcy polega wyłącznie na zawarciu umowy z danym dostawcą, a więc nie nakłada na ten podmiot żadnych obowiązków polegających na działaniu, na przykład w postaci dostarczania określonej wiedzy czy wykonywania innych świadczeń, których efekty mają pozytywne oddziaływanie również na sferę ekonomiczną dostawcy (K. Szczepanowska – Kozłowska, glosa do orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 26 stycznia 2006 roku II CK 378/05, Glosa 2007/2/105). Należy jednak wyraźnie zaznaczyć, że świadczenia te muszą mieć rzeczywisty charakter świadczeń wzajemnych (ekwiwalentnych), co oznacza, że dostawca poprzez zapłatę ceny zyskuje wymierną dla niego korzyść od odbiorcy towarów, inną niż zapłata za towar i odpowiadającą wartości zapłaconej ceny.

Okolicznością bezsporną w toku procesu była zarówno wysokość kwot naliczanych przez pozwanego z tytułu świadczenia usług marketingowych, usług konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku oraz usługi umieszczenia nazwy dostawcy w urodzinowej karcie okolicznościowej, wykazane fakturami dołączonymi do pozwu oraz to, że pozwany kupował od powoda określone towary. Pozwany nie kwestionował także sposobu wzajemnych rozliczeń stron, które zostały udokumentowane poprzez przedłożenie przez powoda potwierdzeń dokonania operacji oraz specyfikacji przelewów i kompensat.

Pozwany w odpowiedzi na pozew wskazał, że nie utrudniał dostępu do rynku powodowi, albowiem powód jest dostawcą artykułów odzieżowych i obuwniczych, a pozwany zajmuje się sprzedażą hurtową i detaliczną towarów z branży spożywczej i przemysłowej oraz dystrybucją towarów dostarczanych jej przez dostawców. Okoliczność ta nie miała znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy, ponieważ wskazanie w przepisie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jako formy utrudniania dostępu do rynku pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży ma ten skutek, że nie jest konieczne dodatkowo wykazywanie, że nastąpiło w jego wyniku utrudnienie dostępu do rynku. Sam ustawodawca przesądził bowiem, że tego rodzaju, stypizowane ("nazwane") ustawowo zachowanie staje się czynem niedozwolonej konkurencji, a więc, że utrudnia ono dostęp do rynku (wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 03 lipca 2013 roku I ACa 505/13). Oznacza to, że pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, bez konieczności dowodzenia, że zachowanie pozwanego skutkowało utrudnieniem dostępu do rynku powodowi.

Pozwany podniósł, że umowy były zawsze negocjowane pomiędzy stronami, a zobowiązania w nich wyrażone były wypadkową tychże negocjacji.

Należy przyjąć, że nie jest zakazane w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk, z uwagi na swobodę zawierania umów, kształtowanie stosunków między stronami, w których oprócz świadczeń typowych dla umowy sprzedaży strony będą zobowiązane do świadczeń dodatkowych. Nie można zabronić również sklepom wielkopowierzchniowym dostarczania dostawcom innych świadczeń niż tylko odbiór towarów i zapłata ceny.

W rozpoznawanej sprawie i w ustalonym w postępowaniu stanie faktycznym zawierane z powodem umowy, były standardowymi umowami zawieranymi przez pozwanego ze swoimi kontrahentami. Zostały sporządzone na przygotowanych przez pozwanego wzorach umów tego rodzaju. Strony nie powołały się na żadne okoliczności wskazujące na to, że powód mógł sprzedawać pozwanemu towarów bez wyrażenia zgody na pobieranie opłat za wymienione usługi. Współpraca stron była uzależniona od zawarcia umów o współpracy handlowej wraz z ustaleniami rocznymi. W tym zakresie zwrócić należy uwagę na zeznania świadka A. O.. Świadek wprawdzie zeznała, że powód mógł zaproponować swoje warunki lub nie zgodzić się na warunki zaproponowane przez pozwanego. Jednocześnie jednak świadek przyznała, że nie przypomina sobie, by pozwany zaakceptował i przystał na propozycje powoda dotyczące obniżenia stawki. Z kolei dyrektor działu hurtu powoda K. R. wskazywał, że powód próbował obniżyć koszty opłat, ale pozwany nie akceptował tych propozycji, podobnie jak propozycji zawarcia umowy bez warunku dotyczącego uiszczenia opłat. Powyższe w ocenie Sądu w sposób jednoznaczny wskazuje na pozorność prowadzonych negocjacji i brak możliwości dalszej współpracy stron bez obowiązku uiszczenia opłat. Pozwany nie wykazał, że istniała możliwość współpracy stron, bez uiszczenia opłat, w szczególności, że przedstawiał taką propozycję powodowi, że informował go, iż uiszczenie opłat ma charakter dobrowolny. Pozwany nie wykazał także, że w spornym okresie inni dostawcy pozwanego z tej samej branży dostarczali towar, bez konieczności uiszczenia dodatkowych opłat.

W ocenie Sądu Okręgowego żadna z zawartych przez strony umów o współpracy i ustaleń rocznych nie wykazywała zgodności z zasadami uczciwej konkurencji. Były one bowiem w rzeczywistości umowami o świadczenie opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży.

Pozwany wskazał, że wykonywał na rzecz powoda usługę konsultacji handlowej, umieścił na karcie okolicznościowej logo używane przez powoda, a także świadczył usługi marketingowe w postaci wydawania gazetek promocyjnych, w których znajdowały się produkty powoda.

Należy podkreślić, że z chwilą wykonania przez powoda umów sprzedaży, własność rzeczy sprzedanych przeszła na pozwanego, co oznacza, że eksponując towar na półkach, umieszczając znak towarowy powoda na karcie okolicznościowej czy reklamując go w gazetkach w rzeczywistości promował on własny towar, zmierzając do zwielokrotnienia jego sprzedaży. Koszty reklamy powinny być zatem składnikiem marży handlowej, zawartej w cenie sprzedaży towarów klientom sieci. Bez znaczenia jest dla oceny takiego procederu okoliczność, że sieci, obniżając w ten sposób swoje koszty mogą oferować końcowym nabywcom konkurencyjne, atrakcyjne ceny detaliczne (zob. T. Dyś, „Nieuczciwa konkurencja: opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży”, Monitor Prawniczy, nr 14 z 2003). Analiza spornych gazetek nie pozwala na przyjęcie, że wydawane one były stricte w celu propagowania towarów powoda bądź jego firmy. Przeciwnie, reklamowały one przede wszystkim markę pozwanego. Na produktach zamieszczonych w gazetce nie zostało oznaczone logo powoda, natomiast widoczne było logo (...).

Nadto, pozwany nie wykazał, że w zamian za pobierane opłaty świadczył na rzecz powoda ekwiwalentne usługi. Brak jakiegokolwiek dowodu na to, że pobrane opłaty były przeznaczone na wykonanie konkretnej usługi. Zważyć należy, że ciężar dowodu w tej kwestii spoczywa na pobierającym opłaty, który w ocenie Sądu musi nie tylko wykazać, w jaki sposób została „zagospodarowana” poszczególna opłata, jakie usługi promocyjne zostały za nią wykonane, ale co niezwykle istotne, że wysokość opłat pozostaje w związku z kosztami działań promocyjnych.

Wbrew twierdzeniu pozwanego, bez znaczenia w zakresie wydawania gazetek pozostaje kwestia ich wpływu na wzrost sprzedaży towarów dostarczanych przez powoda. Wzrost sprzedaży skutkował bowiem wzrostem zysku pozwanego

z marży zawartej w cenie sprzedawanego towaru. Trudno w takiej sytuacji znaleźć racjonalne uzasadnienie dla obciążania wyłącznie pozwanego kosztami promocji, w następstwie której, jak twierdzi pozwany wzrasta sprzedaż, a więc promocji przynoszącej obopólne korzyści.

Pozwany również w żaden sposób nie wykazał, że świadczył na rzecz powoda usługę konsultacji handlowej. Zgodnie z art. 6 k.c. ciężar udowodnienia faktu spoczywa na osobie, która z faktu tego wywodzi skutki prawne. Pozwany pomimo ciężącego na nim obowiązku, nie wykazał, że świadczył na rzecz powoda wymienione usługi i że a cena pobierana za nie była ekwiwalentna do uzyskanych przez powoda korzyści. Pracownicy pozwanego A. O. i A. M. wskazywali wprawdzie, że usługa taka była wykonywana, ale jednocześnie nie potrafili skonkretyzować, na czym ona polegała, a co najważniejsze zarówno pracownicy powoda, jak i pozwanego wskazywali, że efekty tych konsultacji nie były przedstawiane powodowi na piśmie. Brak pisemnych rezultatów konsultacji i przekazania ich powodowi sugeruje, że jeżeli miały one w istocie miejsce, to nie były one dokonywane w interesie powoda i wyłączenie dla celów prowadzonej przez pozwanego działalności handlowej.

W zakresie związanym z wydaniem gazetek promocyjnych zwrócić należy uwagę, że opłata pobierana przez pozwanego z tego tytułu była niezwiązana bezpośrednio z kosztami wydawania takich gazetek. Strona pozwana żadną miarą nie wykazała, jaki był dokładny koszt poszczególnych gazetek, w których ukazywały się reklamy produktów dostarczanych przez powoda, a w konsekwencji jaki był koszt umieszczenia pojedynczej reklamy powoda. W poszczególnych gazetkach umieszczane są bowiem reklamy wielu produktów, przy czym różnią się one od siebie wielkością. Pozwany ustalał wysokość opłat w sposób całkowicie niezależny od tego kryterium, dążąc w zasadzie do uzyskania kwot, które łącznie stanowiłyby założony poziom budżetu przeznaczanego na wydawanie gazetek promocyjnych.

Podobnie w przypadku opłaty pobieranej przez pozwanego za umieszczenie logo powoda w tzw. „(...)” należy przyjąć, że usługa ta nie promowała w rzeczywistości marki powoda, lecz markę sklepu wielkopowierzchniowego – pozwanego. W tzw. „urodzinowej karcie okolicznościowej” została umieszczona duża nazwa pozwanego, natomiast logo powoda zostało przedstawione jako znak mniejszej wielkości i pośród wielu nazw innych dostawców. Oznaczenie powoda było w ten sposób znacznie mniej zauważalne aniżeli logo pozwanego. Takie działania zogniskowane były w istocie na wzrost obrotów sklepu pozwanego, a nie rzekomego usługobiorcy – powoda.

Zdaniem Sądu Okręgowego pozwany nie wykazał, aby pobierane przez niego opłaty związane były z faktycznie podejmowanymi działaniami w interesie powoda lub aby wartość tych opłat była ekwiwalentna do kosztów podejmowanych działań.

Roszczenie o zwrot bezpodstawnie uzyskanych przez pozwanego korzyści znajduje natomiast uzasadnienie w przepisie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz w art. 405 k.c.

Orzekając o odsetkach ustawowych od zasadzonej sumy pieniężnej, Sąd Okręgowy uznał, że pozwany słusznie podniósł, że roszczenie powoda ma charakter zobowiązania terminowego, które stosownie do treści art. 455 k.c. powinno zostać spełnione niezwłocznie po wezwaniu dłużnika do wykonania. Powód wezwał pozwanego do zapłaty pismem z dnia 23.04.2013r. z terminem do 30.04. 2013r, a zatem odsetki od zasądzonej kwoty powinny być według Sądu Okręgowego określone od 2.05.2013r.

Wyrok Sądu Okręgowego apelacją zaskarżył pozwany. Pozwany zarzucił:

1. obrazę prawa procesowego tj. art. 328 § 2 k.p.c. poprzez brak ustaleń faktycznych i rozważań prawnych co do tego, że powódka podniosła cenę sprzedaży każdego towaru zbywanego pozwanej o wartość wynagrodzenia za usługi i wartość bonusów, tj. wkalkulowała te wartości w cenę, a po tej wyższej cenie pozwana nabywała od powódki towary przez cały okres współpracy,

2. obrazę prawa materialnego:

a) art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (uznk) poprzez zastosowanie w sytuacji, gdy powódka podniosła cenę sprzedaży każdego towaru zbywanego pozwanej o wartość wynagrodzenia za usług i wartość bonusów, tj. wkalkulowała te wartości w cenę, a po tej wyższej cenie pozwana nabywała od powódki towary przez cały okres współpracy, choć okoliczności te wynikały z pominiętych dowodów w postaci zeznań świadków' A. M., A. O. i P. Ż., a także korespondencji handlowce] stron, a więc wynagrodzenie za usługi i wartość bonusów stanowiły element kosztu pozwanej związanego z nabyciem towarów od powódki i tym samym wynagrodzenie za usługi i bonusy nie stanowiły opłaty innej niż marża handlowa w rozumieniu tego przepisu ustawy,

b) art. 2 i art. 3 ust. 1 pkt 6 ustawy o cenach z 5 lipca 2001 r. (Dz. U. z 2001 r., Nr 97, poz. 1050; dalej u.c.) poprzez niezastosowanie w sytuacji, gdy powódka podniosła cenę sprzedaży każdego towaru zbywanego pozwanej o wartość wynagrodzenia za usługi i wartość bonusów, tj. wkalkulowała to wynagrodzenie w cenę, a po tej wyższej cenie pozwana nabywała od powódki towary przez cały okres współpracy, a więc gdy koszt usługi wliczony został w cenę obowiązującą powódkę i pozwaną i tym samym stanowił koszt pozwanej nabycia towarów powoda,

c) art. 18 ust. 1 pkt 5 uzkn w zw. z art. 405 k.c. poprzez:

- nierozważenie na jego gruncie materiału sprawy, zgodnie z którym powódka podniosła cenę sprzedaży każdego towaru zbywanego pozwanej o wartość wynagrodzenia za usługę oraz wartość bonusów, tj. wkalkulowała to wynagrodzenie w cenę, a po tej wyższej cenie pozwana nabywała od powódki towary przez cały okres współpracy, a więc gdy w tych okolicznościach nie doszło do naruszenia lub zagrożenia interesu powódki, który wyrażał się w uzyskaniu ceny za sprzedany towar w niższej kwocie i nieponiesieniu ujemnego interesu w sytuacji, gdy ostatecznie cena była podwyższona i zawierała już w sobie wynagrodzenie za usługę marketingową oraz do uzyskania przez pozwaną kosztem majątku powódki korzyści, a w konsekwencji zastosowanie tego przepisu ustawy,

Wskazując na powyższe zarzuty, pozwany domagał się uchylecia zaskarżonego wyroku w części uwzględniającej powództwo i przekazania sprawy Sądowi Okręgowemu do ponownego rozpoznania ewentualnie o zmianę wyroku w tej części i oddalenie powództwa.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje :

Apelacja pozwanego w większej części nie zasługuje na uwzględnienie. Pozwany w apelacji podniósł cztery zarzuty, które w istocie sprowadzają się do sformułowania przez pozwanego tezy, że zaskarżony wyrok, uwzględniający powództwo o zapłatę z tytułu nienależnie pobranych przez pozwanego świadczeń, jest niesłuszny, albowiem powódka podniosła cenę sprzedaży każdego towaru zbywanego pozwanemu o wartość wynagrodzenia za usługi i wartość bonusów, czyli że wartości te wkalkulowała w cenę i że pozwana po takiej cenie nabywała od powódki towary przez cały okres współpracy. Ze stwierdzeniem takim nie sposób zgodzić się. Należy bowiem podnieść, że co innego jest ustalenie ceny towaru, a co innego ustalenie wartości różnych usług i pobieranie za nie świadczeń. Taka właśnie sytuacja miała miejsce we współpracy stron. Pozwany pobierał od powódki w formie potrąceń różnego rodzaju opłaty, które wykraczały poza dopuszczalną marżę handlową, tym samym pobieranie ich wyczerpywało znamiona czynu nieuczciwej konkurencji w ramach art. 15 ust.1 pkt 4 ustawy z 16.04.1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a w konsekwencji uprawniało powoda do żądania od pozwanego zwrotu uiszczonych opłat na podstawie art. 18 ust.1 pkt 5 cytowanej ustawy w związku z art. 405 k.c. W tym zakresie Sąd Apelacyjny poza ustaleniami dotyczącymi bonusów aprobuje ustalenia dokonane przez Sąd Okręgowy, wyciągnięte na podstawie tych ustaleń wnioski oraz ocenę dowodów, w tym w szczególności z zeznań świadków, na takie ustalenia wskazujące, a także szeroko przeprowadzone przez Sąd Okręgowy rozważania dotyczące oceny prawnej. Ustalenia te, wyciągnięte na ich podstawie wnioski oraz ocenę dowodów i ocenę prawną Sąd Apelacyjny uznaje za własną.

Wbrew stanowisku apelującego podstawa do odmiennych ustaleń nie wynika z zeznań świadków A. M., A. O. i P. Ż., a także z konsultacji handlowej stron. Z żadnego ze wskazanych przez pozwanego dowodów nie wynika, aby powódka uwzględniając opłaty, które miała pobierać pozwana z tytułu innego rodzaju usług, wartość tych usług i pobierane z ich tytułu opłaty wkalkulowała w cenę. Świadek A. O., zatrudniona u pozwanego jako kupiec, zeznała,

że powód nie proponował rezygnacji z usług, ale proponował zmianę stawek lub kwot za usługi pozwanego oraz że nie przypomina sobie, aby pozwany propozycję tą zaakceptował. W swoich dalszych zeznaniach świadek A. O. opisuje sposób wykonywania usług przez pozwanego, co nie prowadzi do wniosku, że powód wartość usług i pobieranych z ich tytułu opłat wkalkulował w cenę. Z zeznań świadka K. R. wynika, że strona powodowa próbowała negocjować usługi wprowadzone do ceny przez pozwanego oraz obniżyć ich koszt, ale druga strona nie miała takiej woli. Również nie odniosła skutku – w świetle zeznań tego świadka – próba całkowitej rezygnacji z usług marketingowych. Według dalszych zeznań tego świadka (k.710) nie było możliwości, aby w cenę towaru sprzedawanego pozwanemu wliczane były bonusy i inne opłaty za usługi pozwanego, albowiem procedura obowiązująca w przemyśle odzieżowym pozwalała na kształtowanie cen tylko i wyłącznie na podstawie kosztów materiałowych, kosztów wytworzenia i marży. Według zeznań tego świadka nie ma możliwości wkalkulowania w cenę towaru kosztów handlowych. Również z zeznań świadka P. Ż. (k.721), zatrudnionego u powoda na stanowisku dyrektora, nie wynika, aby powód w cenę towaru sprzedawanego pozwanemu wkalkulował opłaty za usługi pozwanego. Według zeznań tego świadka żadne usługi nie były ustalane z pozwanym i pozwany nie miał o nich wiedzy poza tym, że ma być wydawana gazetka. Według dalszych zeznań tego świadka „opłaty te łącznie z bonusami były wkalkulowane w cenę towaru”, jednakże poprzedzający fragment zeznań tego świadka wskazuje na to, że wspomniana kalkulacja dotyczyła wyłącznie bonusów, a nie usług pozwanego, np. usług marketingowych.

Zarzucając naruszenie przepisów art. 328 § 2 k.p.c., art. 15 ust.1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, art. 2 i 3 ust.1 pkt 6 ustawy z 5.07.2001r.o ocenach oraz art. 18 ust.1 pkt 5 o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, pozwany opiera te zarzuty na tezie, że powód opłaty z tytułu poniesionych (potrąconych) przez pozwanego opłat wkalkulował w cenę towaru. Twierdzenie to nie znajduje uzasadnienia w dowodach wskazanych w apelacji przez pozwanego, natomiast ustalenia Sądu Okręgowego, oparte na wskazanych przez Sąd ten dowodach, wskazują, że ceny za proponowane przez pozwanego usługi nie były ekwiwalentne do uzyskanych przez powoda korzyści, w każdym razie ekwiwalentności takiej pozwany nie wykazał. Sam ustawodawca przy tym przesądził, że pobieranie innych niż marża handlowa opłat jest równoznaczne z utrudnianiem innym przedsiębiorcom dostępu do rynku i że tym samym działanie takie wyczerpuje znamiona czynu nieuczciwej konkurencji (art.15 ust.1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji). Pozwany domniemania wynikającego z tego przepisu, a dotyczącego utrudniania dostępu do rynku innym przedsiębiorcom, nie obalił.

Z przyczyn powyższych w przeważającym zakresie brak podstaw do uwzględnienia apelacji pozwanego.

Apelacja pozwanego zasługuje na uwzględnienie jedynie w nieznacznym zakresie dotyczącym należności z tytułu udzielonych bonusów. Z dokonanych ustaleń wynika, że podlegająca zwrotowi kwota obejmuje również bonusy. Wartość tych bonusów wynosi łącznie 18.374,68 zł (faktura VAT nr (...) na kwotę 578,59zł, faktura VAT nr (...) na kwotę 11.051,47 zł, faktura VAT nr (...) na kwotę 5.418,97 zł i faktura VAT nr (...) na kwotę 1.325,15 zł). Bonusy te trudno jednak uznać jako opłaty inne niż marża handlowa, gdyż w istocie jest to rabat (obniżenie ceny) udzielony przez powoda z tytułu osiągnięcia określonego pułapu wartości (p.m.in. wyrok Sądu Najwyższego z 6.06.2014r. III CSK 228/13). O wartość tych bonusów należało zatem umniejszyć zasądzoną od pozwanego na rzecz powoda należność.

Z przyczyn powyższych i na podstawie art. 386 § 1 k.p.c. i art. 385 k.p.c. oraz w zakresie kosztów na podstawie art.98 §1 k.p.c. i art.100 k.p.c. w związku z art. 391 § 1 k.p.c. i § § 6 i 13 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28.09.2002 r. w sprawie opłat za czynności adwokackie oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu Sąd Apelacyjny orzekł jak w sentencji. Ze względu na to, że strona powodowa uległa jedynie w nieznacznym zakresie swojego żądania, Sąd Apelacyjny nie uznał za stosowne odpowiednią zmianę wyroku Sądu Okręgowego w zakresie kosztów, jak również zasądził od pozwanego na rzecz powoda koszty zastępstwa procesowego w całości (art.100 k.p.c. i art. 100 k.c. w związku z art.391 § 1 k.p.c.)

SSA Piotr Górecki SSA Krzysztof Józefowicz SSA Roman Stachowiak