

*Sygn. akt I A Ca 430/15*

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 27 listopada 2015 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący: SSA Małgorzata Rybicka – Pakuła

Sędziowie: SA Katarzyna Polańska – Farion

SO (del.) Emilia Szczurowska (spr.)

Protokolant: referent – stażysta Joanna Mikulska

po rozpoznaniu w dniu 27 listopada 2015 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W.

przeciwko (...) spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W.

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 26 listopada 2014 r., sygn. akt XVI GC 1921/13

**1. oddala apelację;**

**2. zasądza od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. kwotę 5400 (pięć tysięcy czterysta) złotych tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym.**

*Sygn. akt I A Ca 430/15*

## UZASADNIENIE

Pozwem z 17 lipca 2013 r. (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. wniosła o zasądzenie od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. kwoty 244696,15 zł z ustawowymi odsetkami od tejże kwoty od dnia 29 lipca 2010 r. do dnia zapłaty tytułem zwrotu bezpodstawnych korzyści, uzyskanych z czynu nieuczciwej konkurencji, polegającego na pobieraniu przez pozwaną spółkę innych, niż marża handlowa opłat za przyjęcie do sprzedaży towarów oferowanych przez powódkę. Powódka podała w pozwie, że warunki świadczenia usług, w tym usług reklamowych, informacji marketingowej, opracowania koncepcji dostosowania asortymentu do wymagań rynku i konsultacji handlowych, jak również pobierania premii pieniężnych od obrotów, zostały narzucone przez pozwaną a odmowa ich przyjęcia uniemożliwiła nawiązanie współpracy pomiędzy stronami. Wobec powyższego podniesiono, że działania strony pozwanej utrudniały powódcę dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji a jako podstawę prawną roszczenia wskazano art. 18 ust. 1 pkt 5 tejże ustawy. Powódka wniosła o obciążenie pozwanej spółki kosztami procesu.

Pozwana spółka wносиła o oddalenie powództwa, w pierwszej kolejności podnosząc zarzut przedawnienia roszczenia. Z kolei, przyznając fakty, dotyczące naliczania wynagrodzenia za wskazane usługi i pobierania premii pieniężnych, podniosła, że ich świadczenie zostało uzgodnione przez obie strony i nie utrudniało dostawcy dostępu do rynku a co więcej, było korzystne nie tylko dla strony pozwanej, ale też dla dostawcy. Jednocześnie pozwana zaprzeczała, aby łączące strony umowy były pozorne, jak też by ich wykonanie stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji. Twierdziła, że premie roczne stanowiły rodzaj upustu cenowego, oddawały bowiem wielkość obrotów, od których były uzależnione a usługi reklamowe, informacji marketingowej, opracowania koncepcji dostosowania asortymentu do wymagań rynku i konsultacji handlowych zostały wykonane, stąd też zasadna jest wypłata wynagrodzenia z ich tytułu. Wreszcie pozwana podkreśliła także i to, że powódka w toku wieloletniej współpracy nie kwestionowała wykonania usług oraz sposobu naliczania wynagrodzenia z ich tytułu.

Wyrokiem z dnia 26 listopada 2014 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zasądził od pozwanej na rzecz powódki kwotę 238323,60 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 17 lipca 2013 r. do dnia zapłaty i kwotę 7217 zł tytułem zwrotu kosztów procesu a w pozostałym zakresie powództwo oddalił, nakazując przy tym – stosownie do wyniku procesu – pobrać od pozwanej spółki na rzecz Skarbu Państwa kwotę 12235 zł tytułem opłaty sądowej od pozwu, od uiszczenia której powódka została zwolniona.

W oparciu o zebrany w sprawie materiał dowodowy, Sąd Okręgowy ustalił, że strony realizowały stałą współpracę na podstawie umowy handlowej z 25 stycznia 2007 r., zgodnie z którą pozwana nabywała zabawki dla dzieci, dostarczane przez powódkę. Umowa określała usługi reklamowe, informacji marketingowej, opracowania koncepcji dostosowania asortymentu do wymagań rynku i konsultacji handlowych, jak również pobieranie przez pozwaną premii pieniężnych od obrotu przekraczającego 800000 zł w wysokości 1% wartości transakcji dokonywanych pomiędzy stronami w ustalonych okresach. Sąd Okręgowy opisał zakres wskazanych usług i ustalił, że łączne należności pozwanej za usługi określone w umowie odpowiadały kwocie należności wskazanej w żądaniu pozwu i zostały pobrane przez potrącenie wynagrodzenia pozwanej z należnościami powódki z tytułu ceny za dostawę kolejnych partii zabawek. Ponadto przyjął, że dostawca nie miał możliwości negocjowania umowy i nie miał też wpływu na zakres usług dodatkowych, czy też wysokość wynagrodzenia naliczonego przez stronę pozwaną. Z ustaleń Sądu Okręgowego wynika także to, że 26 lipca 2010 r. powódka zaważwała pozwaną spółkę do próby ugodowej o zapłatę kwoty 297.846,56 zł a odpis wniosku w tym przedmiocie został doręczony pozwanej w dniu 7 października 2010 r. Sąd Okręgowy podał przyczyny oddalenia wniosków o dopuszczenie dowodów z opinii biegłego sądowego i o zobowiązanie powódki do przedłożenia wszystkich rejestrów prowadzonych dla celów opodatkowania podatkiem VAT za okres 2007-2009 a następnie uznał, że żądanie oparte na art. 18 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 15 ust 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zasługiwało na uwzględnienie w przeważającym zakresie, ponieważ pozwana pobierała od powódki inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie zabawek do sprzedaży w swoich sklepach. W ocenie Sądu Okręgowego, strona pozwana nie wykazała, aby wykonywała na rzecz powódki usługi reklamowe, informacji marketingowej, opracowania koncepcji dostosowania asortymentu do wymagań rynku i konsultacji handlowych. Prezentowanie towarów dostarczanych przez powódkę w gazetkach stanowiło natomiast realizację interesów pozwanej, bowiem reklamowane były towary stanowiące własność strony pozwanej, nie zaś powódki, której działalność nie była w ten sposób promowana. Sąd Okręgowy, opisując zakres obowiązków pozwanej, które zostały przewidziane w umowie zaznaczył, że nie zostało wykazane, aby ich wykonanie realizowało interesy powódki. Celem strony pozwanej było bowiem zwiększenie własnych korzyści, tym bardziej, że wysokość wynagrodzenia z tytułu usług była pochodną wielkości obrotu, niezależnie od zakresu usług. Wskazując, że usługi nie były ekwiwalentne, Sąd Okręgowy uznał, że obowiązek zapłaty wynagrodzenia narzuconego przez pozwaną powstawał automatycznie i został skompensowany z należnościami za dostawę następnych partii towarów na szkodę powódki. Strona pozwana była natomiast bezpodstawnie wzbogacona w wyniku popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji, określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej powyżej ustawy. Odmienne stanowisko sąd meriti zajął w odniesieniu do premii, która w jego ocenie miała charakter rabatu potransakcyjnego, gdyż pełniła funkcję kształtującą cenę sprzedaży na podstawie jednoznacznych kryteriów, z góry określonych w umowie, stosownie do treści art. 353<sup>1</sup> k.c. Sąd Okręgowy nie znalazł także podstaw do uwzględnienia zarzutu przedawnienia roszczenia, oceniając, że wniosek o zaważanie do próby ugodowej w sposób dostateczny precyzował zarówno wysokość roszczenia powódki, jak i jego wymagalność a w konsekwencji skutkowało przerwaniem biegu przedawnienia. Przyjmując zaś w oparciu o

art. 455 k.c. jako datę wymagalności roszczenia powódki 7 października 2010 r., sąd pierwszej instancji skapitalizował odsetki za okres od tego dnia do 16 lipca 2013 r., jako dnia poprzedzającego wytoczenie powództwa i doliczył je do należności głównej, zasądzając finalnie od pozwanej kwotę 238323,60 zł. O odsetkach Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 481 § 1 k.c. a o kosztach procesu z mocy art. 98 w zw. z art. 100 k.p.c. i § 6 pkt 7 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności adwokackie i ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy udzielonej z urzędu. Nadto pobrano od pozwanej na rzecz Skarbu Państwa kwotę 12235 zł tytułem opłaty sądowej, od uiszczenia której powódka została zwolniona.

Apelację do wyroku Sądu Okręgowego wniosła pozwana, zaskarżając ten wyrok w części a mianowicie w zakresie, w jakim powództwo zostało uwzględnione co do kwoty 238323,60 zł i odsetek. Pozwana zarzuciła Sądowi Okręgowemu naruszenie art. 185 § 1 k.p.c. przez bezzasadne uznanie, że wniosek o zawezwanie do próby ugodowej odpowiadał wymaganiom określonym przez ustawodawcę, podczas gdy roszczenie zawarte w jego treści było nieskonkretyzowane oraz naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. poprzez przekroczenie zasad oceny dowodów oraz przyjęcie, że wynagrodzenie za usługi stanowiło inne niż marża opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży w sieci sklepów pozwanej. Ponadto apelacja została oparta na zarzucie naruszenia przez Sąd Okręgowy prawa materialnego tj art. 123 § 1 pkt 1 k.c. poprzez jego zastosowanie i uznanie, że bieg terminu przedawnienia roszczenia objętego pozwem został przerwany wnioskiem o zawezwanie do próby ugodowej, który nie spełniał wymagań, określonych w art. 185 § 1 k.p.c. a także art. 20 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez jego niezastosowanie mimo, iż wniosek powódki o zawezwanie do próby ugodowej nie przerwał biegu przedawnienia roszczenia, zgłoszonego w pozwie. Wreszcie zarzut apelacji dotyczył także naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 i art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zw. z art. 353<sup>1</sup> k.c. poprzez niezasadne uznanie przez Sąd Okręgowy, że wynagrodzenie za usługi stanowiło inne niż marża opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży, prowadzonej przez pozwaną a korzyści w ten sposób uzyskane były nienależne. W oparciu o tak zaprezentowane zarzuty strona pozwana wniosła o zmianę wyroku Sądu Okręgowego przez oddalenie powództwa i obciążenie powódki kosztami postępowania za obie instancje według norm przepisanych.

W odpowiedzi na apelację powódka wniosła o jej oddalenie i obciążenie pozwanej kosztami postępowania apelacyjnego.

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

Apelacja była bezzasadna. Sąd Apelacyjny nie podzielił zarzutów, na których została oparta i przyjął, że wyrok Sądu Okręgowego został oparty na trafnych ustaleniach, które nie zostały skutecznie zakwestionowane w złożonym środku odwoławczym.

Nie zasługiwały na uwzględnienie w szczególności zarzuty naruszenia przez Sąd Okręgowy przepisów prawa procesowego, na które strona pozwana powoływała się w treści apelacji a w tym w szczególności art. 233 § 1 k.p.c., skoro sąd pierwszej instancji ocenił wiarygodność i moc dowodów według własnego przekonania, na podstawie wszechstronnego rozważenia zebranego materiału i dokonując wyboru określonych środków dowodowych. Jeżeli z określonego materiału dowodowego sąd wyprowadza wnioski logicznie poprawne i zgodne z doświadczeniem życiowym, to ocena sądu nie narusza reguł swobodnej oceny dowodów i musi się ostać, choćby w równym stopniu, na podstawie tego materiału dowodowego, dawały się wysnuć wnioski odmienne. Tylko w przypadku, gdy brak jest logiki w wiązaniu wniosków z zebranymi dowodami lub, gdy wnioskowanie sądu wykracza poza schematy logiki formalnej, albo wbrew zasadom doświadczenia życiowego, nie uwzględnia jednoznacznych praktycznych związków przyczynowo - skutkowych, to przeprowadzona przez sąd ocena dowodów może być skutecznie podważona. W realiach niniejszej sprawy stwierdzić należy, iż Sąd Okręgowy starannie zebrał i szczegółowo rozważył wszystkie dowody oraz ocenił je w sposób nienaruszający swobodnej oceny dowodów, uwzględniając w ramach tejże oceny zasady logiki i wskazania doświadczenia życiowego. Nie można bowiem mówić o przekroczeniu przez sąd pierwszej instancji zasady swobodnej oceny dowodów określonej w art. 233 § 1 k.p.c. tylko z tego powodu, że wyprowadził wnioski odmienne od tych, których oczekiwała strona pozwana, skoro Sąd Okręgowy gromadząc i oceniając zebrany w sprawie materiał dowodowy nie uchybił zasadom procedury cywilnej. Przeciwnie, wbrew stanowisku apelującej, sąd ten dokonał, na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, prawidłowych ustaleń faktycznych i trafnie określił ich

konsekwencje prawne a Sąd Apelacyjny podzielił w całości ustalenia faktyczne sądu pierwszej instancji, przyjmując je za podstawę swego orzekania.

Odnosnie stanowiska skarżącej, że złożony w sprawie toczącej się przed Sądem Rejonowym dla miasta stołecznego Warszawy w Warszawie II Wydział Cywilny pod sygn. akt II Co 1745/10 wniosek o zawezwanie do próby ugodowej nie odpowiadał brzmieniu art. 185 § 1 k.p.c. bo wnioskodawca nie przytoczył dowodów na jego poparcie a z jego treści nie wynika, kiedy roszczenie to stało się wymagalne, wskazać należy, że uważna analiza jego treści przeczy takiemu stanowisku. W wyroku z 10 sierpnia 2006 r., sygn. akt V CSK 238/06 Sąd Najwyższy wskazał, że „w zawezwaniu do próby ugodowej, zgodnie z art. 185 § 1 k.p.c., należy jedynie zwięźle oznaczyć sprawę. Nie musi ono być, więc tak ściśle sprecyzowane jak pozew w świetle brzmienia art. 187 k.p.c. Wzywając do próby ugodowego załatwienia sprawy wnioskodawca nie może jednak poprzestać tylko na ogólnym, kwotowym przedstawieniu swojego żądania, w sytuacji, gdy na jego wiarygodność składają się roszczenia pochodzące z różnych stosunków prawnych, o zróżnicowanej wysokości oraz różnych terminach wymagalności. (...) takie oznaczenie żądania uniemożliwia dłużnikowi odniesienia się do niego i racjonalne podejście do ugodowego załatwienia sprawy. Zwięźle oznaczenie sprawy, o którym mowa w art. 185 § 1 k.p.c. nie zwalnia, więc wnioskodawcy od ścisłego sprecyzowania jego żądania, tak, aby było wiadomo, jakie roszczenia, w jakiej wysokości i kiedy wymagalne są objęte wnioskiem. Bez tego wymogu nie można byłoby, bowiem wiązać z zawezwaniem do próby ugodowej skutku w postaci przerwy biegu przedawnienia roszczenia, skoro z zawezwania nie wynika nawet, z jakimi roszczeniami występuje wnioskodawca”. Z treści dokumentów, przedłożonych do akt sprawy o sygn. II Co 1745/10 wynika, że wniosek o zawezwanie do próby ugodowej, złożony w dniu 26 lipca 2010 r. przez powódkę, spełniał nakreślone powyżej przez Sąd Najwyższy wymagania. W treści wniosku wymieniono umowę o współpracy, zawartą pomiędzy stronami postępowania w dniu 25 stycznia 2007 r., z dodatkowym wskazaniem, że w latach 2007-2009 pozwana wystawiła powódce faktury na łączną kwotę 297846,56 zł tytułem świadczenia usług i premii rocznej a wiarygodności zeń wynikające zostały potrącone z wiarygodnościami powódki, przysługującymi jej z tytułu ceny za sprzedane zabawki. W ocenie Sądu Apelacyjnego, tak skonstruowany wniosek o zawezwanie do próby ugodowej jednoznacznie określa jakie wiarygodności objęte próbą ugodową tj z tytułu pozornie świadczonych usług reklamowych, informacji marketingowej, opracowania koncepcji dostosowania asortymentu do wymagań rynku i konsultacji handlowych, jak również pobierania premii pieniężnych a wynikające ze skonkretyzowanej umowy oraz ich wysokość. Nie budzi wątpliwości sądu, że tak ukształtowany wniosek w pełni pozwalał przeciwnikowi na odniesienie się do jego treści i podjęcie próby zawarcia ugody. Pogląd taki jest dodatkowo o tyle uzasadniony, że w toku postępowania pojednawczego zawezwana do próby ugodowej spółka nie podnosiła, że w istocie nie wie, z jakimi roszczeniami występuje wnioskodawca a w ramach niniejszego postępowania nie wykazała, aby strony łączył jeszcze inny węzeł prawny, który przeciwnik mógłby utożsamiać z umową z 25 stycznia 2007 r. a tym samym pozostawać w nieświadomości co do zakresu zgłoszonego roszczenia. Wbrew zaś stanowisku skarżącej, art. 185 k.p.c. obowiązuje wnioskodawcę do zwięzłego oznaczenia sprawy a nie do dowodzenia, jak ma to miejsce w ramach postępowania rozpoznawczego. Wniosek ten wywołał więc skutek w postaci przerwania biegu przedawnienia co do kwoty nim objętej, stanowiącej sumę wymagalnych wiarygodności, ponieważ jednoznacznie określał jakie wiarygodności są nim objęte. Stanowiska tego nie może przekreślić pogląd strony skarżącej, że z treści wniosku o zawezwanie do próby ugodowej nie wynika, kiedy roszczenie stało się wymagalne, bowiem zobowiązanie do zwrotu nienależnego świadczenia ma charakter bezterminowy i termin spełnienia takiego świadczenia musi być wyznaczony zgodnie z art. 455 k.c. a więc niezwłocznie po wezwaniu skierowanym przez zubożonego a funkcję takiego wezwania pełnił właśnie wniosek o zawezwanie do próby ugodowej. W wyroku z 5 sierpnia 2014 r., sygn. akt I PK 20/14 (M.P.Pr. 2014/11/601-603) Sąd Najwyższy bowiem wyjaśnił, że zawezwanie do próby ugodowej, które zawiera oznaczenie przedmiotu żądania, określenie jego wysokości i tytułu, z jakiego ma wynikać, jest równoznaczne z wezwaniem do zapłaty z art. 455 k.c. W sytuacji zaś gdy wniosek o zawezwanie do próby ugodowej został złożony 26 lipca 2010 r. a najdawniej wymagalne kwoty z 9 faktur, określających wiarygodności z tytułu usług reklamowych, informacji marketingowej, opracowania koncepcji dostosowania asortymentu do wymagań rynku i konsultacji handlowych, jak również pobierania premii pieniężnych, wystawionych powódce 31 lipca 2007 r. a następnie przedstawionych (podobnie jak i następne wiarygodności) przez pozwaną do potrącenia, zostały potrącone dopiero w styczniu 2008 r., do przedawnienia roszczenia dochodzonego pozewem w tej sprawie nie doszło. Skoro przedmiotem powództwa było roszczenie deliktowe z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji a przedawnienie takiego

roszczenia reguluje art. 442<sup>(1)</sup> k.c., to wobec okoliczności, że wniosek o zawezwanie do próby ugodowej został złożony 26 lipca 2010 r., posiedzenie pojednawcze odbyło się 17 listopada 2010 r. a pozew w niniejszej sprawie został złożony 17 lipca 2013 r., przyjęc należało, że powództwo zostało wniesione przed upływem trzyletniego terminu przedawnienia roszczenia.

W zakresie pozostałych zarzutów apelacyjnych, skupiających się wokół naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 oraz art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i art. 353<sup>1</sup> k.c. w zw. z art. 233 § 1 k.p.c., podnieść należy, że w istocie rację ma skarżąca twierdząc, że umówione i faktycznie wykonane usługi dodatkowe, w szczególności realizowane przez podmiot, prowadzący rozległą działalność handlową w sieci własnych sklepów w ramach – jak określono w apelacji – „zorganizowanego, skutecznego kanału dystrybucyjnego dla zakupionych towarów”, mogłyby przynosić wymierne korzyści handlowe dostawcom i producentom towarów oferowanych w tego rodzaju placówkach handlowych oraz objętych wskazanymi działaniami reklamowymi. Takiemu stanowisku nie przeczyła także powodowa spółka spółka przyznając, że w ramach swobody kontraktowej strony mogą zastrzec spełnienie dodatkowych świadczeń w postaci określonych usług a co więcej – nie zakwestionowała ustaleń Sądu Okręgowego co do uznania przewidzianej w umowie stron premii jako rabatu posprzedażowego. Niemniej jednak, art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, wprowadzając zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży niewątpliwie ogranicza zakres swobody stron umowy, układających wiążący je stosunek prawny. Odwołanie się do art. 353<sup>1</sup> k.c., statuującego zasadę swobody umów nie może stanowić uzasadnienia dla zamieszczenia w umowie postanowień, naruszających przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Ani treść ani cel umowy nie mogą pozostawać w sprzeczności z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa oraz zasadami współżycia społecznego. Oznacza to, że swobodna wola stron w zakresie ułożenia stosunku prawnego nie jest pozostawiona wyłącznie uznaniu a doznaje ograniczeń, wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa, natury stosunku prawnego i zasad współżycia społecznego. W ocenie Sądu Apelacyjnego, nie może budzić wątpliwości, że art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie sprzeciwia się nawiązaniu relacji umownych pomiędzy dostawcą a nabywcą, z których będzie wynikał obowiązek świadczeń pieniężnych ze strony dostawcy. Niemniej jednak, obowiązek ten nie może sprowadzać się do obligowania dostawców do współfinansowania kosztów działalności gospodarczej sieci handlowej, która polega przecież na oferowaniu towarów konsumentom a nie prowadzeniu działalności reklamowej. Dowody, przeprowadzone w niniejszej sprawie w pełni uzasadniały stanowisko Sądu Okręgowego, że zgoda powódki na poniesienie opłat za dodatkowe usługi marketingowe czy reklamowe, oferowane przez stronę pozwaną była koniecznym warunkiem nawiązania współpracy, która umożliwiała stronie powodowej dostęp do istotnego rynku zbytu, oferowanych przez nią towarów. Zarówno zeznania świadka J. P., jak i J. M., wskazują nie tylko na to, że opłaty z tytułu świadczenia usług reklamowych, informacji marketingowej, opracowania koncepcji dostosowania asortymentu do wymagań rynku i konsultacji handlowych stanowiły warunek konieczny nawiązania współpracy ale także i to, że ich obniżenie, pomimo starań powódki, podejmowanych przy podpisywaniu kolejnej umowy, nie było możliwe z uwagi na kategoryczne stanowisko pozwanej. Nawiązanie i kontynuowanie współpracy oznaczało bowiem konieczność zaakceptowania opłat, nawet przy corocznie malejącym obrocie czy braku gwarancji poziomu zamówień ze strony sieci i dlatego za trafne uznać należało ustalenie sądu pierwszej instancji co do narzucenia powódce ww. usług i uzależnienia od ich świadczenia możliwości sprzedaży przez powódkę towaru, znajdującego się w jej ofercie handlowej. Ponadto, z dowodów zgromadzonych w tej sprawie nie wynika, aby usługi, uzgodnione w umowie z 25 stycznia 2007 r., łączącej strony procesu, niezależnie od stopnia ich realizacji, mogły mieć istotny i realny wpływ na zwiększenie popytu na towary powódki oraz na zwiększenie renomy tej spółki w obrocie. Teoretycznie pozwana oferowała powódce szeroki zakres usług marketingowych i reklamowych a faktycznie usługi te albo w ogóle nie były realizowane albo dotyczyły sytuacji gospodarczej pozwanej. Nade wszystko, z dowodów zebranych w tej sprawie nie wynikają żadne konkretne działania, które mogłyby wykazywać zakres, ilość, miejsce, czas oraz sposób prowadzenia działalności, określonej w umowie jako usługi (...) i 2 i usługi konsultacji handlowych. W tym zakresie pozwana spółka nie przedstawiła żadnych dowodów pozwalających na stwierdzenie, że usługi takie w istocie były świadczone i że miały jakiegokolwiek powiązanie z pozwaną spółką. Natomiast usługi informacji marketingowej (...) polegały na przekazywaniu powódce danych, dotyczących sprzedaży towarów w sklepach pozwanej a usługi reklamowe na promowaniu towarów, stanowiących faktycznie własność pozwanej i dlatego też usługi te nie miały żadnego znaczenia dla prowadzonej przez powódkę

działalności gospodarczej. Co więcej, materiał dowodowy zgromadzony w sprawie nie pozwala na ustalenie, aby pomiędzy stronami były w tym zakresie czynione konkretne ustalenia, odnoszące się do rodzaju oraz zakresu czynności pozwanej, w ramach których wskazane usługi miałyby zostać zrealizowane z korzyścią dla dostawcy, nie zaś wyłącznie w celu obniżenia ceny za kolejne dostawy, pod pretekstem prowadzenia akcji reklamowej lub promocji, której zakres nie został uzgodniony i wykazany. Brak takich ustaleń wskazuje, że za naliczone wynagrodzenie, pozwana nie spełniała na rzecz dostawcy ustalonego zakresu czynności, składających się na usługi reklamowe, marketingowe czy też usługi polegające na ocenie potrzeb klientów sklepu wielkopowierzchniowego. I co prawda w załącznikach do umowy z 25 stycznia 2007 r., załączonej do pozwu wskazano ogólne zakresy świadczeń ze strony pozwanej, niemniej jednak konkretne czynności w odniesieniu do usługi opracowania projektu koncepcji dostosowania asortymentu dostawcy do wymagań rynku (tzw (...) 1 i (...) 2) i konsultacji handlowych nie zostały wykazane ani w treści dokumentów złożonych przez pozwaną, ani treścią zeznań świadków a poziom ich ogólności był porównywalny i niewystarczający do dokonania konkretnych ustaleń związanych z zakresem wykonania umowy przez pozwaną. Z uwagi na powyższe nie można było ocenić w konkretny i spójny sposób, aby świadczenia strony pozwanej były ekwiwalentne, tym bardziej, że usługi te były wyceniane na kilka lub nawet kilkadziesiąt tysięcy złotych. Zgłoszony przez powódkę dowód z zeznań świadka J. P. wykazał, że dostawca został obciążony należnościami za usługi, które tylko ogólnie, rodzajowo zostały określone w umowach łączących strony a nigdy nie zostały skonkretyzowane. Nie zostało też udowodnione, aby poszczególne czynności, które składały się na dane usługi, były realizowane ze strony pozwanej, po której leżały wszystkie decyzje dotyczące zakresu, rodzaju, intensywności, czasu i sposobu wykonywania działań. W istocie zaś działania te związane były ze zwykłymi czynnościami organizacji własnej działalności handlowej, jej reklamy i analizy poziomu własnego zapotrzebowania na towary dostawcy we własnych sklepach, dostosowanej do spodziewanego poziomu zainteresowania swoich klientów, czyli ostatecznych odbiorców towarów dostarczanych do konkretnego marketu przez powódkę. Nie można więc było w tej sprawie przyjąć, by zostały wykazane okoliczności wykonania przez pozwaną usług na rzecz dostawcy, ani także aby zamiarem pozwanej było realizowanie ekwiwalentnych świadczeń. W ocenie Sądu Apelacyjnego, chodziło więc przede wszystkim o przerzucenie na dostawcę części kosztów organizacji i prowadzenia własnej działalności handlowej, marketingowej i reklamy swoich towarów, która była ukierunkowana na zwiększenie własnych zysków. Rzeczona działalność w sposób pośredni nastawiona była na zwiększenie zakupów od dostawcy, którego przychody nie były w ten sposób zwiększane w stopniu proporcjonalnym do realizowanych zamówień. Były bowiem ograniczane narastającymi opłatami za przyjęcie towarów przez pozwaną do sprzedaży we własnej sieci sklepów wielkopowierzchniowych. Nie zostało przy tym udowodnione twierdzenie pozwanej, jakoby dostawca miał swobodę w wyborze usług oferowanych przez pozwaną i możliwość rezygnacji z ich odpłatnego świadczenia, jak też realny wpływ na wysokość opłat, które zostały wprowadzone w umowie łączącej strony. Z zeznań świadka J. P. wynika, że opłaty były podwyższane a dostawca nie miał realnego wpływu ani na zakres usług narzucanych przez pozwaną, ani też na wysokość opłat za rzekome ich wykonywanie, zaś postulaty o ich nienakładanie skutkowałyby zakończeniem współpracy z pozwaną. Okoliczności te potwierdziła także świadek J. M., która wyjaśniła, że to po stronie pozwanej była możliwość wyboru zdjęć do gazetki promocyjnej a powódka mogła jedynie zgłosić sprzeciw co do prezentowania jej produktów w ogólności i wówczas fotografie nie zostałyby umieszczone w gazetce promocyjnej. Okoliczności, które zostały w tej sprawie udowodnione przez stronę powodową, w tym nieskonkretyzowane zapisy umów, pełna swoboda po stronie pozwanej w zakresie podejmowania wskazanych w nich czynności oraz możliwość zupełnego odstąpienia od tych obowiązków, przy braku kontroli ze strony powódki, która obciążana była opłatami w wysokości wprost zależnej od wartości zamówień dokonywanych przez pozwaną a zupełnie abstrahującej od zakresu świadczonych usług, prezentują cały szereg takich działań pozwanej, które należy uznać za typowe przejawy pozorowania usług w celu obciążenia dostawcy innymi niż marża opłatami za przyjęcie do sprzedaży we własnej sieci sklepów tych towarów, które były oferowane przez dostawcę.

W ocenie Sądu Apelacyjnego, konkretny wymiar miała wyłącznie działalność pozwanej, polegająca na przygotowywaniu analiz sprzedaży poszczególnych towarów, dostarczanych przez powódkę i przesyłaniu ich drogą mailową powódce a także wydawaniu gazetki reklamowej pozwanej, w których zaprezentowane zostały towary dostarczone przez powódkę. W zakresie usługi informacji marketingowej podnieść należy, że stanowiła ona jedynie pretekst do pobierania od strony powodowej dodatkowych opłat i nie wiązała się z żadnymi realnymi działaniami na rzecz strony powodowej a działalność pozwanej w tym zakresie mogła mieć co najwyżej charakter wewnętrzny

bo polegała na analizie potrzeb własnych klientów i pozostawała bez wpływu na sytuację ekonomiczną strony powodowej. Z zeznań przesłuchanego w toku procesu świadka wynika, że usługa ta bowiem mogła polegać co najwyżej na informowaniu drogą mailową strony powodowej o tym, jakie towary zostaną być może w przyszłości przez stronę pozwaną zamówione. Strona powodowa nigdy z jakichkolwiek takich danych nie korzystała i nie były one dla niej w jakikolwiek sposób użyteczne bo – co należy z całą stanowczością podkreślić – to, jakie towary zostały nabyte przez klientów pozwanej a tym samym, jakie towary następnie zostaną u powódki zamówione zależało tylko i wyłącznie od decyzji strony pozwanej. Odnosnie zaś prezentowania towarów dostarczonych przez powódkę w gazetkach reklamowych czy katalogach podnieść należy nade wszystko, że ze sposobu prezentacji produktu nie sposób przyjąć, aby chodziło o spółkę działającą pod podanym oznaczeniem, ponieważ na przedłożonych do akt sprawy fotografiach w istocie brak było oznaczenia firmy powódki. Nie można przy tym przeoczyć, że towar powódki został w ten sposób zaprezentowany obok konkurencyjnych towarów innych dostawców a wynikający z tej ekspozycji efekt reklamowy nie polegał na samodzielnej prezentacji towarów dostawcy działającego po stronie powodowej. Zdaniem Sądu Apelacyjnego, gazetki, na które powoływała się pozwana, stanowiły prezentację własnej oferty handlowej skarżącej. Nie były natomiast przejawem podejmowania przez pozwaną działań, mających na celu bezpośrednio reklamowanie towarów dostawcy, bowiem taka sytuacja mogłaby mieć jedynie miejsce wówczas, gdy ze zwykłymi czynnościami sprzedawcy, mającymi na celu zbycie towaru ze sklepu, pozwana wykonywałaby dodatkowe czynności stricte na rzecz powódki, o jakich była mowa powyżej, a więc promocję jej marki czy firmy a takich nie stwierdzono. To przede wszystkim w interesie pozwanej było jak najszybsze zbycie towarów, gdyż z tego tytułu osiągała ona zyski. Tymczasem pozwana nie świadczyła na rzecz powódki żadnych usług reklamowych bo dokonując analizy załączonych przez pozwaną zdjęć, zamieszczonych w gazetkach promocyjnych nie sposób uznać, iż ekspozycja produktów stanowiła ich prezentację w celu utrzymywania właściwego wizerunku dostawcy i jego towarów. Powódka nie miała możliwości domagania się od pozwanej jakiegokolwiek skonkretyzowanego świadczenia jako ekwiwalentu ponoszonych opłat, bowiem świadczenie to nie zostało sprecyzowane. Świadczyła na rzecz pozwanej a jednocześnie nie gwarantowano jej to żadnych świadczeń ze strony pozwanej, która samodzielnie decydowała o tym, czy i w jakich formach prowadzić będzie akcje marketingowe lub promocyjne i czy wykorzysta w nich produkty powódki. Co więcej, pozwana mogła naliczyć te opłaty, nawet gdyby nie przeprowadziła w danym żadnej akcji marketingowej czy reklamowej z udziałem towarów nabytych od powódki, bowiem wysokość obrotów stanowiła wyłączną podstawę naliczenia opłat. Szeroki wywód pozwanej, zawarty w apelacji, odnoszący się do podejmowanych przez nią działań, zmierzających do zbycia towarów, uprzednio nabytych od powódki, pomija najistotniejszy jego aspekt. Istotą działalności gospodarczej pozwanej jest bowiem nastawienie na zysk, co z kolei wiąże się z koniecznością podejmowania szeregu działań zmierzających do pozyskania dla siebie (a nie dla swoich dostawców) klientów, aby zachęcić ich do nabywania produktów dostępnych w jego sieci. Tym właśnie podyktowane były działania pozwanej, nastawione na przyciągnięcie klientów do jej sklepów i tym samym zwiększenie jej własnych obrotów. I nawet w przypadku ustalenia, że działania te mogły pośrednio prowadzić do zwiększenia zakupów u powódki, to brak jest podstaw do przyjęcia, aby taki był ich cel, bo celem tym było wyłącznie zwiększenie popytu na towary oferowane przez pozwaną jej docelowym klientom.

Zdaniem Sądu Apelacyjnego, rzeczywistym celem wprowadzenia do umów łączących strony ustaleń dotyczących świadczenia usług, nie było wykonywanie obowiązków zapisanych w umowie, lecz zwiększenie zysków pozwanej poprzez obciążenie dostawcy opłatami za przyjęcie jego towarów do sprzedaży. Faktyczny zamiar pozwanej potwierdza podany w umowach sposób ustalenia wynagrodzenia za pozorowane usługi, który nie był zależny od rodzaju i zakresu czynności podejmowanych przez pozwaną, lecz był powiązany z wielkością obrotów. Innymi słowy, gdyby intencją pozwanej spółki było w istocie świadczenie na rzecz powódki szeroko rozumianych usług marketingowych i reklamowych, to wynagrodzenie z ich tytułu winno było być pochodną ich zakresu a nie być powiązane z wysokością osiągniętego obrotu. Zastosowana w umowach konstrukcja była sposobem na ukrycie rzeczywistych zamiarów pozwanej oraz przyczyną niemożności rzetelnej oceny wartości wzajemnych świadczeń stron związanych z realizacją zawartych umów. Brak zapisów dotyczących zakresów obowiązków, jakie miały zostać nałożone na stronę pozwaną, jak też możliwości określenia stopnia wywiązania się przez skarżącą z przyjętych zobowiązań, wykazuje, że chodziło o dodatkowe korzyści pozwanej, wynikające z narzucenia na powódkę obowiązku ponoszenia opłat za przyjęcie towarów

do sprzedaży w sieci własnych sklepów. Takie praktyki zostały uznane za czyny nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

W konsekwencji powyższych ustaleń, Sąd Apelacyjny przyjął, że nie zostały wykazane zarzuty naruszenia przez Sąd Okręgowy przepisów prawa materialnego, na które skarżąca powoływała się w apelacji, bezpodstawnie twierdząc, że opłaty za usługi wpisane do umowy łączącej strony, nie były innymi, niż marża opłatami za przyjęcie towarów dostawcy do sprzedaży w sieci sklepów wielkopowierzchniowych pozwanej. Sąd Apelacyjny podziela natomiast pogląd strony pozwanej, wyrażony w apelacji, że powyższej przytoczone okoliczności nie przesądzają jeszcze, że w przedmiotowej sprawie pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji. Należy bowiem zaakceptować stanowisko reprezentowane w niniejszej sprawie przez pozwaną, poparte również orzecznictwem Sądu Najwyższego i Trybunału Konstytucyjnego, zgodnie z którym dla ustalenia popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji niezbędnym jest udowodnienie, że w wyniku pobrania innej, niż marża opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży doszło do utrudniania przedsiębiorcy dostępu do rynku. W ocenie Sądu Apelacyjnego, brak jest podstaw do kreowania powyższego domniemania, albowiem nie ma ono oparcia w brzmieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Ostatecznie więc znamię czynu nieuczciwej konkurencji w postaci utrudnienia dostępu do rynku jest niezależne od znamienia pobrania innej niż marża opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, przy czym dopiero łączne udowodnienie tych okoliczności pozwala stwierdzić, iż doszło do czynu nieuczciwej konkurencji zdefiniowanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Utrudnianie dostępu do rynku to nic innego, jak stawianie barier, przeszkód, które nie wynikają ani z rodzaju działalności prowadzonej przez przedsiębiorcę oferującego swoje towary lub też usługi (strona podaży), ani z uwarunkowań kształtujących zapotrzebowanie na towar albo usługi (strefa popytu), lecz są efektem nieuczciwych działań podejmowanych przez innych przedsiębiorców, które tylko przykładowo zostały wymienione w kolejnych punktach art. 15 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Działaniem takim jest pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży przez przedsiębiorcę zajmującego się jego dalszą sprzedażą, czyli pośrednika, zwłaszcza kierującego ofertą do odbiorcy finalnego. Nie regulując wysokości marży, pozostawiając jej ustalenie prawom wolnego rynku, za czyn nieuczciwej konkurencji zostało uznane działanie ograniczające przychody dostawców, które nie jest związane z marżą handlową należną przedsiębiorcy handlującemu towarem w celu jego dalszej odsprzedaży. Uzależnianie przyjęcia towaru do sprzedaży od zapłacenia przez dostawcę innych opłat niż marża handlowa, stosowana wobec nabywców, w istocie rzeczy ogranicza rentowność działalności prowadzonej przez dostawcę i może prowadzić do ograniczenia dostaw oraz produkcji. W skrajnych zaś wypadkach może nawet prowadzić do eliminacji dostawcy z rynku z przyczyn niezależnych od postaw konsumentów kształtujących popyt na dany towar. Niepożądany efekt tych działań polega na zwiększaniu zysku przedsiębiorcy pośredniczącego w handlu między finalnym nabywcą towaru a poszkodowaną dostawcą, który nie odnosi korzyści. Utrudnianie innemu przedsiębiorcy dostępu do rynku, nie musi dotyczyć blokowania możliwości wprowadzenia towarów na rynek przez innych pośredników, w szczególności przez działania opisane w pozostałych punktach art. 15 ust. 1 ww. ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W powyższym kontekście istotne znaczenie ma przede wszystkim zdefiniowanie owego rynku. W ocenie Sądu Apelacyjnego zasadne jest szerokie ujęcie powyższego pojęcia, zgodnie z którym pod pojęciem dostępu do rynku rozumie się swobodę wejścia na rynek, wyjścia z niego a także możliwość oferowania na nim swoich towarów i usług. Utrudnienie w dostępie do rynku należy więc postrzegać w kategoriach utrudnienia w prowadzeniu działalności gospodarczej (utrudnienia uczestnictwa w obrocie, tak: C. Banasiński, M. Bychowska, Utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży (art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji), PPH 2008, nr 4, s. 11). Rynek ten obejmuje także rynek ujmowany subiektywnie a więc rynek wykreowany poprzez strony transakcji (postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 19 maja 2011 r., I CSK 700/10, niepubl., D. Wolski, Wybrane zagadnienia na tle orzeczeń dotyczących opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2013, nr 2, s. 35). W orzecznictwie wskazuje się jednocześnie, iż owo utrudnienie zachodzi zwłaszcza wówczas, gdy pobór opłaty wpłynął na obniżenie konkurencyjności sprzedawanych towarów lub w sposób nieuzasadniony zwiększa zyski nabywcy kosztem obniżenia dochodów sprzedawcy (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 17 kwietnia 2015 r., I CSK 136/14). W przekonaniu Sądu Apelacyjnego, w niniejszej sprawie, w wyniku poboru opłat marketingowych doszło do utrudnienia dostępu powódce do rynku w powyższym rozumieniu, ponieważ nade wszystko sam pobór opłaty



w sposób bezpośredni utrudnia ten dostęp. W tym kontekście trzeba jeszcze przywołać zeznania przesłuchanych świadków J. P. i J. M., którzy zgodnie zeznali, że nie było możliwości zawarcia umowy w takiej postaci aby nie było w niej przewidzianych opłat. Uzależnianie przez pozwaną zawarcia umowy z powódką od zastrzeżenia opłat w ocenie Sądu Apelacyjnego samo przez się stanowi o utrudnieniu w ten sposób powódce dostępu do rynku. Konieczność ponoszenia dodatkowych kosztów, w celu zagwarantowania sobie możliwości sprzedaży towarów, stanowi rodzaj bariery finansowej, która ogranicza danemu dostawcy dostęp do rynku zarówno w sensie bezpośrednim (konkretny koszt finansowy), jak i pośrednim (utrudniona rywalizacja rynkowa z dostawcami, którzy tych dodatkowych kosztów nie ponoszą) tym bardziej, że opłaty z tytułu usług marketingowych nie wiązały się z podejmowaniem przez pozwaną faktycznych działań na rzecz powódki. Ponadto należy zaznaczyć, iż w niniejszej sprawie doszło również do utrudnienia powódce dostępu do rynku w rozumieniu zaproponowanym przez Sąd Najwyższy, tzn. w wyniku pobrania przez pozwaną opłat doszło do nieuzasadnionego zwiększenia zysków nabywcy kosztem obniżenia dochodów sprzedawcy. Bezspornym jest bowiem, iż w wyniku pobrania opłat ogólne zyski powódki z transakcji z pozwanymi były niższe. Dzięki opłatom pozwana natomiast kupowała towary, za które globalnie płaciła powódce mniej niż uzgodniono w umowie i co więcej – jak zeznała świadek J. P. – ceny tych produktów były przez pozwaną zaniżane do tego stopnia, że ich zbywanie bezpośrednio przez powódkę na rzecz podmiotów trzecich było wręcz nierealne. Obligatoryjność ponoszenia dodatkowych kosztów, mająca na celu zagwarantowanie możliwości sprzedaży towarów, stanowi rodzaj bariery finansowej, która ogranicza danemu dostawcy dostęp do rynku, zarówno w sensie bezpośrednim z uwagi na konkretne obciążenie finansowe, jak i pośrednim bo w ten sposób utrudniona jest rywalizacja rynkowa z dostawcami, którzy tych dodatkowych kosztów nie ponoszą. Pobranie zaś opłat za usługi skutkowało nieuzasadnionym zwiększeniem zysków nabywcy, kosztem obniżenia dochodów sprzedawcy, bowiem ogólne zyski powódki z transakcji z pozwaną były niższe. Tym samym, powódka wykazała, że pobór opłat zmniejszał jej zyski a pozwana nie twierdziła, że jednocześnie nie doszło do zwiększenia jej korzyści. Skoro powódka z powodu nierentowności współpracy z pozwaną zakończyła ją, to należy przyjąć, że opłaty te w rzeczywistości wypełniały znamiona czynu nieuczciwej konkurencji, wynikającego z art. 15 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. To zaś, że pozwana spółka był dla powódki znaczącym odbiorcą jej towarów, przemawia za twierdzeniem, że w istocie pozwana wyznaczała dla powódki rynek, do którego jednocześnie utrudniała jej dostęp z uwagi na pobierane opłaty. W doktrynie podkreśla się wręcz, że czyn nieuczciwej konkurencji dotyczy także takiej sytuacji, gdy relacja z odbiorcą ma kluczowe znaczenie dla dostawcy, albowiem wtedy właśnie można oceniać, czy określone działanie utrudnia dostęp do rynku (tak: W. J. Kocot, Pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży – uwagi krytyczne na tle praktyki kontraktowej i aktualnego orzecznictwa, (...) 2014, nr 10, s. 15). Podobnie nie ma znaczenia fakt, iż powódka teoretycznie mogła swoje towary zaoferować innemu odbiorcy. Trzeba bowiem w tym kontekście przywołać wyżej przytoczone subiektywne ujęcie rynku obejmujące relację odbiorca – dostawca. Rozumienie to jest elementem szerokiego ujęcia rynku. Zważywszy zaś na owe ujęcie subiektywne trzeba wskazać ponownie, że pobór opłat ograniczał dostęp do tak rozumianego rynku, albowiem dostawca nie otrzymywał rynkowej wartości swojego świadczenia.

Ostatecznie, w ocenie Sądu Apelacyjnego, powódka udowodniła, że pozwana pobierała od niej inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, przy czym ich pobór powodował, że powódka miała utrudniony dostęp do rynku, a wobec tego powódka na podstawie art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji mogła dochodzić wydania bezpodstawnie uzyskanych przez pozwaną korzyści. Istota czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy nie opiera się na sankcji nieważności umów przewidujących świadczenie przez pośrednika usług na rzecz dostawców, lecz na uznaniu takich działań za autonomiczną podstawę roszczenia przewidzianego powołanym przepisem, czyli na założeniu, że obciążenie dostawcy innymi niż marża handlowa opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży, znajdujące podstawę w ważnej umowie, samo w sobie stanowi delikt oraz podstawę do uwzględnienia powództwa o zapłatę kwoty odpowiadającej wzbogaceniu występującym po stronie jego sprawcy.

O kosztach postępowania apelacyjnego orzeczono zgodnie z art. 108 § 1 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. w zw. z art. 98 § 1 i 3 k.p.c. i dlatego też od strony pozwanej na rzecz powódki została zasądzona kwota 5.400 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego przed Sądem Apelacyjnym w stawce minimalnej z § 13 ust. 1 pkt 2 w zw. z § 6 pkt 7

rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności adwokackie oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu, stosownie do rodzaju sprawy i wartości przedmiotu zaskarżenia, która wynikała z apelacji.

Mając powyższe na uwadze, na podstawie powołanych przepisów i art. 385 k.p.c., Sąd Apelacyjny orzekł jak w sentencji.

Katarzyna Polańska – Farion Małgorzata Rybicka – Pakuła Emilia Szczurowska