

***Sygn. akt I ACa 1732/15***

## WYROK

### W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 20 października 2016 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Zbigniew Stefan Cendrowski

Sędziowie: SA Ewa Kaniok (spr.)

SO (del.) Joanna Staszewska

Protokolant: protokolant sądowy Karolina Długosz-Żółtowska

po rozpoznaniu w dniu 20 października 2016 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa T. K. i M. K.

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 13 maja 2015 r., sygn. akt XXVI GC 180/14

1. ***oddala apelację;***

2. ***zasądza od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. na rzecz T. K. i M. K. kwoty po 1680.50 zł (tysiąc sześćset osiemdziesiąt złotych pięćdziesiąt groszy) tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym.***

Ewa Kaniok Zbigniew Stefan Cendrowski Joanna Staszewska

***Sygn. akt I ACa 1732/15***

## UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 24 lutego 2014 r. T. K. i M. K. wnieśli o zasądzenie od (...) sp. z o.o. z siedzibą w P. na rzecz każdego z nich kwoty 92.703,71 zł z ustawowymi odsetkami od dnia 24 lipca 2010 r. do dnia zapłaty i kosztami procesu.

W uzasadnieniu pozwu wskazali, że strony postępowania łączyły generalne umowy o współpracy. W wykonaniu umów strona powodowa miała dostarczać i sprzedawać stronie pozwanej towary, które strona pozwana dalej sprzedawała we własnym imieniu i na własną rzecz finalnemu odbiorcy.

Pozwany za samo przyjęcie towarów powodów potrącał z jego należności kwoty objęte wymienionymi w pozwie fakturami VAT i notami, tytułem „dodatkových usług promocyjnych”, usług (...), „innych usług”, „premię pieniężną”, „scenzralizowanej płatności”, „usług marketingowych”, za dopuszczenie towarów do sprzedaży.

Powodowie dochodzili zwrotu tych należności i wywodzili, że usługi zostały jednostronnie narzucone przez pozwanego oraz miały charakter pozorny. Płatności za powyższe usługi, zostały pobrane przez pozwanego z należnych stronie powodowej płatności z tytułu ceny za sprzedaż towarów. W ocenie powodów powyższe płatności stanowiły czyny nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 i 15 ustęp 1 punkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 2003 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

(...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. wniósł o oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powodów kosztów procesu.

Pozwany podniósł, iż twierdzenia powodów są bezzasadne, a sam fakt wystawienia faktur VAT i not obciążeniowych nie stanowi dowodu, iż pozwany faktycznie potrącił w/w kwoty.

Pozwany podniósł również zarzut przedawnienia roszczenia, wywodząc, że termin płatności wierzytelności powodów z tytułu sprzedaży towarów przypadał na okres dwóch lat przed wytoczenia powództwa.

Ponadto pozwany podkreślił, iż przedawnieniu uległy, co najmniej w części kwoty wskazane w fakturach i notach obciążeniowych załączonych do pozwu dotyczące częściowo okresu sprzed 3 lat przed wniesieniem zawezwania do próby ugodowej.

Ponadto podkreślił, iż wbrew twierdzeniom powodów usługi świadczone przez pozwanego nie były fikcyjne.

Pismem procesowym z dnia 24 kwietnia 2014 r. T. K. i M. G. cofnęli powództwo co do kwoty 6.132,47 zł wraz z ustawowymi odsetkami od tej kwoty, podtrzymując powództwo w pozostałym zakresie.

**Wyrokiem z dnia 13 maja 2015 r., Sąd Okręgowy w Warszawie** w punkcie pierwszym zasądził od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. na rzecz T. K. kwotę 89.637,47 zł wraz z odsetkami ustawowymi od dnia 24 lipca 2010 r. do dnia zapłaty, w punkcie drugim zasądził od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. na rzecz M. K. kwotę 89.637,48 zł wraz z odsetkami ustawowymi od dnia 24 lipca 2010 r. do dnia zapłaty, w punkcie trzecim umorzył postępowanie w zakresie kwoty 6.132,47 zł wraz z odsetkami ustawowymi od tej kwoty. W punkcie czwartym ustalił, iż T. K. oraz M. K. wygrali sprawę w 100% i zgodnie z zasadą odpowiedzialności za wynik postępowania zasądził koszty procesu w pełnej wysokości z uwzględnieniem jednokrotnej stawki zastępstwa procesowego od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. na rzecz powodów w częściach równych.

**Sąd Okręgowy ustalił**, że w latach 2007-2010 T. K. i M. K. prowadzący działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej (...) z siedzibą w L. każdego roku podpisywali z (...) spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. umowy o współpracy. Głównym przedmiotem umów było określenie zasad nabywania i rozprowadzania w sieci sklepów pozwanej towarów T. K. i M. K., oraz warunków podejmowania działań reklamowych i marketingowych [art. 1].

Warunki umowy nie podlegały negocjacji, były jednocześnie jednostronnie określone przez (...). W ograniczonym zakresie zmianom podlegały wysokości opłat i premii, jednak przeważnie wskaźniki podlegały podwyższeniu, rzadko pozostawały na niezmiennym poziomie.

Integralną część kolejnych umów stanowiły załączniki, w tym m. in.: Ogólne Warunki (później Ogólne warunki współpracy), Umowa o świadczenie usług marketingowych, umowa o świadczenie usług logistycznych, umowa o przekazywaniu faktur i innych danych w formie elektronicznej.

T. K. i M. K. na podstawie zawieranych umów handlowych dostarczali (...) spółce z ograniczoną odpowiedzialnością siedzibą w P. wyroby szklane i ceramiczne.

Umowy handlowe zostały zawarte na formularzu używanym przez pozwanego w kontraktach z kontrahentami, a opłaty w nich wskazane nie podlegały negocjacom. Dostawca nie miał wpływu na treść umowy, w tym na treść poszczególnych jej zapisów. Tekst umowy, przedstawiony dostawcy, był uzupełniany o procentowe i kwotowe wartości

za poszczególne usługi, których zakresu ani sposobu wykonywania z dostawcą nie uzgadniano, ani w trakcie negocjacji, ani w okresie współpracy.

T. K. i M. K. zawarli w dniu 10 lipca 2007 roku z (...) sp. z o.o. z siedzibą w P. „umowę (...)”, która obowiązywała do końca grudnia 2007 roku (art. 3 ust 1 i 2 tej umowy). Przedmiotowa umowa, oprócz zapisów dotyczących czasu jej obowiązywania, terminów płatności zobowiązań(...), zawierała w treści artykułów 5, 6, 7, 8 i 9 zapisy odnośnie wspomnianych usług, takich jak premie pieniężne, usługi marketingowe, scentralizowane płatności oraz pośredniczenia w oferowaniu towarów, jak również dodatkowe usługi.

Zgodnie z art. 5 tej umowy **premia pieniężna** miała przysługiwać z tytułu zrealizowania określonego poziomu obrotów netto w ciągu roku dla (...) i jego partnerów. Wynosiła ona 6,20% obrotów netto przy obrotach wyższych od 10.000 zł.

Artykuł 6 Umowy Handlowej z 2007 stanowił, że (...)wraz z Partnerami będzie świadczyć na rzecz Sprzedawcy, **usługi marketingowe** polegające na promocji towaru lub marki Sprzedawcy przy pomocy materiałów reklamowych oraz przy użyciu innych technik handlowych, wskazanych w Załączniku nr(...) do umowy: "Ogólne Warunki". Zgodnie z art. 7 za udostępnienie sprzedawcy możliwości kierowania faktur do scentralizowanego punktu księgowego zorganizowanego przez(...) i Partnerów oraz za pośredniczenie w oferowaniu towarów sprzedawcy partnerom (...) (...) i partnerom przysługiwać będzie wynagrodzenie w wysokości 0,3% obrotów netto dokonanych przez (...) oraz poszczególnych partnerów. Artykuł 8 umowy przewidywał dodatkowe usługi, takie jak dodatkowe gazetki, testowanie nowych produktów, specjalne akcje promocyjne, jednakże nie zawierał zapisów odnośnie wysokości wynagrodzenia za tą usługę.

Załącznik nr(...) „Ogólne Warunki” stanowił m.in., że premia pieniężna jest przyznawana (...) i partnerom w związku ze sprzedażą towarów sprzedawcy, a usługi marketingowe to są usługi świadczone przez(...) i partnerów na zlecenie sprzedawcy mające na celu promocję danego towaru lub danej marki polegające w szczególności na dekorowaniu stoisk sprzedaży towarów materiałami reklamowymi uzyskanymi od sprzedawcy, umieszczeniu ofert sprzedawcy w gazetkach reklamowych, przeznaczaniu dodatkowej powierzchni na sprzedaż towarów sprzedawcy itp. Miały wchodzić do niego takie usługi jak reklama poza działem, (...), reklama w gazetkach reklamowych (polegająca na umieszczeniu opisu lub fotografii towaru sprzedawcy - faktury miały być wystawiane na podstawie zlecenia sprzedawcy, umowy handlowej i informacji pochodzących z Działu marketingu i Centrali zakupów potwierdzających wykonanie usługi), reklama radiowa i inne, opisane szczegółowo w art. 5 tego załącznika.

Następnie pomiędzy T. K. i M. K. a (...) sp. z o.o. z siedzibą w P. zostały zawarte kolejne umowy.

Umowa (...) w dniu 02 stycznia 2008 r., obowiązującą w 2008 roku.

Umowa ramowa o współpracy z dnia 02 stycznia 2009 r., obowiązującą w 2009 roku.

Umowa o współpracy (...) z dnia 04 stycznia 2010 r. obowiązująca do końca roku 2010 r.

Integralną całość każdej z w/w umów stanowiły załączniki, tj.: załącznik nr (...) - „Ogólne Warunki Współpracy”, „Umowa o świadczenie usług marketingowych” i „Porozumienie dotyczące dodatkowych usług marketingowych”, a także „Umowa o przekazywaniu faktur oraz innych danych w formie elektronicznej”.

W myśl art. 2 „Porozumienia dotyczącego dodatkowych usług marketingowych” T. K. i M. K. byli zobowiązani do opłaty ryczałtowej, określonej w porozumieniu, za otwarcie każdego nowego sklepu.

Umowa o przekazywaniu faktur oraz innych danych w formie elektronicznej przewidywała wymianę faktur w formie elektronicznej, w zamian za co T. K. i M. K. mieli obowiązek zapłaty na rzecz (...) sp. z o.o. z siedzibą w P. kwoty 1.000 zł netto.

(...) sp. z o.o. z siedzibą w P. wystawił na podstawie w/w umów T. K. i M. K. prowadzącym działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej (...) z siedzibą w L. następujące faktury VAT i noty z tytułu różnego rodzaju usług, takich jak dodatkowe usługi, usługi marketingowe - budżet promocyjny, usługi marketingowe, premia pieniężna, dodatkowa usługa promocyjna, usługi logistyczne, a tak że faktury VAT i noty z tytułu tzw. (...).

**Z tytułu „usług marketingowych”** wystawione zostały faktury VAT nr (...).

**Z tytułu „dodatkowych usług promocyjnych”** wystawione zostały faktury VAT nr: (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...).

**Z tytułu „scentralizowanych płatności”** wystawione zostały faktury VAT nr: (...), (...).

Z tytułu „usług (...)” wystawiona została faktura VAT nr (...).

**Z tytułu innych usług** wystawione zostały faktury VAT nr (...).

**Z tytułu „premię pieniężnej”** wystawione zostały noty nr: (...), (...).

(...) sp. z o.o. z siedzibą w P. wystawił na podstawie w/w umów T. K. i M. K. prowadzącym działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej (...) z siedzibą w L. następujące **faktury VAT i noty z tytułu różnego rodzaju usług**, o nr :

- a) (...) z dnia 08 października 2007 r. na kwotę 75,26 zł,
- b) (...) z dnia 08 października 2007 r. na kwotę 1.912,46 zł,
- c) (...) z dnia 26 listopada 2007 r. na kwotę 169,58 zł,
- d) (...) z dnia 26 listopada 2007 r. na kwotę 3.572,16 zł,
- e) (...) z dnia 03 grudnia 2007 r. na kwotę 2.394,75 zł,
- f) (...) z dnia 03 grudnia 2007 r. na kwotę 94,25 zł,
- g) (...) z dnia 03 grudnia 2007 r. na kwotę 141,36 zł,
- h) (...) z dnia 11 grudnia 2007 r. na kwotę 610,00 zł,
- i) (...) z dnia 31 grudnia 2007 r. na kwotę 3.447,72 zł,
- j) (...) z dnia 31 stycznia 2008 r. na kwotę 2.657,16 zł
- k) (...) z dnia 07 stycznia 2008 r. na kwotę 70,28 zł,
- l) (...) z dnia 07 stycznia 2008 r. na kwotę 1.190,64 zł,
- m) (...) z dnia 07 stycznia 2008 r. na kwotę 46,86 zł,
- n) (...) z dnia 30 stycznia 2008 r. na kwotę 790,56 zł,
- o) (...) z dnia 04 lutego 2008 r. na kwotę 198,98 zł,
- p) (...) z dnia 04 lutego 2008 r. na kwotę 3.370,78 zł,
- q) (...) z dnia 04 lutego 2008 r. na kwotę 132,65 zł,

- r) (...) z dnia 03 marca 2008 r. na kwotę 1.456,62 zł,
- s) (...) z dnia 03 marca 2008 r. na kwotę 88,24 zł,
- t) (...) z dnia 03 marca 2008 r. na kwotę 2.242,02 zł,
- u) (...) z dnia 03 marca 2008 r. na kwotę 132,36 zł,
- v) (...) z dnia 31 marca 2008 r. na kwotę 3.272,04 zł,
- w) (...) z dnia 07 kwietnia 2008 r. na kwotę 1.316,93 zł,
- x) (...) z dnia 07 kwietnia 2008 r. na kwotę 51,83 zł,
- y) (...) dnia 07 kwietnia 2008 r. na kwotę 77,74 zł,
- z) (...) z dnia 28 kwietnia 2008 r. ma kwotę 81,76 zł,
- aa) (...) z dnia 05 maja 2008 r. na kwotę 73,18 zł,
- bb) (...) z dnia 05 maja 2008 r. na kwotę 48,79 zł,
- cc) (...) z dnia 05 maja 2008 r. na kwotę 1.239,63 zł,
- dd) (...) z dnia 07 lipca 2008 r. na kwotę 38,97 zł,
- ee) (...) z dnia 07 lipca 2008 r. na kwotę 12.386,41 zł,
- ff) (...) z dnia 22 lipca 2008 r. na kwotę 527,04 zł,
- gg) (...) z dnia 04 sierpnia 2008 r. na kwotę 47,47 zł,
- hh) (...) z dnia 04 sierpnia 2008 r. na kwotę 1.763,78 zł,
- ii) (...) z dnia 02 lutego 2009 r. na kwotę 14.153,06 zł,
- jj) (...) z dnia 02 lutego 2009 r. na kwotę 380,88 zł,
- kk) (...) z dnia 30 października 2009 r. na kwotę 1.220,00 zł,
- ll) (...) z dnia 02 listopada 2009 r. na kwotę 2.327,29 zł,
- mm) (...) z dnia 02 listopada 2009 r. na kwotę 57,95 zł,
- nn) (...) z dnia 23 listopada 2009 r. na kwotę 9.760,00 zł,
- oo) (...) z dnia 01 marca 2010 r. na kwotę 121,51 zł,
- pp) (...) z dnia 01 marca 2010 r. na kwotę 4.880,73 zł,
- qq) (...) z dnia 04 maja 2010 r. na kwotę 3.373,20 zł,
- rr) (...) z dnia 01 czerwca 2010 r. na kwotę 390,43 zł.

(...) dokonywał potrącenia wzajemnych należności, tj. swoje wyżej wymienione faktury i noty kompensował (potrącał) z fakturami T. K. i M. K. prowadzących działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej „(...) z siedzibą w L. z tytułu sprzedaży towarów, w ten sposób, że przysyłał pozwanym wygenerowany przez swoją księgowość dokument tzw.

specyfikację do przelewu, w której wymieniał wzajemnie kompensowane należności (numer, datę, kwotę faktury), zaś pozostałą po potrąceniu kwotę przelewał na rachunek bankowy T. K. i M. K..

Pismem z dnia 16 lipca 2010 roku T. K. i M. K. prowadzący działalność gospodarzą w formie spółki cywilnej (...) z siedzibą w L. wezwali (...) sp. z o.o. z siedzibą w P. do dobrowolnej zapłaty kwoty 227.114,30 zł w ostatecznym terminie do dnia 23 lipca 2010 roku. Pomimo upływu terminu (...) sp. z o.o. nie dokonał zapłaty żądanej kwoty.

Pismem z dnia 13 października 2010r. T. K. i M. K. wnieśli do Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy w Warszawie wnioski o zawiązanie do próby ugodowej w sprawie o zapłatę kwoty 156.462,50 zł wraz z odsetkami ustawowymi od poszczególnych kwot wskazanych we wniosku- sygnatura akt XV GCo 407/10, posiedzenie zostało wyznaczone na dzień 02 czerwca 2011 roku. Do zawarcia ugody jednak nie doszło.

Pismem z dnia 03 grudnia 2010r. T. K. i M. K. wnieśli do Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy w Warszawie wnioski o zawiązanie do próby ugodowej w sprawie o zapłatę kwoty 15.718,44 zł wraz z odsetkami ustawowymi od poszczególnych kwot wskazanych we wniosku- sygnatura akt XV GCo 690/10, posiedzenie zostało wyznaczone na dzień 25 lutego 2011 roku. Do zawarcia ugody jednak nie doszło.

W ocenie Sądu Okręgowego powództwo zasługiwało na uwzględnienie, co do zasady i co do wysokości.

Rozliczenia stron umowy dokonywane były na zasadzie kompensaty wzajemnych wierzytelności pieniężnych przez cały okres współpracy zgodnie z wiążącymi strony umowami i zgodnie ze zgromadzoną dokumentacją w postaci specyfikacji rozliczeń, wyciągów z rachunków i potwierdzeń przelewów oraz faktur. Pozwany dokonał pobrania od dostawcy innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, co potwierdzają zarówno oświadczenia o potrąceniu składane m. in. pocztą elektroniczną jak też kopie wyciągów bankowych wskazujących na dokonanie potrącenia, a także wydruki z systemu księgowego dostawcy. Fakt pobrania spornych opłat od dostawcy potwierdza samo stanowisko pozwanego, którego linia obrony sprowadzała się do próby wskazania, że świadczył usługi, za które przysługiwało mu wynagrodzenie od dostawcy.

Sąd Okręgowy ocenił jako bezzasadny zarzut przedawnienia roszczenia dochodzonego przez powodów. Roszczenie powodów zostało uwzględnione w oparciu o art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., nie zaś na podstawie przepisów dotyczących umowy sprzedaży, tym samym dla oceny przedawnienia nie znajdzie zastosowania dwuletni termin przedawnienia wskazywany przez pozwanego, lecz termin trzyletni określony w art. 20 u.z.n.k., którego bieg został przerwany wnioskiem o zawiązanie do próby ugodowej (art. 123 § 1 pkt 1, art. 124 § 1 KC). Zawiązanie do próby ugodowej, zawierające szczegółowe wyliczenie, jakiego roszczenia dotyczy – nadane zostało w dniu 20 października 2010 roku (k. 597), przy czym posiedzenie Sądu odbyło się w dniu 2 czerwca 2011 roku (k. 598). Zatem ponowny bieg terminu przedawnienia liczony od dnia 02 czerwca 2011 roku przerwany został wniesieniem pozwu w przedmiotowej sprawie w dniu 24 lutego 2014 roku (data stempla pocztowego - k. 280). art.

Art. 20 u.z.n.k. nie reguluje wprawdzie początku biegu przedawnienia roszczeń z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji, stosując art. 442<sup>1</sup> k.c. per analogiam przyjmując jednak należy, że w stosunku do wszystkich majątkowych roszczeń opartych na ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przedawnienie rozpoczyna swój bieg z chwilą, gdy poszkodowany dowiedział się o czynie nieuczciwej konkurencji i o osobie ponoszącej odpowiedzialność za jego popełnienie. Wymagalność roszczenia liczyć należy nie od chwili wystawienia poszczególnych faktur, bowiem pozwany nie wykazał, że w datach tych faktycznie dokonał pobrania nienależnych opłat, ale daty posiedzenia w przedmiocie próby ugodowej. Ciężar dowodu z uwagi na procesowy charakter zarzutu przedawnienia obciąża pozwanego w myśl art. 6 k.c.

Czyn nieuczciwej konkurencji, stanowiący podstawę do wystąpienia z roszczeniem z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., stanowi samoistne źródło odpowiedzialności pozwanego, niezależnie od innych podstaw odpowiedzialności.

Dokonanie czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat nie było związane z wykonaniem umów, ani nie pozostawało w związku z ich realizacją, lecz zostało dokonane jedynie przy okazji ich realizacji.

Sąd I instancji podkreślił, iż w każdym przypadku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Z brzmienia art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. wynika bowiem, że nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnienie dostępu do rynku, sam ustawodawca zakwalifikował takie działanie, jako utrudniające dostęp do rynku. Bez znaczenia jest czy sprzedawca mógł zbyć te towary innym kupującym, oraz czy zbycie towarów przedsiębiorcy pobierającemu takie opłaty jest mniej czy bardziej opłacalne ekonomicznie dla sprzedającego, niż zbycie innemu przedsiębiorcy.

Zdaniem Sądu Okręgowego wykładnia oświadczeń woli oraz treści zawartych w umowie cesji z dnia 8 marca 2010 r. prowadzi do wniosku, że zarówno przeniesienie praw i obowiązków, jak i ew. „zrzeczenie się” roszczeń mogło dotyczyć wyłącznie praw i obowiązków wynikających z umowy z dnia 4 stycznia 2010 r. Roszczenie objęte niniejszym postępowaniem nie wynika z umowy.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej: u.z.n.k.), czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Z kolei zgodnie z art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k., czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Celem tego przepisu jest zatem wyeliminowanie sytuacji, w której zawarcie umowy sprzedaży zależy od dodatkowego świadczenia pieniężnego po stronie sprzedawcy. Nie oznacza to, że pomiędzy sprzedawcą a kupującym niedopuszczalne jest nawiązywanie relacji umownych, w których po stronie sprzedawcy istnieje obowiązek świadczenia pieniężnego, jednakże pod warunkiem, że ekwiwalentem tego świadczenia jest świadczenie kupującego, inne niż sprzedaż towaru zakupionego od sprzedawcy. Gdy przedsiębiorca nabywający towar do dalszej odsprzedaży spełnia na rzecz zbywcy świadczenia niezwiązane z realizacją własnego interesu dotyczącego przedmiotu umowy i niezwiązane ze standardową sprzedażą towarów finalnym odbiorcom, np. na życzenie dostawcy umieszcza w sklepie reklamy o treści przez niego określonej lub z nim uzgodnionej, albo dokonuje szczególnej akcji promocyjnej.

Ciężar udowodnienia okoliczności, które miałyby wyłączyć kwalifikację określonego świadczenia jako świadczenia niedopuszczalnego w świetle omawianej regulacji, spoczywa na przedsiębiorcy, który twierdzi, że omawiane unormowanie nie ma zastosowania (tak E. Nowińska, M. du Vall, tamże, s. 195).

Sąd I instancji podkreślił, iż w każdym przypadku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Z brzmienia przepisu art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. wynika bowiem, że nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnienie dostępu do rynku, sam ustawodawca zakwalifikował takie działanie, jako utrudniające dostęp do rynku. Bez znaczenia jest czy sprzedawca mógł zbyć te towary innym kupującym, oraz czy zbycie towarów przedsiębiorcy pobierającemu takie opłaty jest mniej czy bardziej opłacalne ekonomicznie dla sprzedającego, niż zbycie innemu przedsiębiorcy.

Pojęcie „marża handlowa”, o której mowa w tym przepisie nie jest zdefiniowane. Strony negocjują cenę sprzedaży i w tym kontekście marżą kupującego jest różnica pomiędzy uzyskaną przez kupującego ceną odsprzedaży, a ceną zakupu. Ustawodawca nie ingeruje w wysokość ustalanych marż czy cen, z omawianej regulacji wynika jedynie, że na tych uzgodnieniach winny zakończyć się finansowe rozliczenia stron. Istotne jest to, że nie jest dopuszczalne pobieranie opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze standardową sprzedażą towarów ostatecznemu odbiorcy. Po dokonaniu sprzedaży kupujący nie spełnia już żadnych świadczeń na rzecz pierwotnego sprzedawcy. Ogół podejmowanych wówczas przez niego działań promocyjno – marketingowych dotyczących odsprzedawanych towarów, służy korzystnemu zbyciu ich przez kupującego finalnemu odbiorcy.

O utrudnieniu dostępu do rynku świadczyć może m. in. praktyka zawierania umów marketingowych towarzyszących umowie sprzedaży towarów do sieci (z każdym dostawcą towarów), zachwianie odpowiedniej, rzeczowej i finansowej relacji porozumień marketingowych (ich częstotliwości i okresów) do sprzedawanej do sieci masy towarowej (zjawisko tzw. nadmarketingu), czy narzucanie sprzedawcy wielu postaci rabatów (w ramach dostawy tego samego towaru do sieci). Element nieuczciwości w działaniu kupującego pojawia się m. in. wówczas, gdy opłaty marketingowe ponoszone przez dostawcę do sieci są niewspółmiernie większym obciążeniem finansowym dla dostawcy, niż koszty stworzenia przez niego samodzielnej akcji marketingowej, tj. bez powiązania jej z umową główną (sprzedaży/dostawy do sieci). Przewidziany w art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. delikt pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży może przybrać postać zawieranych obok umowy sprzedaży tego towaru do dużej sieci handlowej, tzw. porozumień marketingowo – promocyjnych (wyrok SN z 12.06.2008 r., III CSK 23/08, OSNC – ZD 2009/1/14).

W ocenie Sądu I instancji pozwany w odpowiedzi na pozew potwierdził, że powodowie zapłacili wskazane wyżej opłaty. Niezależnie od powyższego, fakt pobrania przedmiotowych opłat wynika z załączonych przez powodów dokumentów, jak i z osobowych wniosków dowodowych. Z zebranego w sprawie materiału dowodowego wynika, że cały proces transakcyjny przebiegał następująco: powodowie wysyłali do pozwanego towar, następnie wystawiali fakturę za ten towar, towar był dostarczany do pozwanego, następnie pozwany przy pomocy usługi scentralizowanej płatności dokonywał przelewu części pieniędzy, bez wskazania za jakie faktury dokonuje płatności. Jednocześnie wystawiał faktury lub noty, w których dokonywał potrącenia opłat za określone w tych dokumentach usługi. Potrącenie to było jednak nieskuteczne, ponieważ nie spełniało przesłanki wymagalności wierzytelności, o której mowa w art. 498 § 1 KC. Należy bowiem zauważyć, że wszystkie faktury zawierające oświadczenie o potrąceniu były wystawiane z terminem płatności 14 dni. Oznacza to, że w chwili ich wystawiania i tym samym zgłaszania powodowi, wierzytelności do potrącenia, wskazane w nich wierzytelności nie były jeszcze wymagalne, stawały się bowiem wymagalne dopiero po upływie 14 dni. Powyższe przesądza, że oświadczenie o potrąceniu nie wywołało żadnego skutku w postaci umorzenia części wierzytelności, którą pozwany powinien zapłacić powodom. Nieskuteczność złożonych przez pozwanego oświadczeń o potrąceniu oznacza także, że bezpodstawnie pomniejszył on przysługującą powodom należność, o kwoty wskazane w wystawionych przez siebie w fakturach i notach. W tej sytuacji na powodzie nie spoczywał obowiązek wykazania, za jakie faktury wystawione przez pozwanego dokonał płatności oraz kiedy i w jakiej wysokości dokonał za nie zapłaty, nie miał on też obowiązku złożenia wystawionych przez siebie faktur. Wobec powyższego, fakt zatrzymania (pobrania) przez pozwanego kwot, na jakie opiewały dołączone do pozwu faktury i noty, należało uznać za udowodnione (art. 6 KC). Pobranie tych kwot z ceny sprzedanych towarów oznacza, że pozwany uzyskał towary o wartości wyższej niż dokonana zapłata. Jest to korzyść, o której mowa w art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., w postaci nieotrzymania przez powoda zapłaty ceny za sprzedany towar w pełnej wysokości (por. postanowienie SN z 16.10.2009 r., I CSK 230/09).

Co do zasady podmioty zajmujące się profesjonalnie i na dużą skalę dystrybucją towarów, mogą świadczyć na rzecz mniejszych podmiotów usługi mające na celu zwiększenie efektywności sprzedaży ich towarów, czy też mające na celu poprawienie wizerunku innego podmiotu poprzez promowanie jego marki i firmy. Niemniej jednak, samo świadczenie usług na rzecz sprzedawcy za dodatkową opłatą nie może stanowić przesłanki warunkującej zawarcia umowy sprzedaży, a usługi świadczone przez kupującego muszą być realne i ekwiwalentne do pobieranego za nie wynagrodzenia. Co więcej, konieczne jest aby sprzedawca czerpał ze świadczonych przez kupującego usług wymierne korzyści oraz by ich świadczenie nie było związane z realizacją własnego interesu kupującego dotyczącego przedmiotu umowy oraz ze standardową odsprzedażą towarów finalnemu odbiorcy. To pozwany winien wykazać, iż wykonywał realne usługi, za które pobierał wynagrodzenie, oraz że usługi te świadczone były na rzecz powoda, a nie celem realizacji własnego interesu ekonomicznego i były ekwiwalentne w stosunku do pobieranego za nie wynagrodzenia, a przede wszystkim, że związanie się przez sprzedawcę umową o świadczenie tych usług nie warunkowało zawarcia umowy sprzedaży. Pozwany temu obowiązkowi nie sprostał.

Wyrażenie przez powodów zgody na obciążenie przedmiotowymi opłatami było warunkiem zawarcia umowy i kontynuowania współpracy, co uzasadnia konstatację, iż opłaty zostały jednostronnie narzucone. Tezę taką uzasadniają przede wszystkim zeznania świadka G. S. i strony powodowej w osobie T. K., który jednoznacznie zeznał, iż



warunki umów z pozwanym nie podlegały negocjacji, mogły być jedynie przyjęte lub odrzucone. Przesądza to o tym, że powodowie zmuszeni byli zaakceptować narzucone przez pozwanego warunki współpracy. Zeznania powoda pozwoliły ustalić, iż w relacjach handlowych z pozwanym posługiwano się standardowymi wzorami umów przygotowanymi przez (...), z którymi kontrahent zapoznawał się dopiero w momencie podpisywania. Powyższe stanowi podstawę do wniosku, że dostawca nie miał wpływu na treść umowy, ani poszczególnych jej zapisów, przedstawiony tekst umowy był uzupełniany o procentowe i kwotowe wartości za poszczególne usługi, których zakresu ani sposobu wykonywania z dostawcą nie uzgadniano, ani w trakcie negocjacji, ani w okresie współpracy.

Umowy, jak i załączniki, a także porozumienia dotyczące dodatkowych usług marketingowych, umowy o przekazywaniu faktur oraz innych danych w formie elektronicznej oraz umowy o świadczenie usług logistycznych, sporządzane były według wzorów (...), do którego pismem odręcznym wpisywano dane konkretnego sprzedawcy zawierającego umowę, obrót netto, od którego uzależnione było przyznanie premii, wysokość premii, wysokość budżetu sprzedawcy przeznaczonego na świadczenie usług marketingowych oraz cenę konkretnych usług, obrót netto, od którego naliczono wynagrodzenie za udostępnianie danych statystycznych, a także obrót netto, od którego naliczono wynagrodzenie za świadczenie usług logistycznych.

W ocenie Sądu I Instancji, okoliczność, iż usługi były przewidziane w umowie o współpracy nie przesądza o braku podstaw do kwalifikacji na podstawie artykułu 15 ustęp 1 punkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Sąd Okręgowy wskazał, że powyższą konstatację potwierdza także analiza treści umów złożonych przez pozwanego, które charakteryzuje duża lakoniczność odnośnie świadczeń(...), za które pobierał dodatkowe opłaty. Nie było to wynagrodzenie za konkretne czynności, zależne od zakresu, ilości, czasu trwania usługi, ale liczone, jako procent od osiągniętego obrotu, co wprost wskazuje na charakter tych opłat jako dotyczących dopuszczenia towarów do sprzedaży. Postanowienia umowne bardzo skrótowo formułowały przedmiot samej usługi, co ograniczało możliwość skonkretyzowania obowiązków pozwanego. Ogólnikowość postanowień umownych sprawiała, że powodowie nie mieli realnej szansy decydowania o przedmiocie usługi i jej rozmiarze, kontrolowania jej wykonania i sposobu rozliczenia.

Typowym przykładem wskazanej wyżej praktyki był nałożony na powodów obowiązek udzielania pozwanemu premii pieniężnych tylko za osiągnięcie określonego poziomu obrotu. W istocie wyłącznie jedna strona została obciążona obowiązkiem dodatkowego premiowania drugiej za rozwój wzajemnych relacji handlowych. Co więcej, przysługiwała ona pozwanemu niezależnie od upustu promocyjnego czy też upustów, jakie wynegocjował przy ustalaniu ceny sprzedaży towaru. Nawet zatem przy założeniu, iż w wyniku stosowania takiej dodatkowej premii obie strony osiągały zysk - im bowiem pozwany więcej zamawiał u powodów, tym otrzymywał większy nominalnie upust, to jednak nie można pominąć okoliczności, iż pozwany odsprzedawał towary zakupione od powodów finalnemu odbiorcy i w związku z tym uzyskiwał dodatkową marżę handlową. Tym samym na tak skonstruowanej transakcji to pozwany korzystał podwójnie. W tej sytuacji zachwianie równowagi ekonomicznej jest oczywiste.

Odnosząc się do poszczególnych usług, sąd wskazał, iż żadna nie znajdowała swego ekwiwalentu w świadczeniach pozwanego.

Pobieranie opłaty za usługę scentralizowanej płatności było całkowicie bezpodstawne. Pozwany nie wskazał, bowiem jaką korzyść powodowie odnosili korzystając z tego systemu. Trudno dopatrywać się w tego rodzaju usłudze wymiernych korzyści dla powodów. Oczywistym jest, że (...) jako duży podmiot gospodarczy, mający licznych kontrahentów, musiał prowadzić i utrzymywać scentralizowaną księgowość i rachunkowość by zapewnić kontrolę nad przepływem środków pieniężnych, rozliczeniami z kontrahentami i utrzymać płynność finansową. Konieczność włączenia powodów do tego systemu była zatem dla pozwanego oczywista, i dla niego stanowiła w rzeczywistości korzyść, zapewniając pełną kontrolę nad wszystkimi płatnościami z powodami. Ponadto pozwany z racji prowadzonej działalności musiał prowadzić i utrzymywać scentralizowane płatności, a przerzucanie powstałych z tego tytułu kosztów na kontrahentów nie powinno mieć miejsca.

Opłata stanowiąca premię pieniężną pobieraną z tytułu zrealizowania określonego poziomu obrotów netto w ciągu roku, stanowi w istocie dodatkową opłatę, bez ekwiwalentu. Jedynym ekwiwalentem przedmiotowej opłaty było

dokonanie zamówień na towary u powodów. Fakt ten jednoznacznie potwierdza rzeczywisty charakter tej opłaty jako „opłaty z tytułu dopuszczenia towarów do sprzedaży”, o której mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Wskazana wyżej opłata nie stanowiła elementu marży. Zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 6 ustawy o cenach przez marżę handlową należy rozumieć różnicę między ceną płaconą przez kupującego (w przypadku strony pozwanej konsumenta) a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę, wynikającą z kosztów i zysku przedsiębiorcy. Marża handlowa może być wyrażona kwotowo lub w procentach. Marża w niniejszym stanie faktycznym jest osiągnięta przez powodów a nie pozwanego, który z kolei swoją marżę realizował przy sprzedaży towarów finalnym odbiorcom (konsumentom). Przedmiotowa opłata pobierana przez pozwanego nie mogła być zatem elementem marży.

Sąd I instancji wskazał, że pobierana przez pozwanego premia pieniężna nie stanowiła elementu ceny. Sam sposób dokumentowania tej premii stoi w zasadniczej sprzeczności z praktyką obrotu gospodarczego, w myśl której premii (rabatów, upustów, bonusów) udziela - w ramach swoich dokumentów sprzedaży, np. na fakturze lub fakturze korygującej - sprzedawca, a nie „zabiera” kupujący wystawiając fakturę, w której przedmiotem sprzedaży jest „premia”. Należy też odróżnić premie udzielane sobie wzajemnie przez przedsiębiorców z własnej woli od rzekomych „premi” stanowiących warunek nawiązania i kontynuowania współpracy pomiędzy stronami. Jeżeli pobieranie takich upustów stanowi warunek dopuszczenia towarów do sprzedaży, to oznacza, że doszło do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Premia nie może też zostać zakwalifikowana jako upust, czy rabat, z tej przyczyny że nie była w żaden sposób związana z ceną jednostkową towaru, nie stanowiła elementu ceny za towar, nie obniżała ani ceny jednostkowej ani nawet całości obrotu.

Progi ustalone zostały na bardzo niskim poziomie - 10.000 zł, więc naliczenie premii miało miejsce od razu, bez wzmoczonych wysiłków pozwanego polegających na intensyfikacji sprzedaży i bez żadnych dodatkowych działań zwiększających taką sprzedaż i cały czas progresywnie rosły. Później próg określony został wyżej, jednak przy wzroście obrotów do 1 miliona złotych i tak umożliwiał pobranie opłaty od razu z góry, bez wykazywania aktywności w tym zakresie. W latach 2007 – 2010 nie było możliwe zawarcie kontraktu bez opłat, tzw. netto – netto.

Wbrew stanowisku pozwanego, pobrana przez niego premia pieniężna nie była rabatem retroaktywnym. W zawartych przez strony umowach regulacje dotyczące rabatów, upustów, czy obniżenia ceny na fakturze zostały uregulowane w porozumieniach dotyczących upustów na fakturze, stanowiących załączniki do umów handlowych. Tylko zatem te upusty mogłyby być rabatem pomniejszającym cenę towaru. Rabaty te nie były jednak przedmiotem żądań pozwu. Brak jest podstaw do przyjmowania, że strony nadały ten sam charakter opłatom, które zostały zupełnie odmiennie uregulowane i nazwane w umowie. Próby czynione przez pozwanego w tym zakresie, są sprzeczne z treścią umów zawartych przez strony oraz nie mają oparcia w rzeczywistej woli stron.

Jeśli chodzi o opłaty marketingowe, Sąd Okręgowy dostrzegł, że opłaty w ramach budżetu, który nota bene bezwzględnie musiał wygospodarować powód, nie wiązały się z żadnymi realnymi świadczeniami. Znajduje to potwierdzenie przede wszystkim w postanowieniach umów o współpracę, które jednoznacznie wskazują, że opłaty będą pobierane już za gotowość i samo planowanie akcji marketingowych bez względu na to, czy faktycznie zostaną zrealizowane, czy też nie. Oznacza to, że niezależnie od faktycznych potrzeb promocji i reklamy towarów dostawcy oraz realnej wartości tych akcji marketingowych, dostawca i tak zobowiązany był do zapłaty określonej kwoty. Jednoznacznie wskazuje to na charakter przedmiotowych opłat, które dostawca musiał ponieść, aby móc sprzedawać swoje towary do sieci sklepów pozwanego. Była to zabroniona przez art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży. Ponadto pobierana opłata główna - z budżetu powoda nie wiązała się z konkretnymi działaniami marketingowymi pozwanego, skoro wszystkie wyszczególnione w umowach usługi były dodatkowo płatne.

Sąd zwrócił uwagę, że z zasady eksponując i sprzedając towary zakupione wcześniej od dostawcy, odbiorca nie czyni tego, by wykonać dla tego dostawcy usługę marketingową (reklamową) lecz jedynie po to, by sprzedać własny już w tym momencie towar i osiągnąć w ten sposób zysk wynikający ze stosowanej marży handlowej. Odbiorca powinien zatem wykazać, że w zamian za przyjmowaną opłatę podjął działania, które można by uznać wyłącznie za promowanie marki

dostawcy i jego towarów, w szczególności by informował swoich kontrahentów, którym towary te dalej sprzedaje, o walorach jakościowych produktów sprzedawcy, o korzystnym stosunku jakości do ceny tych produktów itp. w celu wyrobienia u nabywców przekonania, iż warto nabywać przede wszystkim produkty właśnie pod marką owego dostawcy, w przeciwnym wypadku nie można mówić o usłudze promocyjnej wykonywanej na rzecz dostawcy.

Formuła wspólnego działania marketingowego, która nie odnosi przewidywanego wynagrodzenia do konkretnych usług, a jedynie stanowi procentowy odpowiednik obrotu niezależnie od tego, jaką usługę kontrahent strony powodowej otrzymuje w zamian za zapłatę tej kwoty oznacza, iż cel marketingowy zawartej umowy jest pozorny, a rzeczywistym celem zawarcia umowy było pozyskanie dodatkowych opłat za wprowadzenie towaru do sprzedaży. Działania promocyjne zwiększyły jedynie zyski pozwanego, ponieważ wpłynęły na obrót sprzedaży towarów w sieci jego sklepów.

Sąd I instancji wskazał, że pozwany nie wykazał również, iż poprzez usługi promocyjne podejmował jakiegokolwiek działania skierowane na podkreślenie walorów jakościowych towarów powoda, promocję jego marki, a nie tylko zareklamowanie danego produktu stanowiącego w chwili promocji własność pozwanego, celem zwiększenia jego sprzedaży. Nie może stanowić podstawy do obciążenia powoda wynagrodzeniem za usługi realizacja standardowych czynności, które pozwany podejmuje, aby sprzedawać posiadane przez siebie towary finalnym odbiorcom w ramach prowadzonej działalności gospodarczej.

Także opłaty związane ze specjalnymi akcjami promocyjnymi nie wiązały się z jakimikolwiek usługami wzajemnymi na rzecz powodów. Wszystkie tego rodzaju akcje stanowiły wyłączny zysk dla pozwanego.

Dopuszczenie powodów do umów promocyjnych tj. zwolnionych z części opłat – umowy (...) było zależne wyłącznie od woli pozwanego. To pozwany, jak wynika z poczynionych ustaleń, wychodził z wyłączną inicjatywą zawarcia tego rodzaju umowy, przedstawiał projekt gotowej umowy, której warunki nie podlegały negocjacji i jednostronnie określał asortyment, który mógł zostać tą umową objęty. Wynika stąd, że także w tym zakresie pozwany ograniczał dostęp powodów do rynku i jednoznacznie narzucał warunki współpracy.

Sąd Okręgowy stwierdził, że pobieranie opłaty za usługę scentralizowanej płatności oraz elektronicznej wymiany faktur (...) było całkowicie bezpodstawne. Pozwany nie wskazał bowiem, jaką korzyść dostawca odnosił korzystając z tego systemu. Oczywistym jest, że (...), jako duży podmiot gospodarczy, mający licznych kontrahentów, musiał prowadzić i utrzymywać scentralizowaną księgowość i rachunkowość, by zapewnić kontrolę nad przepływem środków pieniężnych, rozliczeniami z kontrahentami i utrzymać płynność finansową. Konieczność włączenia kolejnego dostawcy do tego systemu była zatem dla pozwanego oczywista, i dla niego stanowiła w rzeczywistości korzyść zapewniając pełną kontrolę nad wszystkimi płatnościami ze spółką. Pozwany prowadząc własny system informatyczny, który musiał spełniać wymogi księgowości oraz być na bieżąco uaktualniany obciążał dostawcę kosztem aktualizacji danych w tym systemie, przerzucając powstałe z tego tytułu koszty na kontrahentów, co nie powinno mieć miejsca.

Sąd I instancji dodał, iż w niniejszej sprawie nie znajdzie zastosowania rozporządzenie Komisji (WE) Nr 2790/1999 z dnia 22 grudnia 1999 r. w sprawie stosowania art. 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych. Rozporządzenie to odnosi się do przeciwdziałania praktykom monopolowym i wchodzi w skład antymonopolowej regulacji unijnej skierowanej przeciwko poczynaniom zagrażającym konkurencyjnej strukturze wspólnego rynku. Natomiast przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, będące podstawą roszczeń w niniejszej sprawie, mają na celu przede wszystkim udzielenie ochrony przed nagannymi - z punktu widzenia zasad etycznego postępowania - praktykami innych uczestników rynku, a zwłaszcza konkurentów. Nie jest wykluczone, że w konkretnej sytuacji, określone działanie nie prowadzi do ograniczenia dostępu do rynku właściwego, będzie natomiast deliktem nieuczciwej konkurencji w rozumieniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Pomimo, że regulacje antymonopolowe i zwalczające nieuczciwą konkurencję są ze sobą funkcjonalnie związane, to jednak oparte są na zupełnie innych zasadach, i automatyczne przenoszenie regulacji prawa antymonopolowego na regulację dotyczącą nieuczciwej konkurencji nie jest uprawnione. Zasadnicza różnica pomiędzy tymi regulacjami polega na tym,

że prawo antymonopolowe z zasady swojej chroni interes publiczny, oddziałuje w sferze zjawisk, które potencjalnie mają znaczne oddziaływanie na cały rynek. Zwalczanie nieuczciwej konkurencji odbywa się natomiast w sferze, gdzie rozpatruje się indywidualne działania przez pryzmat uczciwości koegzystencji podmiotów na rynku i prowadzenia przez nie gry rynkowej w taki sposób, aby przewaga nie była uzyskiwana za pomocą działań niedozwolonych.

Sąd Okręgowy stwierdził brak wzajemności świadczeń stron w odniesieniu do świadczeń takich jak: usługa reklamowa, usługa logistyczna i usługa związana z funkcjonowaniem elektronicznego systemu faktur, czyli scentralizowanych płatności. Pozwany nie wskazał, do jakich konkretnych czynności był czy też miał być zobowiązany na podstawie umów łączących strony, a w konsekwencji, jakie konkretne czynności należałoby uznać za wykonanie usługi. Niemożność ustalenia zakresu ewentualnego zobowiązania strony pozwanej uniemożliwia prowadzenie postępowania co do ustalenia faktu wykonania tego zobowiązania. Nie można również zgodzić się ze stanowiskiem strony pozwanej, jakoby pobieranie przedmiotowych opłat było opcjonalne i zależne od woli stron oraz uniemożliwiałoby zakwalifikowanie tego rodzaju opłaty, jako opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Zdaniem Sądu Okręgowego działania marketingowe – w postaci wystawienia towaru powoda na półce w obniżonej cenie, czy umieszczenie w gazetce, były podejmowane na rzecz pozwanego a nie na rzecz powoda. Pozwana dokonywała tych działań w celu zwiększenia sprzedaży własnych produktów i przyciągnięcia klientów do swoich sklepów a nie w celu promowania w jakikolwiek sposób produktów powódki.

Ani reklama ani promocja nie mogą polegać jedynie na wyeksponowaniu ceny i nazwy produktu bądź dostawcy, bowiem po pierwsze dotyczy to każdego produktu w sklepie, po drugie nie jest nadzwyczajnym zdarzeniem przyciągającym klienta, podnoszącym świadomość marki i jej znajomość a w szczególności nie wskazuje, jakie dodatkowe walory ma towar, by zachęcić do jego zakupu również poza siecią.

Brak zgody powódki na uiszczanie „opłat za dopuszczenie towarów do obrotu” doprowadziłby do niepodpisania umowy, a w konsekwencji pozbawiłoby powodów możliwości zbywania swoich towarów. Zatem nie sposób przyjąć stanowiska pozwanego, że wszystkie zapisy umowy podlegały negocjacom i zostały przez strony zaakceptowane.

Jeżeli strony nadają zawieranej umowie cechę wzajemności, to mają swobodę w kształtowaniu wynikającego z niej zobowiązania o tyle tylko, o ile ich postanowienia nie podważają zasady ekwiwalentności świadczeń z umowy wzajemnej. Postanowienia umowy wzajemnej nie mogą bowiem naruszać ekwiwalentności świadczeń (por. wyroki Sądu Najwyższego z dnia 8 października 2004 r., V CK 670/03, OSNC 2005/9/162 i z dnia 23 czerwca 2005 r., II CK 739/04, LEX nr 180871 oraz z dnia 5 października 2005 r., II CK 122/05, LEX nr 311313). W ramach wyrażonej w art. 353<sup>1</sup> k.c. zasady swobody umów mieści się również przyzwolenie na faktyczną nierówność stron, która może się wyrażać nieekwiwalentnością ich wzajemnej sytuacji prawnej, ale jej granicę wyznacza art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k.

Reasumując, Sąd Okręgowy wskazał, że wszystkie sporne opłaty, tj. premii pieniężnych, scentralizowanych opłat, usługi logistycznej, usług marketingowych, zakwalifikował jako inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży (art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.). Pozwany nie tylko nie wykazał konkretnych usług, za które pobrał wynagrodzenie, ale przede wszystkim nie wykazał ekwiwalentności opłat, jakimi obciążał powodów w stosunku do wartości spornych „usług”.

Skoro zostało ustalone, że opłaty naliczane przez pozwanego miały charakter opłat dodatkowych za przyjęcie towarów do sprzedaży, to z powyższego wynikało domniemanie, że utrudniał on w ten sposób powodom dostęp do rynku. W tej sytuacji powodowie nie musieli już wykazywać tej przesłanki, a ciężar dowodu przeciwnego zgodnie z art. 6 k.c. spoczywał na pozwanym. Pozwany zaś powyższego domniemania nie zdołał obalić.

Utrudnianie dostępu do rynku nie może być utożsamiane z wykluczeniem działania na rynku, lecz z pogorszeniem sytuacji takiego przedsiębiorcy w porównaniu z innymi przedsiębiorcami, którzy takich opłat nie ponoszą. Z uwagi na to, że wszystkie sporne opłaty zostały zakwalifikowane jako inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży (art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. w zw. z art. 18 ust. 1 pkt. 5 u.z.n.k.), sąd zasądził od pozwanego na rzecz

powodów ich zwrot w kwotach po 89.637,47 zł, w pozostałym zakresie Sąd postępowanie umorzył wobec cofnięcia części powództwa przez powodów.

O odsetkach orzeczono na podstawie art. 481 § 1 i 2 k.c. i zgodnie z art. 455 k.c.

W konsekwencji odsetki od zasądzonych kwot podlegały uwzględnieniu od daty wynikającej z wezwania do zapłaty, a więc od dnia następnego po upływie terminu w tym wezwaniu wyznaczonego, tj. od dnia 24 lipca 2010 r., o czym orzeczono jak w pkt I i II sentencji wyroku. Wezwanie do zapłaty zostało doręczone pozwanemu dnia 21 lipca 2010 r.

O kosztach procesu orzeczono w oparciu o przepis art. 98 § 1 i 3 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c.

**Apelację od powyższego wyroku wniosła pozwana zaskarżając go w części** to jest pkt. I, II, IV i zarzuciła:

1. obrazę prawa procesowego, które miało istotny wpływ na wynik postępowania: tj.:

- 1) art. 231 k.p.c. poprzez jego niewłaściwe zastosowanie;
- 2) art.233 § 1 k.p.c. poprzez przekroczenie granicy swobodnej oceny dowodów;
- 3) art. 227 k.p.c. oraz art. 217 k.p.c. w zw. z art. 278 k.p.c. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie.

2. obrazę prawa materialnego, tj.:

- 1) art. 536 § 1 k.c. w zw. z art. 60 k.c. i art. 65 § 1 i 2 k.c. poprzez ich niezastosowanie;
- 2) art. 6 k.c. w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4, art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. oraz art. 3 ust. 1 u.z.n.k. poprzez jego niezastosowanie;
- 3) art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. poprzez jego błędną wykładnię i w konsekwencji niewłaściwe zastosowanie;
- 4) art. 3 ust. 1 u.z.n.k. poprzez jego niezastosowanie;
- 5) art. 499 k.c. poprzez jego niewłaściwe zastosowanie;
- 6) art. 508 k.c. poprzez jego niezastosowanie;
- 7) art. 123 k.c., 124 k.c. oraz art. 20 u.z.n.k. poprzez ich niewłaściwe zastosowanie;
- 8) art. 455 k.c. w zw. z art. 481 § 1 i 2 k.c.

W konkluzji skarżąca wniosła o rozpoznanie przez Sąd drugiej instancji postanowienia Sądu pierwszej instancji z dnia 29 kwietnia 2015 r. oddalającego wniosek pozwanej o przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego z zakresu ekonomii na okoliczność, czy usługi świadczone przez pozwaną na rzecz powodów miały charakter ekwiwalentny wobec świadczenia powódki, w szczególności, czy usługi były świadczone w interesie powódki i czy powódka odnosiła z tego tytułu korzyści, a także na okoliczność, czy premia pieniężna przysługująca pozwanej stanowiła rabat retroaktywny.

Skarżąca wniosła o zmianę wyroku i oddalenie powództwa w całości, oraz zasądzenie od powódki kosztów procesu za I i II instancję. Alternatywnie wniosła o uchylenie zaskarżonego wyroku w części określonej w pkt I, II i IV oraz przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania Sądowi I instancji, pozostawiając temu Sądowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania odwoławczego. Z ostrożności procesowej skarżąca podniosła ponownie zarzut przedawnienia w odniesieniu do dochodzonego przez powódkę roszczenia do wysokości 5.729,46 zł.

Powodowie wnieśli o oddalenie apelacji i zasądzenie od pozwanej zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w II instancji.

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

apelacja nie jest zasadna i podlega oddaleniu na podstawie art. 385 k.p.c.

Ustalenia faktyczne poczynione przez sąd I instancji są prawidłowe i Sąd Apelacyjny przyjmuje je za własne.

Zarzut naruszenia art. 233 par. 1 k.p.c. jest chybiony. Sąd Okręgowy wszechstronnie rozważył zgromadzony materiał dowodowy, a wyciągnięte przez niego wnioski są zgodne z zasadami wiedzy logiki i doświadczenia życiowego. Stanowisko zaprezentowane w apelacji stanowi jedynie polemikę z niewadliwymi ustaleniami sądu I instancji, podyktowaną dążeniem do uzyskania korzystnego rozstrzygnięcia sporu. Rację ma sąd I instancji, że powód udowodnił pobranie przez pozwaną opłat stanowiących przedmiot sporu w niniejszym postępowaniu. Pobranie opłat polegało na zatrzymaniu przez pozwaną części należności powodów z tytułu ceny za dostarczony towar. Do przelewów należności z tytułu ceny za towar nabyty od powodów, pozwana dołączała specyfikacje zawierające oświadczenie o treści: „niniejszy przelew stanowi oświadczenie o potrąceniu wymagane art. 499 K.C. i potwierdza, że w/w Państwa należności zostały skompensowane z należnościami (...) zgodnie z podaną specyfikacją”. Na k.130 wskazano jako potrącone należności z faktury (...). (...) w kwocie 3.251,66 zł z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) w kwocie 191,95 zł. z tytułu scentralizowanych płatności. Na k.166 wskazano jako potrącone należności z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 58,76 zł, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 995,32 zł. Na k.102 z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 58,76 zł. z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 995,32 zł. z faktury (...) z tytułu innych usług na kwotę 39,16 zł., z faktury (...) na kwotę 1954,44 z tytułu usług marketingowych. Na k. 173 z faktury (...) z tytułu usług marketingowych na kwotę 834,48 zł.. Na k.182 z faktury (...) z tytułu usług marketingowych na kwotę 1976,40 zł. na k.185 z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 104,83 zł., z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 3.895,70 zł. na k.188 z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 8119,17 zł., z faktury (...) na kwotę 218,50 zł. z tytułu scentralizowanych płatności. Na k.191 z faktury (...) na kwotę 4.609,44 z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) na kwotę 124,05 zł. z tytułu scentralizowanych płatności. Na k.195 z faktury (...) z tytułu dodatkowych usług promocyjnych na kwotę 610 zł., z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 2.078,52 zł., z faktury (...) na kwotę 55,94 zł. z tytułu scentralizowanych płatności. Na k.187 z faktury (...) z tytułu dodatkowych usług promocyjnych na kwotę 610 zł. Na k.290 z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 2.131,11 zł., z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 57,35 zł. Na k.205 z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 3.887,46 zł., z faktury (...) na kwotę 104,62 z tytułu scentralizowanych płatności. Na k.208 z faktury (...) na kwotę 5.387,12 z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) na kwotę 144,98 z tytułu scentralizowanych płatności. Na k.213 z faktury (...) z tytułu dodatkowych usług promocyjnych na kwotę 3.660 zł., z faktury (...) z tytułu dodatkowych usług promocyjnych na kwotę 8.540 zł., z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 7.850,98 zł., z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 148,29 zł. Na k.216 z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 4.081,25 zł., z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 101,61 zł. Na k.223 z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 4.604,92 zł., z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 114,66 zł., z faktury (...) z tytułu usług dodatkowych na kwotę 4880 zł. Na k.226 z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 161,63 zł., z faktury (...) na kwotę 6.491,83 z tytułu premii pieniężnej. Na k. 538 z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 3.887,46 zł., z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 104,62 zł. Na k.541 z faktury (...) na kwotę 5.387,12zł. z tytułu premii pieniężnej, (...) na kwotę 144,98 z tytułu scentralizowanych płatności. Na k.546 z faktury (...) na kwotę 3.660zł. z tytułu dodatkowych usług promocyjnych, z faktury (...) z tytułu dodatkowych usług promocyjnych na kwotę 223,21 zł., z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej n kwotę 7.850,98 zł., z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 148,29 zł. Na k.549 z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej na kwotę 4081,25 zł., z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności na kwotę 101,61 zł.

Z wydruku na k.237 – zestawienie operacji na rachunku, wynika pobranie przez pozwaną premii pieniężnej z faktury (...) (obciążenia) oraz należności z tytułu scentralizowanych płatności z faktury (...) (obciążenia). Z wydruku na k.245 wynika pobranie przez pozwaną premii pieniężnej z faktury (...), oraz pobranie opłat za scentralizowane płatności z faktury (...). Z historii fakturowania k. 253-256 wynika pobranie przez pozwaną należności objętych fakturami (...) z tytułu usług marketingowych, (...) z tytułu usług marketingowych, (...) z tytułu usług marketingowych, (...) z tytułu

usług marketingowych, (...) z tytułu usług marketingowych, (...) z tytułu usług marketingowych, (...) i (...) z tytułu usług marketingowych.

Z k. 464 wynika pobranie należności z faktury (...) z tytułu innych usług, Z k.515 wynika pobranie z faktury (...) z tytułu innych usług oraz z faktury (...) z tytułu innych usług i z faktury (...) z tytułu innych usług i z faktury (...) z tytułu innych usług, Z k. 533 wynika pobranie należności z faktury (...) z tytułu scentralizowanej płatności. Z k. 559 wynika pobranie z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej. Z k.583 - 585- historia fakturowania wynika pobranie z faktury (...) z tytułu innych usług, oraz z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu premii, z faktury (...) z tytułu innych usług, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu usług marketingowych, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu innych usług, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu innych usług, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu dodatkowych usług promocyjnych, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu scentralizowanych płatności, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu premii pieniężnej, z faktury (...) z tytułu (...). Z dokumentu na k.580-589- historia fakturowania, wynikają pobrania przez pozwaną należności za usługi marketingowe na podstawie faktur (...) oraz za dodatkowe usługi promocyjne na podstawie faktury (...).

Chybiony jest zarzut naruszenia art. 227 k.p.c. oraz art. 217 k.p.c. w zw. z art. 278 k.p.c. Rację ma sąd I instancji, że dowód z opinii biegłego z zakresu ekonomii na okoliczność, czy usługi świadczone przez pozwaną miały charakter ekwiwalentny wobec świadczenia powódki i czy powódka odnosiła z tego tytułu korzyści, a także na okoliczność, czy premia pieniężna stanowiła rabat retroaktywny, był zbędny dla rozstrzygnięcia sporu. Ocena, czy premia pieniężna stanowiła rabat retroaktywny nie należy do biegłego lecz do sądu, bowiem to sąd władny jest określić prawny charakter tej płatności, natomiast kwestia korzyści, to kwestia faktyczna, przy czym zadaniem biegłego nie jest poszukiwanie dowodów na okoliczność korzyści odniesionych przez powódkę, dowodów takich dostarczyć powinna pozwana składając stosowną dokumentację jak chociażby dokumenty świadczące o tym, że zamówienia towarów powodów przez pozwaną systematycznie wzrastały. Do akt nie złożono materiału dowodowego, który mógłby świadczyć o osiągnięciu przez powodów korzyści pozostających w związku z działaniami podejmowanymi przez pozwaną i który mógłby podlegać badaniu przez biegłego. W sytuacji, gdy pozwana nie wykazała, że świadczyła usługi na rzecz powodów, ustalanie ekwiwalentności usług jest bezprzedmiotowe.

Jak trafnie wskazał sąd I instancji, podejmowane przez pozwaną działania handlowe zmierzające do zbycia towaru nabytego od powodów nie stanowią usług na ich rzecz, lecz są nieodzownym elementem działalności pozwanej, polegającej na sprzedaży towarów odbiorcom detalicznym. Do działań takich należy niewątpliwie zaliczyć gazetki, w których pozwana promowała swoje towary oferując ich sprzedaż po określonej cenie, obowiązującej wyłącznie na terenie jej sklepów, nie zawierającej reklamy cech produktów powodów wyróżniającej je spośród podobnych produktów innych producentów.

Świadek S. nie potrafił wskazać działań reklamowych bądź marketingowych innych niż umieszczanie produktu w gazetce.

Część faktur wystawionych przez pozwaną w opisie przedmiotu świadczenia zawiera zapis: „inne usługi”, w pozostałych fakturach w opisie wskazano: „usługi marketingowe – budżet promocyjny” np. k. 129,131. Na podstawie faktur nie sposób więc ustalić jakie działania usługowe na rzecz powodów wykonała pozwana. To na pozwanej spoczywał ciężar wykazania, że usługi, za które pobrała zapłatę, były rzeczywiście świadczone. Ciężarowi temu

pozwana nie sprostaa. Nie wykazała zwaa, że umieszczaa na terenie swoich sklepów materiały reklamowe powodów ani, że podejmowała konkretne działania mające na celu promowanie towarów powodów. Samo umieszczanie towarów na półce nie należy do działań promocyjnych.

Sąd Apelacyjny podziela także stanowisko sądu I instancji, że możliwość przekazywania przez powodów faktur w formie elektronicznej nie może być uznana za usługę. Pozwana miała obowiązek odbierać faktury wystawione przez powodów i nie może kosztów tej operacji przerzucać na powodów. Ewidencjonowanie faktur jest nierozłącznie związane z działalnością handlową pozwanej i generuje określone koszty po jej stronie niezależnie od tego, czy faktury mają formę elektroniczną czy papierową.

Objęte wezwaniem do próby ugodowej z 20 października 2010r. (data stempla pocztowego na kopercie k.243 w aktach IX GCo 407/10 ) należności z faktury (...) na kwotę 75,26 zostały pobrane 22.10.2007 k.583, z faktury (...) na kwotę 1.912,46 zostały pobrane 22.10.2007 k.583, zaś należności objęte wezwaniem do próby ugodowej z 9.12.2010 (data stempla pocztowego na kopercie k.123 akt XV GCo 690/10 ) z faktury (...) na kwotę 3.572,16 zostały pobrane 10.12.2007 k.587, z faktury (...) na kwotę 169,58 zostały pobrane 10.12.2007 k.587 a więc nie uległy 3 letniemu przedawnieniu dla czynów z zakresu nieuczciwej konkurencji, zatem zarzut przedawnienia podniesiony w apelacji nie mógł zostać uznany za skuteczny. Należy dodać, że bieg terminu przedawnienia należy liczyć od daty, w której powodowie dowiedzieli się o pobraniu w/w kwot przez pozwaną, pozwana nie wykazała, że nastąpiło to w dniu pobrania przez nią w/w kwot, a to na niej w tym zakresie zgodnie z art. 6 k.c. spoczywał ciężar dowodu, niemniej jednak nawet licząc bieg terminu przedawnienia od pobrania w/w kwot przez pozwaną, do przedawnienia nie doszło, gdyż od chwili pobrania do chwili nadania na poczcie wniosków o zawezwanie do próby ugodowej nie upłynęły 3 lata.

Świadek G. S. nie negocjował umów (k.748), zatem jego zeznania nie podważają zeznań T. K. (k.751), co do okoliczności w jakich owe umowy zostały zawarte.

Sąd Apelacyjny podziela ustalenie sądu I instancji, że umowy zawierane były na formularzach zawierających wzorzec opracowany przez pozwaną i nie było możliwości zawarcia umowy bez dodatkowych opłat. W ocenie Sądu Apelacyjnego nie ma podstaw aby w tym zakresie odmówić wiary zeznaniom T. K..

Sąd Apelacyjny podziela także stanowisko sądu I instancji, że premia pieniężna nie stanowiła elementu cenotwórczego. W umowie z 2007r. ustalono, że warunkiem przyznania premii w wysokości 6,20% będzie zrealizowanie obrotu powyżej 10.000 zł. Premia miała być dokumentowana fakturami wystawionymi przez pozwaną ( k.48). W praktyce pozwana wystawiała noty obciążeniowe np. k.143, 134, w których wskazywała jedynie kwotę do zapłaty i termin płatności bez odniesienia do konkretnych towarów. W nocie nie wskazywano wielkości obrotu ani sposobu wyliczenia premii.

Strony zawarły również porozumienie dotyczące upustów na fakturze ( k.53), w którym powodowie zobowiązali się udzielić upustu promocyjnego w wysokości 10%.

Zgodnie z ogólnymi warunkami stanowiącymi załącznik do umowy handlowej na 2007r., obniżenie ceny w stosunku do cennika miało być przyznawane przez sprzedawcę na podstawie porozumienia dotyczącego upustów na fakturze. Sprzedawca oddzielnie na każdej fakturze miał wyraźnie wskazywać wysokość zastosowanego obniżenia oraz cenę brutto zakupu ( k.56). Także upust promocyjny miał być uwzględniany przez sprzedawcę na fakturze. Powyższe zapisy pozwalają na ustalenie, że zgodnym zamiarem stron i celem było dokumentowanie rabatów, upustów i obniżek na fakturze. Opłaty, które nie znajdowały odzwierciedlenia na fakturze dotyczącej danego towaru, nie były traktowane przez strony jako cenotwórcze.

Dodatkowo podnieść należy, że postanowienia dotyczące premii pieniężnej umieszczone zostały w dziale zatytułowanym „(...)”( k.57). Do opłat zaliczono premię, scentralizowaną płatność oraz pośredniczenie w oferowaniu towarów. Także i ta okoliczność uzasadnia ocenę, że premia pieniężna stanowiła opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży, o której mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.



Postanowienia zawarte w umowie na 2008 r były analogiczne jak w umowie na 2007 z tym, że wielkość premii pieniężnej wzrosła do 13,60% (k.75), a wielkość upustu promocyjnego do 20% (k.81). Analogicznie jak w umowie z 2007r., w ogólnych warunkach do umowy handlowej na 2008r. wskazano, że obniżenie ceny w stosunku do cennika przyznawane będzie przez sprzedawcę w formie upustu na fakturze (k.84 i 74). Premia pieniężna, która nie znajdowała odzwierciedlenia na fakturze nie mieści się więc w przyjętej przez strony definicji obniżenia ceny.

W umowie na 2009r. postanowienia dotyczące premii pieniężnej zamieszczone zostały w umowie o świadczenie usług marketingowych k.118 i 121 a wysokość premii wzrosła do 14,70%. Nadal premia dokumentowana była notami księgowymi wystawianymi przez pozwaną k.121. a zgodnie z art. 2 załącznika do umowy ramowej o współpracy, obniżenie ceny w stosunku do cennika przyznawane miało być przez sprzedawcę na fakturze k.108. W tej sytuacji zarzut, iż sąd I instancji naruszył art. 65 par. 2 k.c. ustalając, że premia pieniężna była opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży nie znajduje oparcia w zgromadzonym materiale dowodowym. Sąd Apelacyjny podziela stanowisko sądu I instancji, że ekonomiczny aspekt premii pieniężnej nie przesądza o jej rzeczywistym charakterze. O tym, jaki charakter miała premia pieniężna, decyduje wola stron wyrażona w umowie oraz sposób dokumentowania premii, wyraźnie świadczący, iż premia nie zmniejszała ceny towarów.

Jak zeznał T. K., nie było możliwe zawarcie kontraktu (...). Premia pieniężna była dodatkową opłatą za samą możliwość sprzedaży towarów pozwanej. W sytuacji, gdy dochodziło do udzielenia rabatów np. promocyjnych, powodowie wystawiali faktury dokumentujące udzielony rabat. W przypadku premii takie faktury nie były wystawiane. Oznacza to, iż nie było zgodnym zamiarem stron potraktowanie premii jako opłaty kształtującej cenę jednostkową towaru.

Pobieranie premii pieniężnej nie znajdującej żadnego ekwiwalentu w działaniach pozwanej, za samo tylko przyjęcie towaru do sprzedaży stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Zarzut naruszenia tego przepisu nie jest uzasadniony. Zgodnie z zasadą swobody umów (art. 353<sup>1</sup> k.c.), dopuszczalne jest przewidzenie dodatkowych świadczeń stron, poza wynikającymi z umowy sprzedaży i ich odrębne wynagrodzenie. Nie może ono jednak dotyczyć treści samej umowy sprzedaży, gdyż ekwiwalentem świadczenia niepieniężnego sprzedawcy (przeniesienie własności rzeczy sprzedawanej) jest świadczenie pieniężne kupującego w postaci zapłacenia uzgodnionej wcześniej ceny. Jeżeli zatem premia roczna należna kupującemu od sprzedawcy nie miałaby się wiązać z dodatkowymi świadczeniami kupującego, a miałyby dotyczyć zawartych w danym roku umów sprzedaży, to musiałaby zostać powiązana ze świadczeniem cen za sprzedane towary w taki sposób, aby wpłynąć w przewidzianym zakresie na ich wysokość. Ceny byłyby w rezultacie niższe, niż pierwotnie zakładane w umowach sprzedaży i przewidywane oraz ustalane według reguł znajdujących się w art. 536 k.c. , co w sprawie niniejszej nie miało miejsca.

Oczywiste jest, że działanie pozwanej polegające na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży utrudniało powodom dostęp do rynku, w tym do klientów detalicznych, którzy nabywają towary w sklepach pozwanej. Zwiększało koszty prowadzonej przez nich działalności a przez to wpływało na rachunek ekonomiczny prowadzonego przez nich przedsiębiorstwa. Jak zeznał świadek K. jego firma nastawiona była na współpracę z sieciami. W tej sytuacji, gdyby nie zgodził się na ponoszenie dodatkowych opłat, utraciłby część rynku zbytu. Nie ulega wątpliwości, że działanie pozwanej polegające na żądaniu dodatkowych opłat za samo przyjęcie towaru do sprzedaży jest sprzeczne z dobrymi obyczajami kupieckimi i traktowane powinno być jako naruszające zasady uczciwej konkurencji albowiem stawia pozwaną w lepszej pozycji rynkowej niż innych przedsiębiorców, którzy takich opłat nie pobierają. Stosowanie takiej praktyki zwiększało zyski pozwanej kosztem powódki w sposób nieuzasadniony wysokością marży handlowej pobieranej przez powódkę, która była radykalnie ograniczana wysokością premii rocznych pobieranych przez pozwaną. Czerpanie zysków z handlu nabytym towarem, wynikających z wysokości marży płaconej przez finalnych nabywców, stanowi istotę działalności handlowej. Powiększanie zaś zysków kosztem dostawców, których należności stanowią dla pośredniaka koszt uzyskania przychodu, przez ich obciążanie innymi niż marża opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży narusza normę art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy. Stanowi więc czyn nieuczciwej konkurencji oraz podstawę do zastosowania wobec pozwanej sankcji określonej w art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy. Pobranie niedozwolonych opłat stanowi postać nienależnego świadczenia

(bezpodstawnego wzbogacenia) w rozumieniu art. 405 i nast. k.c., które powinno zostać zwrócone zgodnie z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k.. Zarzut naruszenia art. 499 k.c. jest chybiony, nie chodzi bowiem o to, czy doszło do skutecznego potrącenia dochodzonych należności z wierzytelnością powodów z tytułu ceny za sprzedany pozwanej towar, lecz o to, że zatrzymanie przez pozwaną owych niedozwolonych z punktu widzenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. opłat, przejawiające się w stosownym pomniejszeniu należnej powodom zapłaty, nastąpiło bez podstawy prawnej, wskutek czego zatrzymane kwoty powinny być zwrócone zgodnie z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k.

Chybiony jest zarzut naruszenia art. 5 k.c., pozwana nie przedstawiła argumentów, które mogłyby uzasadniać ocenę, że domaganie się przez powodów zwrotu nienależnego świadczenia pobranego przez pozwaną w wyniku czynu niedozwolonego, stanowi w okolicznościach niniejszej sprawy nadużycie prawa powodów.

Chybiony jest zarzut, iż M. K. zrzekła się wszelkich roszczeń wobec pozwanej, w tym roszczeń z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji. Jak wynika z umowy k.655, powodowie zrzekli się roszczeń wobec (...) sp. z o.o. przysługujących im w związku z umową. Roszczenia z czynu niedozwolonego nie mają swojego źródła w umowie i nie pozostają w związku z umową. Strony nie mogą skutecznie umówić się co do popełnienia przez jedną ze stron czynu niedozwolonego względem kontrahenta. Pozwana popełniła czyn nieuczciwej konkurencji pobierając opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży a więc przy okazji realizacji umowy sprzedaży, co nie oznacza, że takie działanie pozwanej pozostaje w związku z realizacją owej umowy. Sąd Okręgowy nie naruszył zatem art. 508 k.c.

Jeśli chodzi o kontakty z siecią S., pozwana nie wykazała jakie kontrakty zostały zawarte przez powodów z w/w siecią za jej pośrednictwem i jakie obroty osiągnęli powodowie z tego tytułu, nie sposób więc rozważać, jakie korzyści uzyskali powodowie dzięki działaniom podjętym przez pozwaną.

Sąd Apelacyjny nie podziela zarzutu pozwanej, że wezwanie do zapłaty nie określało w sposób dostateczny dochodzonej wierzytelności. Wbrew temu zarzutowi, w wezwaniu wskazano, że chodzi o kwoty potrącone na zasadzie kompensaty, stanowiące inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży, kwalifikowane jako czyn nieuczciwej konkurencji w oparciu o art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.. Wskazano kwotę 227.114,30 zł. oraz przedstawiono specyfikację dochodzonej należności ( k.272-274).

Wezwanie do zapłaty wystosowane zostało przez (...) S.A. ale do wezwania tego załączono upoważnienie inkasowe z 29.06.2010r. ( k.16 akt załączonych sygn.. XV GCo 690/10), z którego wynikało w sposób jednoznaczny, że powodowie upoważnili firmę (...) S.A. z siedzibą w S. do odzyskania ich wierzytelności wymienionych w owym upoważnieniu. W aktach XV GCo znajduje się umowa upoważnienia inkasowego k.8-9 i 10-13 i 14-15 Wezwanie to doręczone zostało pozwanej w dniu 21.07.2010r., o czym świadczy pokwitowanie z k.278 akt I A Ca 1732/15. Nie ma podstaw do przyjęcia, że do wezwania nie dołączono upoważnienia inkasowego, skoro zostało ono wymienione jak załącznik w treści owego wezwania do zapłaty k.272.

W tej sytuacji, Sąd Apelacyjny nie znalazł podstaw do przyjęcia, że ustawowe odsetki od dochodzonej należności zasądzone zostały przez sąd I instancji z naruszeniem art. 455 k.c. w zw. z art. 481 par. 1 i 2 k.c.

Sąd Apelacyjny nie podziela także zarzutu naruszenia art. 123 k.c., 124 k.c. oraz art. 20 u.z.n.k., dzielając i przyjmując za własne wywody sądu I instancji co do terminu przedawnienia spornych należności.

Mając powyższe na uwadze, Sąd Apelacyjny podzielił ustalenia faktyczne sądu I instancji jedynie uzupełniając je o ustalenia dotyczące szczegółowych postanowień umownych między stronami, podzielił także rozważania prawne zawarte w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku i nie znajdując podstaw do uwzględnienia apelacji oddalił ją na podstawie art. 385 k.p.c.

O kosztach procesu za II instancję Sąd Apelacyjny orzekł zgodnie z wynikiem sporu, w oparciu o art. 98 par. 1 i 3 k.p.c.

Joanna Staszewska Zbigniew Stefan Cendrowski Ewa Kaniok