

Sygn. akt I ACa 587/16

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 20 czerwca 2017 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Katarzyna Polańska - Farion

Sędziowie: SA Beata Byszewska (spr.)

SO (del.) Katarzyna del. Kisiel

Protokolant: sekr. sądowy Izabela Katryńska

po rozpoznaniu w dniu 20 czerwca 2017 r. w Warszawie

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

przeciwko (...) spółce komandytowej z siedzibą w W., (...) spółce komandytowej z siedzibą w W. i (...) spółce komandytowej z siedzibą w W.

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanych od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 30 listopada 2015 r., sygn. akt XVI GC 149/14

I. oddala apelację;

II. zasądza na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. od: (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. kwotę 900 (dziewięćset) złotych, (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. kwotę 5400 (pięć tysięcy czterysta) złotych i (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. kwotę 3600 (trzy tysiące sześćset) złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

Katarzyna Kisiel Katarzyna Polańska-Farion Beata Byszewska

Sygn. akt I ACa 587/16

UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 14 stycznia 2014 roku (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. wniosła o zasądzenie od (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. kwoty 4 430,75 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od następujących kwot:

- od kwoty 2 748, 72 zł od dnia 30 kwietnia 2009 r. do dnia zapłaty,

- od kwoty 1 395, 73 zł od dnia 30 czerwca 2009 r. do dnia zapłaty,

- od kwoty 286, 30 zł od dnia 31 marca 2010 r. do dnia zapłaty,

oraz kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

W odpowiedzi na pozew (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. wniosła o oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powoda na jego rzecz kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Pozwem z dnia 14 stycznia 2014 roku (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. wniosła o zasądzenie od (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. kwoty 95 656,62 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od następujących kwot:

- od kwoty 16 803,59 zł od dnia 30 kwietnia 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 8 345,80 zł od dnia 30 czerwca 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 2 260,17 zł od dnia 31 sierpnia 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 2 417,42 zł od dnia 30 listopada 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 2 447,32 zł od dnia 29 stycznia 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 4 859,82 zł od dnia 31 marca 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 12 200,00 zł od dnia 30 kwietnia 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 3 302,13 zł od dnia 30 czerwca 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 4 319,64 zł od dnia 31 sierpnia 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 195,43 zł od dnia 29 października 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 2 671,20 zł od dnia 30 grudnia 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 6 150,00 zł od dnia 29 kwietnia 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 5 184,10 zł od dnia 31 maja 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 6 150,00 zł od dnia 30 sierpnia 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 6 150,00 zł od dnia 31 października 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 12 200,00 zł od dnia 30 listopada 2011 r. do dnia zapłaty,

oraz kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

W dniu 15 kwietnia 2014 r. Sąd Okręgowy w Warszawie, XVI Wydział Gospodarczy wydał nakaz zapłaty w postępowaniu upominawczym na kwotę wskazaną w pozwie (k. 234 akta sprawy XVI GC 689/14).

W sprzeciwie od nakazu zapłaty z dnia 30.05.2014 r. (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. wniosła o oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powoda na jego rzecz kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Postanowieniem z dnia 4 lipca 2014 r. połączono sprawę z powództwa (...) sp. z o.o. w W. przeciwko (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. połączono ze sprawą z powództwa (...) sp. z o.o. w W. przeciwko (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. pod sygnaturą XVI Gc 149/14. (k. 392 akta sprawy XVI GC 689/14)

Pozwem z dnia 14 stycznia 2014 roku (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. (...) wniosła o zasądzenie od (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. kwoty 25 400,26 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od następujących kwot:

- od kwoty 486, 02 zł od dnia 30 kwietnia 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 358, 59 zł od dnia 30 czerwca 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 954, 47 zł od dnia 31 sierpnia 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 1 925, 16 zł od dnia 31 października 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 225, 62 zł od dnia 30 listopada 2009 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 2 024 zł od dnia 26 lutego 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 3 450, 36 zł od dnia 31 marca 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 605, 18 zł od dnia 30 czerwca 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 1 776, 63 zł od dnia 30 lipca 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 1 419, 80 zł od dnia 31 sierpnia 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 1 190, 18 zł od dnia 29 października 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 993, 30 zł od dnia 30 grudnia 2010 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 2 677, 90 zł od dnia 31 stycznia 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 1 814, 37 zł od dnia 29 kwietnia 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 2 194, 90 zł od dnia 31 maja 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 362, 85 zł od dnia 29 lipca 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 624, 84 zł od dnia 31 października 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 741, 43 zł od dnia 31 października 2011 r. do dnia zapłaty,
- od kwoty 2 316, 09 zł od dnia 31 stycznia 2012 r. do dnia zapłaty,

oraz kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

W dniu 16 kwietnia 2014 r. Sąd Okręgowy w Warszawie, XVI Wydział Gospodarczy wydał nakaz zapłaty w postępowaniu upominawczym na kwotę wskazaną w pozwie (k. 242 w aktach sprawy XVI GC 699/14).

W sprzeciwie od nakazu zapłaty z dnia 16.05.2014 r. (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. wniosła o oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powoda na jego rzecz kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Postanowieniem z dnia 4 lipca 2014 r. połączono sprawę z powództwa (...) sp. z o.o. w W. przeciwko (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. połączono ze sprawą z powództwa (...) sp. z o.o. w W. przeciwko (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. pod sygnaturą XVI GC 149/14. (k.338 akt sprawy XVI GC 699/14)

Wyrokiem z dnia 30 listopada 2015 r. Sąd Okręgowy w Warszawie:

1. zasądził od (...) Spółka Komandytowa w W. na rzecz (...) Sp. z o.o. w W. kwotę 4.430,49 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 15 czerwca 2012 r. do dnia zapłaty

2. w pozostałym zakresie powództwo oddalił;
3. zasądził od (...) Spółka Komandytowa w W. na rzecz (...) Sp. z o.o. w W. kwotę 839,00 zł z tytułu zwrotu kosztów procesu,
4. zasądził od (...) Spółka Komandytowa w W. na rzecz (...) Sp. z o.o. w W. kwotę 95.656,62 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 03 lipca 2012 r. do dnia zapłaty;
5. pozostałym zakresie powództwo oddalił;
6. zasądził od (...) Spółka Komandytowa w W. na rzecz (...) Sp. z o.o. w W. kwotę 8400,00 zł z tytułu zwrotu kosztów procesu, w tym kwotę 3.600,00 zł;
7. zasądził od (...) Spółka Komandytowa w W. na rzecz (...) Sp. z o.o. w W. kwotę 25.390,26 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 18 lipca 2012 r. do dnia zapłaty
8. pozostałym zakresie powództwo oddalił;
9. zasądził od (...) spółka komandytowa w W. na rzecz (...) Sp. z o.o. w W. kwotę 3.688,00 zł z tytułu zwrotu kosztów procesu.

Powyższy wyrok zapadł po dokonaniu przez Sąd Okręgowy następujących ustaleń faktycznych i rozważań prawnych:

W dniu 2 stycznia 2009 roku pomiędzy (...) spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. jako dostawcą (dalej: powód) oraz spółkami wchodzącymi w skład grupy (...) (w tym (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. (dalej: (...)), (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. (dalej: (...)), (...) spółka komandytowa z siedzibą w W. (dalej: (...)) jako odbiorcami zawarta została umowa handlowa, której przedmiotem były warunki współpracy handlowej dotyczące całego asortymentu dostarczanego przez dostawcę do odbiorców. Umowa ta została zawarta na czas nieokreślony z zastrzeżeniem prawa do negocjowania warunków handlowych obowiązujących w następnym roku kalendarzowym.

Zgodnie z treścią ww. umowy chwilą przejścia własności towarów dostarczanych przez spółkę (...) był moment odebrania towaru na rampie sklepu odbiorcy.

W ww. umowie strony przewidziały również dodatkowe świadczenia dostawcy na rzecz odbiorców:

- bonus kwartalny warunkowy w wysokości 9,75 % zdefiniowanego w umowie obrotu (suma netto wszystkich faktur i faktur korygujących dostawcy (z tytułu zwrotu lub zmiany cen) zaksięgowanych przez odbiorcę w danym okresie rozliczeniowym (kwartale, półroczu, roku)) płatny pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w kwartale łącznego obrotu wszystkich odbiorców w wysokości 50 000 zł, płatny po zakończeniu każdego kwartału, w ciągu 30 dni od daty wystawienia not obciążeniowych przez wszystkich odbiorców;
- rabat na otwarcie w wysokości 7,0 %, obowiązujący przy powstaniu każdego kolejnego podmiotu (odbiorcy), utworzonego z udziałem (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, naliczany od całości zamówień złożonych przed otwarciem marketu (rozliczenie w fakturze dostawcy).

Ponadto w umowie przewidziano bonus za wzrost obrotu (określony procentowo, ulegał podwyższeniu po osiągnięciu określonego poziomu obrotów).

Jednocześnie z ww. umową handlową spółka (...) oraz spółki z grupy (...) (w tym spółki pozwane (...), (...) i (...)) zawarły umowę marketingową, która określała warunki i sposoby świadczenia przez odbiorców usług marketingowych i reklamowych na rzecz dostawcy. W przedmiotowej umowie odbiorcy zobowiązali się w okresie jej obowiązywania do świadczenia na rzecz dostawcy w sposób ciągły usług marketingowych i reklamowych, obejmujących w szczególności:

- a) ekspozycję w sklepie – organizację oraz stałą kontrolę ekspozycji towarów dostawcy w sposób zapewniający możliwie najkorzystniejszą ich prezentację w celu utrzymywania właściwego wizerunku dostawcy i jego towarów;
- b) akcje reklamowe w stosunku do wybranych towarów dostawcy, polegające w szczególności na umieszczaniu towarów w specjalnie oznaczonym i wyróżnionym miejscu regału, sklepu lub centrum handlowego;
- c) reklamę publiczną prowadzoną w środkach masowego przekazu, na billboardach, w Internecie lub w inny podobny sposób;
- d) druki – prezentację towarów na zlecenie dostawcy w materiałach wspierających sprzedaż przygotowywanych przez odbiorcę, takich jak inserty, gazetki itp.,

Strony zastrzegły możliwość dowolnej modyfikacji zakresu usług reklamowych świadczonych przez odbiorcę, w szczególności świadczenie na rzecz dostawcy usług marketingowych o charakterze okolicznościowym, związanych z takim wydarzeniami jak otwarcie nowego sklepu, reotwarcie sklepu, rocznica odbiorcy itp. Usługi okolicznościowe obejmować miały okres 7 dni przed otwarciem (reotwarciem lub rocznicą) do 7 dni po otwarciu (reotwarciu lub rocznicy) i mogły składać się w szczególności z:

- a) reklamy w gazecie wydawanej w związku z otwarciem (reotwarciem lub rocznicą) sklepu;
- b) wykorzystania strony internetowej poprzez umieszczenie na niej informacji o markach dostawcy, które będą dostępne w sklepie;
- c) umieszczanie w sklepie czasowej ekspozycji – tablicy z nazwami oferowanych marek, dostarczanych przez dostawcę;
- d) informacji zamieszczonej na billboardach przygotowanych w związku z otwarciem (reotwarciem lub rocznicą) sklepu;
- e) reklamy medialnej organizowanej w innej formie wybranej przez odbiorcę.

Wynagrodzenie za ww. usługi marketingowe okolicznościowe ustalono na kwotę 5000 zł na działania marketingowe w każdym nowo otwartym markecie oraz 5000 zł na działania marketingowe w każdym markecie po przebudowie.

Termin płatności za usługi określone w umowie marketingowej ustalono na 30 dni od daty wystawienia faktury VAT przez odbiorcę. Zgodnie z postanowieniami umowy płatność za ww. usługi miała być dokonywana na rachunek odbiorcy. Zobowiązanie odbiorcy mogło zostać uregulowane także przez potrącenie z należnością jaką posiada wobec dostawcy inny odbiorca. Kompensata miała być przeprowadzana przez (...) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością w imieniu odbiorców. Dokonanie kompensaty oznaczać miało jednocześnie dokonanie przelewu wierzytelności, w wyniku którego odbiorca stał się przez przelew wierzytelności, którą następnie skompensowano przez potrącenie ze zobowiązaniem, wierzycielem dostawcy w miejsce dotychczasowego odbiorcy- wierzyciela. Rozliczenie ekwiwalentu przelanej w celu kompensaty wierzytelności między odbiorcami następować miało na podstawie odrębnych uzgodnień odbiorców.

W dniu 4 stycznia 2010 roku spółka (...) oraz spółki z grupy (...) (w tym spółki pozwane (...), (...) i (...)) zawarły kolejną umowę handlową oraz umowę marketingową. Mocą przedmiotowych umów odbiorca zobowiązał się do świadczenia na rzecz dostawcy w sposób ciągły usług marketingowych zdefiniowanych analogicznie jak w ww. umowie marketingowej z dnia 2 stycznia 2009 roku. Wynagrodzenie za usługi marketingowe okolicznościowe, związane ze szczególnymi wydarzeniami określono na kwotę 5000 zł za usługi związane z otwarciem lub reotwarciem sklepu. Płatność wynagrodzenia za usługi miała być dokonywana na rachunek odbiorcy w terminie 30 dni od dnia wystawienia faktury VAT przez odbiorcę. Jednocześnie zastrzeżono, że zobowiązanie danego odbiorcy wobec dostawcy z dowolnego tytułu, może być uregulowane poprzez potrącenie wierzytelności danego odbiorcy lub też wierzytelności innych odbiorców, z wierzytelnością przysługującą dostawcy wobec danego odbiorcy lub innych odbiorców. Uregulowanie zobowiązania danego odbiorcy wobec dostawcy poprzez potrącenie wierzytelności innych odbiorców z wierzytelnością

dostawcy wobec odbiorców oznaczać miało, że odbiorca dokonujący takiego potrącenia uzyskał uprzednio od innych odbiorców przelew wierzytelności przysługujących tym innym odbiorcom wobec dostawcy. Płatności oraz potrącenia wierzytelności przysługujących dostawcy z wierzytelnościami przysługującymi odbiorcom od dostawcy dokonywane miały być przez (...) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością w imieniu i na rzecz odbiorców. Przesłanie przez spółkę (...) do dostawcy informacji o saldzie rozliczeń odbiorców z dostawcą miało być równoznaczne z dokonaniem potrącenia w imieniu i na rzecz odbiorców.

W dniu 4 stycznia 2010 roku spółka (...) zawarła ze spółkami wchodzącymi w skład grupy (...) (w tym spółki pozwane (...), (...) i (...)) także porozumienie w sprawie premii pieniężnych, w której strony uzgodniły, że obniżenie marży zysku z tytułu osiągnięcia planowanego przez strony pułapu zakupów będzie następować w ustalonych okresach czasu, w formie wypłaty premii pieniężnych. W treści porozumienia strony przewidziały:

- premię kwartalną warunkową w wysokości 10,00% obrotu zrealizowanego przez odbiorców w danym kwartale kalendarzowym, pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia przez wszystkich odbiorców poziomu obrotu produktami w wysokości 50 000 zł w danym kwartale kalendarzowym;

- premia za wzrost obrotu – premia przyznawana rocznie w wysokości ułamka procentowego obrotu zrealizowanego przez odbiorców w danym roku kalendarzowym, pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia przez wszystkich odbiorców w danym roku kalendarzowym określonych poziomów obrotu (1,25 % w przypadku obrotu w wysokości 750 000 zł, 1,50% w przypadku obrotu 1 000 000 zł oraz 1,75% w przypadku obrotu w wysokości 1 200 000 zł).

Premie te miały być płatne po zakończeniu odpowiednio kwartału (w przypadku premii kwartalnej warunkowej) lub roku kalendarzowego (w przypadku premii rocznej warunkowej oraz premii za wzrost obrotów) w terminie 30 dni od dnia wystawienia not obciążeniowych przez wszystkich odbiorców. Jednocześnie ustalono, że noty obciążeniowe w imieniu wszystkich odbiorców będą mogły być wystawiane przez (...) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością, a premie będą przyznawane poszczególnym odbiorcom proporcjonalnie do poziomu obrotu zrealizowanego przez poszczególnych odbiorców. Zobowiązanie danego odbiorcy wobec dostawcy z dowolnego tytułu, mogło zostać uregulowane poprzez potrącenie wierzytelności danego odbiorcy lub też wierzytelności innych odbiorców, z wierzytelnością przysługującą dostawcy wobec danego odbiorcy lub innych odbiorców.

Postanowienia w.w. umów dotyczących bonusów rocznych i kwartalnych oraz usług marketingowych nie podlegały negocjacom. W toku rozmów przedstawiciele spółek pozwanych (...), (...) i (...) przedstawiali spółce (...) ustalone odgórnie warunki (podpisanie umowy marketingowej oraz akceptacja opłat za otwarcie lub wejście do marketu, bonusów rocznych i kwartalnych), których przyjęcie stanowiło warunek nawiązania współpracy w zakresie dostawy towarów. Obrót, od którego był naliczany bonus roczny, nie był pomniejszany o obrót, od którego był naliczany bonus kwartalny, nadto bonusy za wzrost obrotu mogły być naliczane nawet przy jego faktycznym spadku. W trakcie corocznych spotkań dotyczących wysokości bonusów czy opłat marketingowych przedstawiciele pozwanych spółek nie wyrażali zgodny na wnioskowane przez powoda obniżenie wysokości obciążeń. Powód nie miał również możliwości rezygnacji z przewidzianych w umowach usług marketingowych. Brak zgody skutkowało zakończeniem współpracy.

Na podstawie łączących strony umów o współpracy spółka (...) dostarczała (...), (...) i (...) tusze, tonery i papier do drukarek.

(...) na podstawie ww. postanowień umownych pozwany obciążył powoda opłatami tytułem:

- bonusu kwartalnego warunkowego 9.750 % w wysokości kwotę 1.573,23 zł nałożonego notą obciążeniową (...) z dnia 9.03.2009 skompensowaną dnia 30.04.2009 r.

- bonusu za wzrost obrotu 2,000 % w wysokości 1.175,49 zł, nałożonego notą obciążeniową (...) z dnia 9.03.2009 skompensowaną dnia 30.04.2009 r.

- bonusu kwartalnego warunkowego 9.750 % w wysokości 1 395,73 zł, nałożonego notą obciążeniową (...) z 28.05.2009 skompensowaną dnia 30.06.2009 r.

- bonusu za wzrost obrotu w wysokości 286, 30 zł nałożonego notą obciążeniową (...) z dnia 4.03.2010 skompensowaną dnia 31.03.2010 r..

Opłaty te zostały przez pozwanego pobrane w ten sposób, że pozwany w.w. należności potrącał z wierzytelnościami przysługującymi powodowi z tytułu sprzedaży towarów.

(...) na podstawie w.w. postanowień umownych nałożył na powoda następujące opłaty:

- bonus - premia za wzrost obrotu- 1.750 % za obrót roczny 2010 w wysokości 2.334.20 zł naliczona notą obciążeniową (...) w dniu 08.03.2011, potrącona dnia 31.05.2011

- bonus 10.000 % - premia kwartalna warunkowa za 4 kwartał 2010 w wysokości 2.849.90 zł, naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 08.03.2011, potrącona dnia 31.05.2011 r.,

- bonus - 10.000 % - premia kwartalna warunkowa za 3 kwartał 2010 r. w wysokości 2.671,20 zł naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 08.11.2010 potrącona dnia 30.12.2010 r.

- bonus - premia kwartalna warunkowa (dociążenia) za 1 półrocze 2010 r. w wysokości 195,43 zł naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 23.09.2010 r. , potrącona dnia 29.10.2010 r.,

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 2 kwartał 2010 r. w wysokości 4 319,64 zł naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 22.07.2010 potrącona dnia 31.08.2010 r.,

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 1 kwartał 2010 r. w wysokości 3 302,13 zł naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 13.05.2010 potrącona dnia 20.06.2010 r,

- bonus roczny za obrót 2009 r. w wysokości 2 005,90 zł, naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 04.03.2010 potrącona dnia 31.03.2010 r.,

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 4 kwartał 2009 r. w wysokości 2 853,92 zł, naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 04.03.2010 r. potrącona 31.03.2010 r.,

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 3 kwartał 2009 r. w wysokości 2 417,42 zł naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 23.10.2009 r potrącona 30.11.2009r.,

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 2 kwartał 2009 r. w wysokości 2 260,17 zł naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 08.07.2009r. potrącona 31.08.2009r.,

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 1 kwartał 2009 r. w wysokości 2 245,80 zł naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 28.05.2009 r. potrącona 30.06.2009 r.,

- bonus roczny za obrót 2008 r. w wysokości 1 800,49 zł, naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 31.03.2009 r. potrącona dnia 30.04.2009 r.,

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 4 kwartał 2008 r. w wysokości 2 803,10 zł, naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 9.03.2009 r. potrącona dnia 30.04.2009 r.,

- opłata za działania marketingowe okolicznościowe po przebudowie w wysokości 6 100,00 zł, naliczona notą obciążeniową (...) z dnia 29.05.2009 r potrącona dnia 30.04.2009 r.

Dnia 07.03.2011r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów dostawcy marki C.. 21 marca 2011 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 6 150,00zł tytułem wy opłaty za ekspozycję. Należność ta została potrącona 29.04.2011 r.

Dnia 13.06.2011r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów dostawcy marki C. . 29.06.2011 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 6 150,00zł tytułem wy opłaty za ekspozycję. Należność ta została potrącona 30.04.2011 r.

Dnia 05.09.2011r. (...) i powód zawarły porozumienie pot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów dostawcy marki C. . 15.09.2011 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 6 150,00zł tytułem wy opłaty za ekspozycję. Należność ta została potrącona 31.10.2011 r.

Dnia 8.03.2010r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów dostawcy na terenie marketu (...). 19.03.2010 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 12 200,00zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów D. na terenie (...). Należność ta została potrącona 30.04.2010 r.

Dnia 07.09.2010r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów dostawcy na terenie marketu (...). 17.09.2010 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 12 200,00zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów Dostawcy na terenie (...). Należność ta została potrącona 30.11.2010 r.

Dnia 10.12.2009r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów dostawcy marki C.. 16.12.2009 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 2 447,32 zł , tytułem opłaty za ekspozycję produktów Dostawcy na terenie (...). Należność ta została potrącona 29.01.2010 r.

Dnia 16.03.2009r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów dostawcy marki C.. 20.03.2009 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 12 200,00 zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów Dostawcy na terenie (...). Należność ta została potrącona 30.04.2009 r.

Usługi te nie zostały wykonane w sposób ekwiwalentny do naliczonej opłaty.

Opłaty te zostały przez pozwanego pobrane w ten sposób, że pozwany w.w. należności potrącał z wierzytelnościami przysługującymi powodowi z tytułu sprzedaży towarów.

(...) na podstawie w.w. postanowień umownych dotyczących bonusów i rabatów nałożył na powoda następujące opłaty:

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 4 kwartał 2010 r. w wysokości

2 194, 90 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 08.03.2011r., potrącony 29.04.2011 r.

- bonus - premia za wzrost obrotu w 2010 r. w wysokości 921, 39 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 08.03.2011r., potrącony 31.05.2011 r.

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 3 kwartał 2010 r. w wysokości 993, 30 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 08.11.2010r., potrącony 30.12.2010 r.

- bonus - premia kwartalna warunkowa (dociążenia) za 1 i 2 kwartał 2010 r. w wysokości 51,92 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 23.09.2010r., potrącony 29.10.2010 r.

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 2 kwartał 2010 r. w wysokości 1 419, 80 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 27.07.2010r., potrącony 31.08.2010 r.

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 1 kwartał 2010 r. w wysokości 605, 18 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 13.05.2010r., potrącony 30.06.2010 r.

- bonus za wzrost obrotu w 2009 r. w wysokości 720, 46 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 04.03.2010r., potrącony 31.03.2010 r.

- bonus kwartalny warunkowy za 4 kwartał 2009 r. w wysokości 1 973, 50 zł, nałożona notą obciążeniową (...) dniu 04.03.2010r., potrącony 31.03.2010 r.

- bonus kwartalny od obrotu w wysokości 2 024 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 11.01.2010r., potrącony 26.02.2010 r.

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 3 kwartał 2009 r. w wysokości 225, 62 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 23.10.2009r., potrącony 30.11.2008 r.

bonus - premia kwartalna warunkowa za 2 kwartał 2009 r. w wysokości 954, 47 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 08.07.2009r., potrącony 31.08.2008 r.

- bonus - premia kwartalna warunkowa za 1 kwartał 2009 r. w wysokości 358, 59 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 28.06.2009r., potrącony 30.06.2008 r.

- bonus za wzrost obrotu w 2008 r. w wysokości 312,04 zł, nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 09.03.2009r., potrącony 30.04.2008 r.

- bonus kwartalny warunkowy za 4 kwartał 2008 r. w wysokości 173, 98 zł nałożona notą obciążeniową (...) w dniu 09.03.2009r., potrącony 30.04.2008 r.

Dnia 29.05.2009r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów A. i C. dostawcy. 19.09.2009 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 1 925,16 zł , tytułem opłaty za ekspozycję produktów A. C. w okresie czerwiec - sierpień 2009. Należność ta została potrącona 30.10.2009 r.

Dnia 01.02.2010r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów A. i C. dostawcy. 15.04.2010 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 756,40 zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów A. C. na terenie (...) w marcu 2010. Należność ta została potrącona 10.05.2010 r.

Dnia. 07 kwietnia 2010 (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów A. i C. dostawcy. 18.05.2010 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 610,00 zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów A. C. na terenie (...) w kwietniu 2010. Należność ta została potrącona 30.06.2010 r.

Dnia 07.04.2010r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na reklamie produktów C. (...) Czarny Kartridż: w gazetce (...) w miesiącu KWIETNIU 2010. 21.06.2010 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 1 776,63 zł, tytułem opłaty za reklamę produktów C. (...) w gazetce (...) w kwietniu 2010. Należność ta została potrącona 30.07.2010 r.

Dnia 07.04.2010r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów A. i C. dostawcy. 21.09.2010 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 1 138,26 zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów A. i C. w okresie III kwartału 2010 . Należność ta została potrącona 29.10.2010 r.

Dnia 01.12.2010r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji indywidualnej produktów C. (...) dostawcy 20.12.2010 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...) na kwotę 2 677,90 zł, tytułem opłaty za ekspozycję indywidualna produktów C. na terenie (...). . Należność ta została potrącona 31.01.2011 r.

Dnia 1 stycznia 2011r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów C. w (...) w pierwszym kwartale 2011. 21.03.2011 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...), na kwotę 892,98 zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów C. na terenie marketu. Należność ta została potrącona 31.01.2011 r.

Dnia 21.06.2011 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...), na kwotę 362,85 zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów C. (...) w (...). Należność ta została potrącona 29.07.2011 r.

Dnia 1 lipca 2011r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji produktów C. w (...) w trzecim kwartale 2011 19.09.2011 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...), na kwotę 624,84 zł, tytułem opłaty za ekspozycję produktów C. na terenie (...). Należność ta została potrącona 31.10.2011 r.

Dnia 1 października 2011r. (...) i powód zawarły porozumienie dot. wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, w którym (...) zobowiązał się przeprowadzić działania marketingowe polegające na ekspozycji indywidualnej produktów C. w (...) w czwartym kwartale 2011. 19.09.2011 roku (...) wystawił powodowi fakturę VAT nr (...), na kwotę 2 316,09 zł tytułem opłaty za ekspozycję produktów C. na terenie marketu. Należność ta została potrącona 31.01.2012 r.

Usługi te nie zostały wykonane w sposób ekwiwalentny do naliczonej opłaty.

Opłaty te zostały przez pozwanego pobrane od powoda w ten sposób, że pozwany wystawiał faktury i noty obciążeniowe, a następnie należności z tych faktur (not obciążeniowych) potrącał z wierzytelnościami przysługującymi powodowi z tytułu sprzedaży towarów.

Powód w trakcie współpracy ze spółkami pozwanymi podejmował własne działania promocyjne, zlecając różnym podmiotom promocję jego towaru w marketach.

W dniu 31 maja 2010 roku pomiędzy spółką (...) (faktorant) oraz (...) Bank (...) spółką akcyjną z siedzibą w W. (bank) zawarta została umowa faktoringowa nr (...), której przedmiotem było określenie zasad nabywania przez bank wierzytelności pieniężnych z tytułu umów handlowych udokumentowanych przez faktoranta w formie faktur VAT za dostawy towarów lub usług, przysługujących faktorantowi wobec (...).

Dnia 27 kwietnia 2012 roku powódka złożyła wnioski o zawezwanie do próby ugodowej wobec pozwanych w tej sprawie w zakresie kwot dochodzonych w niniejszym postępowaniu. Odpisy wniosków zostały doręczone w czerwcu i lipcu 2012 r. Do zawarcia ugód nie doszło.

Oceniając zgromadzony w sprawie materiał dowodowy Sąd Okręgowy uznał, że powództwo jest w przeważającej części zasadne.

Sąd Okręgowy w pierwszej kolejności wskazał, że nie uwzględnił zarzutu pozwanych braku legitymacji czynnej powoda wobec zawarcia umowy faktoringowej z dnia 31 maja 2010 roku, gdyż zdaniem tego Sądu dochodzone w niniejszej sprawie wierzytelności o zwrot nienależnie pobranych opłat nie zostały objęte wspomnianą umową faktoringową. Przedmiotem tej umowy były bowiem jedynie wierzytelności pieniężne przysługujące powodce z tytułu dostawy

towarów lub świadczenia usług. Dochodzone w niniejszej sprawie wierzytelności nie są zaś wierzytelnościami o zapłatę ceny dostarczonych towarów, czy wynagrodzenia za świadczenie usług. Powódka dochodzi bowiem zwrotu nienależnie pobranych opłat stanowiących inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, zakazane na podstawie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Nadto z dołączonego do akt sprawy zestawienia – wydruku z systemu komputerowego (...) wynika, że faktury pozwanego z których dokonano potrąceń zostały wyłączone z zakresu przedmiotowego umowy factoringowej.

Oceniając merytoryczną zasadność powództwa Sąd Okręgowy odwołał się do art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j.: Dz. U. z 2003 r. nr 153, poz. 1503, ze zm. – dalej: „u.z.n.k.”), zgodnie z którym czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Jednocześnie Sąd Okręgowy wskazał, że w przypadku ustalenia iż doszło do narzucenia opłat czy braku ich ekwiwalentności, opłaty powinny zostać uznane za niedozwolone oraz wskazał, iż użyte w treści art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. pojęcie „marża handlowa” oznacza, w przypadku umów sprzedaży i dostawy, różnicę pomiędzy uzyskaną przez kupującego ceną odsprzedaży, a ceną zakupu. Zawarty w powołanym przepisie zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży wskazuje, iż strony umowy sprzedaży powinny ograniczyć się zasadniczo do ustalenia wysokości marży czy ceny zbywanego towaru (bez znaczenia w omawianym kontekście jest ich wysokość). Istotne jest to, że nie jest dopuszczalne pobieranie opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze standardową sprzedażą towarów ostatecznemu odbiorcy.

W niniejszej sprawie ocenie podlegała zasadność obciążania dostawcy przez pozwane spółki (...), (...) i (...) opłatami za usługi marketingowe okolicznościowe, które miały być świadczone przez odbiorcę na rzecz dostawcy, a także bonusami kwartalnymi i rocznymi.

Sąd Okręgowy podkreślił, że art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie wyłącza możliwości świadczenia przez sklep wielkopowierzchniowy na rzecz dostawcy usług w zamian za wynagrodzenie. Istotne znaczenie dla oceny dopuszczalności pobieranych przez market należności ma jednak, czy usługi, za które pobierane jest wynagrodzenie, są rzeczywiście świadczone na rzecz dostawcy, czy dostawca odnosi z nich realne korzyści, a także czy pobrane za nie wynagrodzenie jest ekwiwalentne w stosunku do świadczenia wzajemnego sklepu. W przedmiotowej sprawie strona powódka – zdaniem Sądu Okręgowego – zdołała wykazać, iż pozwane spółki (...), (...) i (...) nie spełniały ekwiwalentnych świadczeń marketingowych w zamian za opłaty wystawiane tytułem usług opisanych na fakturze jako ekspozycje dostawcy. Świadek M. L. zeznał, iż o fikcyjnym charakterze porozumień wiedziały obie negocjujące strony już w chwili zawierania konkretnych porozumień marketingowych. Świadek wskazał, iż na gotowym formularzu zaznaczana pozycja ekspozycja towaru dostawcy na terenie marketu, pod którą były umieszczane wcześniej uzgodnione kwoty za opłatę półkową. Żadne usługi na korzyść powoda nie były świadczone. Świadek podkreślił, iż z reguły w porozumieniu o przedsięwzięcie marketingowe nie było sprecyzowane, jakiego towaru akcja ma dotyczyć ani w jakiej ilości. Podawane daty miały również charakter fikcyjny, gdyż w tych okresach nie odbywały się żadne specjalne akcje marketingowe. Świadek wskazał także, iż okazane mu zdjęcia nie przedstawiały akcji promocyjnych, a normalną, typową ekspozycję, a widoczne na niektórych z nich logo (...) zostało tam umieszczone celem sporządzenia materiału dla niniejszej sprawy i nie znajdowało się tam, co potwierdziła także świadek A. M., często pojawiająca się na sklepowych halach.

Świadek M. L. wskazał, iż powód nie miał wpływu na ekspozycję. Decydował o tym sklep, czyli kierownik stoiska. Powód nie zamawiał też szczególnych form ekspozycji ani usług marketingowych. Świadek podkreślił, iż jeśli pozwane spółki podejmowały akcje promocyjne, to nie w celu świadczenia usług na rzecz powoda i nie w związku z zawieraniem porozumieniami. Świadek objaśnił, iż czasem w wyniku specjalnej, uzgodnionej z danym marketem oferty market kupował znaczną partię produktu za niższą cenę. Wówczas market podejmował kroki, żeby zwiększoną partię towaru sprzedać – umieszczając promocję w gazecie bądź w inny sposób, akcje te nie dotyczyły jednak powoda, którego rola ograniczała się do ustalenia niższej ceny. Zeznania te w całości potwierdziła świadek A. M.. W związku z powyższym należało uznać, iż usługi marketingowe polegające na szczególnej ekspozycji nie były świadczone na rzecz powoda.

Co do porozumienia zawartego dnia 07 kwietnia 2010r. pomiędzy powodem a (...) dotyczącego usługi reklama produktów C. (...) Czarny Kartridż: w gazetce (...) w miesiącu kwietniu 2010, za którą wystawiono fakturę (...) na kwotę 1 776,63 zł, należy wskazać, iż świadek A. M. zaprzeczyła, iż zamawiała tę usługę, nadto wskazała, iż na dołączonym do faktury zdjęciu nie znajdują się produkty powoda. Nadto, świadek M. L. wskazał, iż pozwane spółki nie promowały w gazetkach powoda, a jedynie zamieszczały informacje o promocjach cenowych, mających doprowadzić do zbytu posiadanego przez nich w dużej ilości towaru nabytego po obniżonej cenie. Umieszczona w gazetce (XVI GC 699/14 k. 290) informacja ogranicza się do zamieszczenia treści informującej o cenie tuszu, brak jest natomiast przekazu dotyczącego pozytywnych cech towaru bądź marki. Wobec braku dowodu ze strony pozwanej spółki (...) na to, iż w gazetce rzeczywiście znajdowały się treści promujące towar bądź markę powoda, a nie tylko informacja o obniżonej cenie, nie mająca wpływu na wizerunek powoda, Sąd Okręgowy uznał, iż również ta usługa nie została wykonana.

Sąd Okręgowy odwołując się do orzecznictwa wskazał- w świetle ustalenia, że własność towaru przechodziła na nabywcę z chwilą wydania mu towaru przez powoda że usługi marketingowe nie były zatem świadczone na jego rzecz, gdyż zmierzały do jak najszybszej sprzedaży towarów należących już do pozwanego . Nadto wskazał, że działania polegające na wystawianiu towarów na półkach czy też informowania o ich właściwościach mieszczą się w ramach zadań każdego sprzedawcy i nie może to prowadzić do przerzucania na dostawcę kosztów działalności handlowej sklepów. Takie postanowienia umowne stanowią wypaczenie elementarnych reguł handlowych i jako takie podpadają pod regulację ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W tym kontekście Sąd Okręgowy podkreślił, że ani z załączonych zdjęć, ani z treści przedłożonych porozumień ani zeznań świadków nie wynika, by na ekspozycjach towarów sprzedanych pozwanemu przez powoda znajdowały się treści promujące markę powoda i budujące u poszczególnych odbiorców przekonanie o szczególnych pozytywnych cechach towarów powoda. Nadto, jak wskazali świadkowie A. M. i M. L., powód nie zlecał żadnych działań promocyjnych pozwanym spółkom, zaś podpisywane umowy służyły jedynie zamaskowaniu niedozwolonych opłat, od których uzależniona była współpraca z marketami sieci (...).

W związku z powyższym w ocenie Sądu Okręgowego ze zgromadzonego materiału wynika, iż pozwana nie dostarczała w zamian za pobierane opłaty z tytułu usług marketingowych ekwiwalentnych świadczeń przynoszących korzyść powodowi. Okoliczności tej nie wykazują dołączone do akt sprawy zdjęcia, które miały przedstawić, w jaki sposób towar dostarczony przez powódkę miał być eksponowany. Zeznający świadkowie M. L. , A. M. wskazali, że są to normalne ekspozycje, zaś napis (...)został nad nimi umieszczony jedynie na potrzeby zdjęcia. Nadto, do różnych faktur zostały dołączone kopie tego samego zdjęcia, co potwierdza twierdzenie w.w. świadków o tym, iż zdjęcia te nie obrazują rzeczywistych działań pozwanych spółek.

Dalej Sąd Okręgowy ocenił, że w okolicznościach niniejszej sprawy za czyn nieuczciwej konkurencji stypizowany w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. należało uznać również pobieranie przez pozwaną premii oraz bonusów (kwartalnych, rocznych, za wzrost obrotu). Sąd Okręgowy- nie kwestionując stanowiska strony pozwanej, zgodnie z którym udzielanie odbiorcy przez dostawcę rabatu jest dopuszczalne na gruncie polskiego prawa – uznał jednocześnie, że przy ocenie, czy w konkretnym przypadku udzielenie takiego rabatu było dopuszczalne, należy odnieść się do realiów konkretnej sprawy.

Zdaniem Sądu Okręgowego o niedozwolonym charakterze opłat pobieranych przez spółki (...), (...) i (...) pod nazwą premii i bonusów w niniejszej sprawie świadczy przede wszystkim sposób ich pobrania. Gdyby uznać, że opłaty te stanowiły rabat udzielany dobrowolnie przez dostawcę, to powinien go udzielić dostawca np. na fakturze lub poprzez korektę do uprzednio wystawionej faktury. Tymczasem w rozpoznawanej sprawie rabaty były naliczane samodzielnie przez odbiorcę, a dostawca był nimi obciążony na podstawie wystawionych przez pozwaną not obciążeniowych, co – zdaniem Sądu Okręgowego - uprawnia do stwierdzenia, że nie był to rodzaj upustu udzielanego przez dostawcę, lecz opłata pobierana przez pozwaną, której wysokość była uzależniona od wielkości obrotu osiągniętego w oznaczonym okresie. Sąd Okręgowy wskazał na fakt, że przy ustalaniu podstawy wymiaru rabatu brano pod uwagę była wielkość obrotu ze wszystkimi odbiorcami (tj. wszystkimi spółkami z grupy (...)), a nie wielkość obrotu z pozwaną spółką, a rabat był naliczany kwartalnie, półrocznie oraz rocznie od całego obrotu w danym okresie. Oznaczało to w konsekwencji, że ta sama kwota była wielokrotnie uwzględniana przy ustalaniu podstawy wymiaru rabatu. Wielkość

obrotu osiągniętego w danym kwartale uwzględniana była przy ustaleniu rabatu kwartalnego, rabatu półrocznego oraz rabatu rocznego. Dodatkowo, jak wskazali świadkowie A. M. i M. L., a także świadek W. O. – mimo iż rabat pomniejszyła należną dostawcy cenę sprzedaży – nie był on brany pod uwagę przy ustalaniu wielkości obrotu stanowiącej podstawę naliczania tego rabatu (nie pomniejszyła podstawy wymiaru bonusów i premii), powodując tym samym wzrost wielkości pobranych opłat. Jednocześnie ten sam obrót stanowił podstawę do naliczania wszystkich ww. rodzajów bonusów przez wszystkie spółki z grupy (...), do których powódka sprzedawała swoje towary, niezależnie od wielkości sprzedaży do poszczególnych spółek.

O bezprawnym charakterze opłat określanych jako bonusy i premie mogą świadczyć również wskazane mechanizmy naliczania premii. Jak wskazał świadek M. L., w przypadku premii kwartalnej warunkowej, przewidującej wypłacenie premii w wysokości 10% od kwartalnego obrotu, jeżeli ten obrót w kwartale przekroczy 50 000 zł, warunek wypłacenia tej premii był pozorny, ponieważ poziom obrotu rzeczywiście realizowanego był kilkunastokrotnie wyższy w danym kwartale. Świadek wskazał, iż faktyczne obroty wynosiły rocznie około 2 600 000 zł, czyli w kwartale 650 000 zł. Co do drugiego rodzaju premii, o nazwie premia roczna za wzrost obrotu, wynoszącej zależnie od zrealizowanego obrotu rocznego od 1,25 do 1,75%, to warunek uzyskania tej premii był całkowicie pozorny, ponieważ premia ta wbrew swojej nazwie musiała być udzielana nawet w przypadku ogromnego spadku obrotów, a nie tylko przy wzroście. Powyższe świadczy, w ocenie Sądu Okręgowego o ich niedozwolonym charakterze.

Za niezasadne uznał Sąd Okręgowy twierdzenia pozwanych, że naliczane opłaty miały charakter rabatów potransakcyjnych. Opłaty pobierane on (...) nie miały później żadnego odzwierciedlenia w cenach oferowanych przez sieć ostatecznemu klientowi. (...) zakładał pewną marżę od ceny fakturowanej przez (...) i w ten sposób powstawała cena sprzedaży dla klienta. Wysokość wypłacanych bonusów w tej kalkulacji w ogóle nie była uwzględniana, nie były one elementem ceny.

Pozwane spółki powołały się na - aprobującą takie praktyki - interpretację wszelkiego rodzaju bonusów i rabatów, dokonywaną przez Ministerstwo Finansów na gruncie przepisów podatkowych. Nie kwestionując zasadności postulatu potrzeby spójności prawa cywilnego i podatkowego, nie można jednocześnie uznać, iż pozytywna dla pozwanej interpretacja podatkowa przesądzać powinna zawsze o zgodności określonych praktyk z ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W rozpoznawanej sprawie Sąd Okręgowy nie dopatrywał się po stronie pozwanej spółki wykonywania jakichkolwiek usług, za które pozwanej należne byłoby wynagrodzenie (w postaci tzw. bonusów i premii). Zdaniem Sądu Okręgowego, przytoczona powyżej argumentacja prowadzi do wniosku, iż ww. opłaty (pomimo nazwania ich bonusami i premiami oraz uzależnienia od wielkości obrotu) stanowiły niedozwolone opłaty, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Tymczasem organy podatkowe takiej interpretacji nie dokonują, oceniając czynności prawne wyłącznie w zakresie zgodności z prawem podatkowym, co nie mogło wpływać na samodzielną ocenę dokonywaną przez Sąd w niniejszym postępowaniu.

Zdaniem Sądu Okręgowego za chybiony należało uznać zarzut pozwanego, iż działania pozwanego nie utrudniały powodowi dostępu do rynku poprzez utrudnianie rynkowej konfrontacji sprzedawanych przez powoda produktów i dotarcie do finalnego odbiorcy, a także na okoliczność, iż powód nie doznał przeszkód w zbywaniu swoich towarów innym niż pozwany odbiorcom. Przede wszystkim trzeba podkreślić, że „dostęp do rynku”, o jakim mowa jest w powołanym przepisie, rozumiany jest w doktrynie szeroko, tj. jako swoboda wejścia na rynek, wyjścia z niego, a także oferowania na nim swoich towarów i usług. W związku z tym utrudnianie dostępu do rynku jest utożsamiane z pojęciem „utrudniania prowadzenia działalności gospodarczej” (zob. T. Skoczny, M. Bernatt [w:] J. Szwejca (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2013, s. 572, E. Nowińska, M. du Vall, Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2013, s. 247). Nie ma potrzeby „wyznaczać” rynku, gdyż jest nim, w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., rynek wykreowany pomiędzy stronami transakcji (zob. postanowienie SN z dnia 19.05.2011 r., I CSK 700/10, Lex nr 1294148, T. Skoczny, M. Bernatt [w:] J. Szwejca (red.), Komentarz, s. 570). Nie chodzi tu więc o wszelkie możliwe transakcje, jakie ewentualnie mogą być zawarte przez dostawcę towarów do sklepu z jakimkolwiek podmiotem prowadzącym sklep. W świetle tego przepisu bez znaczenia pozostaje okoliczność czy sprzedawca mógł zbyć te towary innym kupującemu, oraz czy zbycie towarów przedsiębiorcy pobierającemu takie opłaty jest mniej czy bardziej opłacalne ekonomicznie dla sprzedającego, niż

zbycie innemu przedsiębiorcy. Należy podkreślić, iż samo nałożenie przez kupującego na dostawcę lub sprzedającego obowiązku uiszczania dodatkowych opłat jako warunku dokonywania zakupu stanowi utrudnienie dostępu do rynku w rozumieniu rynku kreowanego przez klientów tego kupującego (tu: pozwanych spółek, ale i pozostałych spółek z grupy (...)) – dalej: (...)). W rozpoznawanej sprawie możliwość dostaw do jednej lub kilku spółek z grupy (...) była uzależniona od zawarcia ramowej umowy o współpracy i umowy marketingowej z całą grupą, dysponującą poważnym rynkiem zbytu dla produktów powoda: siecią wielkopowierzchniowych sklepów ze sprzętem RTV i AGD na terenie całego kraju, co wiązało się z kolei z koniecznością uiszczania omawianych opłat. Nieudzielenie zgody przez dostawcę na warunki umowne określające prawo pozwanej do ich pobierania oznaczało brak współpracy z pozwanymi spółkami a w konsekwencji ograniczenie w dostępie do znacznej części rynku, kreowanej przez klientów pozwanych i innych spółek (...), co wynikało z zeznań świadka L., jako że brak zgody na dalsze pobieranie przez pozwaną (...) doprowadził do zerwania współpracy z tym marketem, co potwierdza korespondencja mailowa. Trudno także uznać, w ocenie Sądu Okręgowego, że pobieranie opłat bez innego ekwiwalentu po stronie pozwanej spółki niż możliwość dokonywania dostaw do ww. sieci nie stanowiło dla powoda utrudnienia w dostępie do rynku. Omawiane opłaty poprzez konieczność uwzględnienia ich przy kalkulowaniu kosztów prowadzonej działalności gospodarczej wpływały także na niemożność obniżenia cen, co mogłoby z kolei zwiększyć sprzedaż, a tym samym rozszerzyć rynek, szczególnie wśród klientów (...), zwłaszcza tych, dla których szczególnie liczyła się cena towaru. Sąd Okręgowy podkreślił, że w art. 15 ust. 1 u.z.n.k. mowa jest o utrudnianiu dostępu do rynku, czyli stwarzaniu przeszkód w prowadzeniu działalności gospodarczej, nie zaś o wyeliminowaniu z 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). Bez wątplenia pobieranie przez stronę pozwaną opłat z tytułu usług promocyjnych, które faktycznie nie zostały wykonane na rzecz strony powodowej czy obowiązek powoda do uiszczania opłat z tytułu bonusów uzależnionych od obrotu stanowił czyn nieuczciwej konkurencji, który utrudniał powodowi dostęp do rynku w rozumieniu art. 3 ust. 1 u.z.n.k., było to działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta.

Sąd Okręgowy wskazał, że samodzielną podstawę dochodzenia zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży stanowi art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. Zbędne zatem jest odwoływanie się do konstrukcji nieważności umowy, co potwierdził w swojej uchwale z dnia 19.08.2009 r. Sąd Najwyższy (III CZP 58/09, niepubl.). Zgodnie z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., w związku z uznaniem, że pozwany dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji, powodowi przysługiwało roszczenie o zwrot bezpodstawnie uzyskanych korzyści na zasadach ogólnych. Powołany przepis zawiera bezspornie odesłanie do przepisów o bezpodstawnym wzbogaceniu (art. 405 k.c. i nast.). Przesłankami powstania takiego roszczenia jest istnienie przesunięcia majątkowego oraz brak podstawy prawnej takiego przesunięcia. Nie ulega wątpliwości, że fakt popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji zastępuje przesłankę braku podstawy prawnej, o której mowa w art. 405 k.c. W ocenie Sądu Okręgowego w związku z pobraniem zakazanych przez ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji opłat przez pozwane spółki, doszło do zubożenia powoda i wzbogacenia pozwanych spółek, gdzie wartość zubożenia powodowej spółki i wzbogacenia pozwanych spółek wyznacza łączna kwota pobrana tytułem niedozwolonych opłat. Zdaniem Sądu Okręgowego pozwany nie wykazał, że powód uwzględnił je w cenie towarów sprzedawanych pozwanej spółce.

Z powyższych przyczyn Sąd Okręgowy uwzględnił powództwo jak w punktach 1, 4 i 7, oddalając powództwo w stosunku do (...) sp. z o.o. w Z. w zakresie kwoty 10 zł jako nieudowodnionej.

O odsetkach Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 481 § 1 k.c. w zw. z art. 455 k.c., przydając charakter wezwania do zapłaty zawezwaniu pozwanego do próby ugodowej. Stąd też roszczenie powoda zostało oddalone w zakresie części należności odsetkowych.

Mając na uwadze iż powód uległ tylko co do nieznacznej części swego żądania, o kosztach Sąd Okręgowy orzekł zgodnie z zasadą odpowiedzialności za wynik postępowania na podstawie art. 98 k.p.c.

Apelacje od tego wyroku wnieśli pozwani, zaskarżając wyrok w zakresie uwzględniającym powództwo w stosunku do każdego z pozwanych oraz w zakresie rozstrzygnięcia o kosztach odnośnie każdego z pozwanych, wnosząc o zmianę zaskarżonego wyroku i oddalenie powództwa w pozostałej części w stosunku do każdego z pozwanych oraz zasądzenie od powódki na rzecz każdego z pozwanych kosztów procesu.

Pozwani we wszystkich apelacjach sformułowali tożsame zarzuty, wskazując na:

-naruszenie przepisów postępowania, mające wpływ na wynik postępowania, to jest art. 228 k.p.c. i 233 § 1 k.p.c. poprzez dokonanie oceny dowodów zebranych w sprawie niezgodnie z ich treścią oraz sprzecznie z zasadami logiki i doświadczenia życiowego, jak również z naruszeniem zasady wszechstronnej oceny materiału dowodowego, prowadzące do wskazanych poniżej błędnych ustaleń faktycznych, iż:

a.) powód nie miał żadnego wpływu na kształt uregulowań umownych dotyczących obowiązku uiszczenia przez nią opłat, podczas gdy - co wynika z zebranego materiału dowodowego, umowy były negocjowane i strony wspólnie ustalały ich zakres,

b.) pozwany utrudnił powódce dostęp do rynku, podczas gdy:

> usługi promocyjne i marketingowe nie były wykonywane na rzecz powoda, podczas gdy z zebranego materiału dowodowego wynika, iż usługi marketingowe były wykonywane na rzecz powoda i było promowane logo powoda,

> pobieranie opłaty z tytułu usług marketingowych wynikało z dominującej pozycji pozwanego oraz świadomego wykorzystania przez niego swojej pozycji na rynku, podczas gdy ani w trakcie negocjacji, ani w trakcie współpracy stron pozwany nigdy nie wykorzystywał jakiegokolwiek „pozycji na rynku”, abstrahując od braku wyjaśnienia znaczenia użytej terminologii w tym zakresie,

> pobieranie opłaty z tytułu bonusów wynikało z dominującej pozycji pozwanego oraz świadomego wykorzystania przez niego swojej pozycji na rynku, podczas gdy ani w trakcie negocjacji, ani w trakcie współpracy stron pozwany nigdy nie wykorzystywał jakiegokolwiek „pozycji na rynku”, abstrahując od braku wyjaśnienia znaczenia użytej terminologii w tym zakresie,

> Sąd dał wiarę zeznaniom świadka M. L., podczas gdy świadek ten jako współwłaściciel spółki powodowej był zainteresowany powodzeniem sprawy i jej wynikiem finansowym, ponadto nie miał wiedzy dotyczącej negocjacji umów, bowiem nie uczestniczył w nich w okresie objętym pozwem, nie miał wiedzy również o pozwanym, nigdy nie był u pozwanego.

-naruszenie prawa materialnego, to jest:

• art. 353¹ k.c. poprzez nieuwzględnienie woli i swobody stron w zakresie ułożenia stosunku prawnego wedle własnego uznania, podczas gdy strony przez 6 lat negocjowały i podpisywały rokrocznie nowe umowy, powódka nie zgłaszała jakichkolwiek zastrzeżeń do współpracy, a intencją stron było nie tylko uregulowanie kwestii związanych z ceną dostarczanych produktów, ale także kompleksowe uregulowanie wzajemnej współpracy,

• art. 60 oraz art., 65 § 1 i 2 k.c. przez ich niezastosowanie przez Sąd Okręgowy, wobec braku uwzględnienia okoliczności towarzyszących złożeniu oświadczenia woli o ustaleniu premii pieniężnej (bonus kwartalny warunkowy), m.in. uzgodnienia przez strony w treści umowy, że premia pieniężna będzie rozliczana i dokumentowana w sposób przewidziany w obrocie gospodarczym;

• art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej „u.z.n.k.”) w zw. z art. 353¹ k.c. przez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie przez Sąd I instancji wobec przyjęcia, że norma prawna wyrażona w tym przepisie znajduje zastosowanie również do rabatów/upustów cenowych w postaci premii

pieniężnej, że rabaty/upusty cenowe w postaci premii pieniężnej są świadczeniem bez ekwiwalentu oraz że premia pieniężna nie pomniejszała ceny jednostkowej towaru,

- art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w zw. z art. 405 k.c. przez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie wobec przyjęcia, że uzgodnione premie pieniężne stanowiły bezpodstawną korzyść majątkową, podlegającą zwrotowi na rzecz powoda;

- art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w zw. z art. 361 § 2 k.c. przez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie wobec uznania, że pozwana jest zobowiązana do zwrotu premii pieniężnych w kwotach brutto tj. wraz z podatkiem VAT, który powód jako czynny podatnik VAT mógł odliczyć od swojego podatku należnego i w tym zakresie żadnej szkody nie poniósł.

- art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. poprzez jego niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że opłata, jaką pozwany naliczał powódce z tytułu bonusów opisanych szczegółowo w uzasadnieniu apelacji, obliczana jako procent od wartości zakupionego towaru, jest inną niż marża handlowa opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży, podczas gdy w rzeczywistości jest to upust od ceny nabycia towarów, a więc czynnik cenotwórczy wpływający na wysokość marży handlowej uzyskiwanej przez kupującego,

- art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. poprzez jego błędną wykładnię i uznanie, że z przepisu tego wynika, iż w każdym przypadku pobierania za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat innych niż marża handlowa dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji, tj. utrudniania innym przedsiębiorcom dostępu do rynku oraz że w świetle tego przepisu nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie, czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnianie dostępu do rynku, podczas gdy ze wskazanego przepisu nie wynikają takie wnioski,

- art. 3 ust. 1 u.z.n.k. poprzez jego niezastosowanie do ustalonego stanu faktycznego, to jest poprzez brak zbadania, czy działania pozwanego były sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, a także czy zagrażały lub naruszały interes powódki,

- art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 6 k.c. poprzez zasądzenie kwot żądanych w pozwie mimo braku wykazania przez powódkę utrudnienia jej przez pozwanego dostępu do rynku,

Wskazując na powyższe zarzuty każdy z pozwanych wniósł o zmianę zaskarżonego wyroku poprzez oddalenie powództwa także co do kwot uwzględnionych w zaskarżonym wyroku z odsetkami ustawowymi oraz zasądzenie od powódki na rzecz każdego pozwanego kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Powódka wniosła o oddalenie wszystkich apelacji i zasądzenie od pozwanych na swoją rzecz kosztów postępowania apelacyjnego.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacje pozwanych były nieuzasadnione. W związku z tym, że zawierały tożsame zarzuty należy odnieść się do nich łącznie.

W pierwszej kolejności podkreślić należy, że art. 378 § 1 k.p.c. nakłada na sąd odwoławczy obowiązek ponownego rozpoznania sprawy w granicach apelacji, co oznacza nakaz wzięcia pod uwagę wszystkich podniesionych w apelacji zarzutów i wniosków. Granice apelacji wyznaczają ramy, w których sąd odwoławczy powinien rozpoznać sprawę na skutek jej wniesienia, określają je sformułowane w apelacji zarzuty i wnioski, które implikują zakres zaskarżenia, a w konsekwencji kognicję sądu apelacyjnego (np. postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 6 sierpnia 2015r., V CSK 677/14, nie publik.). Jednocześnie w świetle uchwały 7 sędziów Sądu Najwyższego z dnia 31 stycznia 2008 r. sąd drugiej instancji rozpoznający sprawę na skutek apelacji nie jest związany przedstawionymi w niej zarzutami dotyczącymi naruszenia prawa materialnego, wiążą go natomiast zarzuty dotyczące naruszenia prawa procesowego,

w granicach zaskarżenia bierze jednak z urzędu pod uwagę nieważność postępowania (III CZP 49/07, OSNC 2008/6/55).

Najpierw zatem należy rozpoznać zarzuty naruszenia prawa procesowego, gdyż jedynie w przypadku uznania, że postępowanie dowodowe nie było dotknięte wadami, można przyjąć, że prawidłowo został ustalony stan faktyczny w sprawie. Ponieważ zaś prawna kwalifikacja stanu faktycznego jest pochodną ustaleń, o prawidłowym zastosowaniu bądź niezastosowaniu prawa materialnego można mówić dopiero wówczas, gdy ustalenia stanowiące podstawę wydania zaskarżonego wyroku pozwalają na ocenę tej kwestii (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 29 listopada 2002r. IV CKN 1532/00. Lex nr 78323). Prawidłowe zastosowanie prawa materialnego może mieć z kolei miejsce jedynie do niewadliwie poczynionych ustaleń faktycznych.

Pozwani zarzucili naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. i art. 228 k.p.c. W odniesieniu do wadliwej oceny dowodów pojawił się jedynie zarzut nieuzasadnionego dania wiary świadkowi M. L., który jako współwłaściciel firmy był zainteresowany powodzeniem sprawy, jak również nie miał wiedzy dotyczącej sprawy, gdyż nie uczestniczył w negocjacji umów objętych pozwami w połączonych sprawach, a w konsekwencji poczynienia ustaleń przez Sąd Okręgowy odnośnie braku możliwości negocjowania umów oraz utrudniania dostępu do rynku. Pozwani jednak nie wskazali na czym polegało naruszenie kryteriów oceny dowodów wynikających z art. 233 § 1 k.p.c. przy ocenie zeznań rzeczonego świadka, a jedynie ogólnie podważali walor wiarygodności tych zeznań ze wskazanych przyczyn. W tym miejscu wskazać trzeba, że świadek M. L. podał, że był pracownikiem, nie zaś współwłaścicielem spółki, pracował w charakterze dyrektora ds. marketingu oraz był uczestnikiem negocjacji umów bezpośrednio przed nawiązaniem współpracy stron. Rzeczywiście podał, że nie negocjował kolejnych umów, ale jednocześnie zeznał, że z racji swych obowiązków zawodowych od 2003 r. do 2012 r. posiadał wiedzę o sytuacji powodowej spółki, w tym sytuacji finansowej oraz zawieranych umowach. Posiadał zatem wiedzę, że w ramach współpracy stron, czy to bezpośrednio przed nawiązaniem współpracy, czy w dalszym okresie nie istniała możliwość wynegocjowania innych warunków niż te, które oferowali pozwani, jak również rezygnacji z poszczególnych opłat zagwarantowanych pozwanym w umowach. Zarzut braku wiarygodności zeznań świadka L. z podawanych przyczyn był więc nieuzasadniony.

Jednocześnie pozwani pomijają w apelacjach i w konsekwencji nie kwestionują oceny zeznań świadka A. M., która bezpośrednio współpracowała z pozwanymi spółkami w okresie objętym pozwami i także wskazała na tożsame okoliczności, co do możliwości negocjowania umów., tj. że takowe nie istniały, zarówno gdy chodzi o umowy podpisywane z centralą, jak i z każdym z pozwanych. To pozwani przedstawiali oczekiwania co do współpracy, rodzaj i wysokość poszczególnych opłat, jak również próg obrotów, od którego będą naliczane. Pomimo wskazywania przez świadka M., że progi obrotów są nierealne jako zbyt niskie, jej uwagi nie były uwzględniane, zaś po podpisaniu umowy na szczeblu centralnym, świadek podejmowała rozmowy z poszczególnymi spółkami wchodzącymi w skład holdingu. O wysokości opłat w umowach z poszczególnymi spółkami decydowali kierownicy sklepów, którzy mieli plany do zrealizowania i również z nimi rodzaj i wysokość opłat nie podlegała negocjacji, nie było dyskusji, odmowa płacenia opłat w ogóle, a także w zaproponowanej przez market wysokości skutkowało zakończeniem współpracy. W okolicznościach tej sprawy Sąd Okręgowy ustalił, że wobec niemożności i odmowy ponoszenia opłat żądanych przez spółkę w C., współpraca zakończyła się z inicjatywy tej spółki. Ustalenie powyższe nie zostało zakwestionowane przez pozwanych, natomiast potwierdza stanowisko powódki.

Nadto pozwani nie zakwestionowali ustaleń Sądu Okręgowego, że opłaty były przez pozwanych podnoszone, w ostatnim okresie współpracy wzrosły wielokrotnie, że były naliczane od niskich obrotów, dodatkowo generowanych przez wszystkie spółki holdingu, że opłaty z tytułu bonusów były multiplikowane, jak również, że pozwani za opłaty tzw. marketingowe nie świadczyli żadnych konkretnych i ekwiwalentnych usług, a własność dostarczanych towarów przechodziła na pozwanego z chwilą wydania towaru. W apelacjach pozwani skoncentrowali się na cytowaniu orzeczenia Trybunału konstytucyjnego SK 20/12 oraz wyprowadzeniu z niego wniosku o braku w art. 15 ust. 4 u.z.n.k. domniemania utrudniania dostępu do rynku, konieczności udowodnienia tego utrudniania przez powoda oraz możliwości ułożenia przez strony stosunku prawnego swoich relacji zgodnie z zasadą swobody umów, bez szczegółowego odniesienia się do oceny dowodów dokonanych w niniejszej sprawie oraz wyciągniętych przez Sąd

Okręgowy z tej oceny wniosków. Takie stawianie zarzutów nie może więc odnieść zamierzonego skutku, stanowiąc jedynie polemikę z oceną dowodów dokonaną przez Sąd pierwszej instancji.

W ocenie Sądu Apelacyjnego Sąd Okręgowy dokonał trafnej oceny zebranego materiału dowodowego i nie sposób uznać, że dopuścił się naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. Granice swobody sędziowskiej przy ocenie materiału dowodowego wyznaczają trzy czynniki: logiczny (obowiązek wyciągnięcia z materiału dowodowego wniosków logicznie prawidłowych), ustawowy (powinność rozważenia całego materiału dowodowego) oraz ideologiczny (psychologiczny), przez który rozumie się świadomość prawną sędziego, kulturę prawną oraz system reguł pozaprawnych i ocen społecznych, do których odsyłają normy prawne. Zarzut przekroczenia swobodnej oceny dowodów, skutkującej błędnymi ustaleniami faktycznymi może być skuteczny tylko wtedy, gdy skarżący wykaże przekroczenie któregoś z powyżej wymienionych kryteriów. Przy czym jednocześnie wyraźnie wskazuje się, że samo przedstawienie przez stronę odmiennych wniosków niż wynikające z oceny dokonanej przez Sąd pierwszej instancji nie świadczy jeszcze o przekroczeniu swobodnej oceny dowodów. W ocenie Sądu Apelacyjnego nie sposób przyjąć, że Sąd Okręgowy w jakimkolwiek zakresie przekroczył zasadę swobodnej oceny dowodów i dokonał ustaleń faktycznych sprzecznych z zasadami logiki i doświadczenia życiowego, a tym bardziej z naruszeniem zasady wszechstronnej oceny materiału dowodowego. Sąd Okręgowy dokonał ustaleń faktycznych zgodnych z dowodami przedstawionym przez powódkę, jak również z jej twierdzeniami, co samo w sobie nie oznacza jeszcze wadliwości w ocenie dowodów, bowiem tę winni wykazać pozwani, czemu nie sprościli. Sąd Okręgowy ustalił, iż pozwani w rzeczywistości pobrali od powódki opłaty i bonusy, których zwrotu na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. dochodziła powódka w toku procesu. Sąd pierwszej instancji ustalił również, iż podstawą pobieranych opłat były umowy handlowe i marketingowe przedłożone przez powódkę. W dodatku pozwani zarzucając naruszenie zasady wszechstronnej oceny materiału dowodowego również nie wskazali, który ich zdaniem materiał dowodowy- poza wskazanymi zeznaniami świadka L., nie został przez Sąd Okręgowy oceniony prawidłowo.

Podzielić należy pogląd, że postawienie skutecznego zarzutu naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. wymaga wykazania przyczyn, które dyskwalifikują postępowanie sądu w zakresie ustaleń, oznaczenia, jakie kryteria oceny sąd naruszył, a nadto wyjaśnienia dlaczego zarzucane uchybienie mogło mieć wpływ na ostateczne rozstrzygnięcie (por. postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 23 stycznia 2001 r. IV CKN 970/00, Lex nr 52753 czy wyrok z dnia 06 lipca 2005 r. III CK 3/05, Lex nr 180925). Zwalczenie swobodnej oceny dowodów nie może polegać tylko na przedstawieniu korzystnej dla skarżącego wersji zdarzeń, ustaleń stanu faktycznego opartej na jego własnej ocenie, lecz konieczne jest posłużenie się argumentami wyłącznie jurydycznymi i wykazanie, że określone w art. 233 § 1 k.p.c. kryteria oceny wiarygodności i mocy dowodów zostały naruszone, co miało wpływ na wynik sprawy.

Zdaniem Sądu Apelacyjnego nie zasługiwał również na uwzględnienie zarzut naruszenia art. 228 k.p.c. Zgodnie z tym przepisem fakty powszechnie znane nie wymagają dowodu (§1), przy czym to samo dotyczy faktów znanych sądowi urzędowo, jednakże sąd powinien na rozprawie zwrócić na nie uwagę stron (§ 2). Należy wskazać pozwani nie wskazali, jakie to fakty powszechnie znane lub znane sądowi z urzędu Sąd Okręgowy pominął i już z tego względu zarzut naruszenia art. 228 k.p.c. był chybiony. Zarzut ten tym bardziej nie zasługiwał na uwzględnienie jeżeli zważyć, iż pozwani uzasadniali go poprzez wskazanie naruszenia przez Sąd pierwszej instancji zasad logiki i doświadczenia życiowego, których to okoliczności przepis ten nie dotyczy.

Ostatecznie w ocenie Sądu Apelacyjnego przy wydaniu przez Sąd Okręgowy wyroku nie doszło do naruszenia przepisów prawa procesowego, a w konsekwencji Sąd Apelacyjny podziela ustalenia faktyczne dokonane przez Sąd Okręgowy i przyjmuje je za własne.

Przy prawidłowych ustaleniach faktycznych także ocena prawna Sądu pierwszej instancji zasługuje na akceptację.

Jak to już wskazano wyżej, powódka udowodniła, że poszczególne opłaty oraz ich wysokość i sposób naliczania zostały jej narzucone, zaś poszczególnym usługom opłacanym premiami pieniężnymi nie towarzyszyły żadne świadczenia ekwiwalentne ze strony pozwanych. Jak również, że odmowa ich płacenia skutkowałą zerwaniem współpracy z pozwaną spółką. W takiej sytuacji trafny był wniosek Sądu Okręgowego, że wobec tego doszło do utrudniania powódce

przez pozwanych dostęp do rynku. Jednocześnie wniosek ten nie został przez Sąd pierwszej instancji przyjęty w wyniku uwzględnienia domniemania z art. 15 ust.1 pkt 4 u.z.n.k., ale wyprowadzony z prawidłowej oceny dowodów zaoferowanych przez powódkę.

Odnosząc się do zarzutów apelacji skarżących w tym zakresie do zasadniczo trafnych wywodów Sądu Okręgowego dodać należy, że w myśl art. 15 ust. 1 u.z.n.k. czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku m.in. poprzez opisane w art. 15 ust. 1 pkt 4 pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Utrudnianie dostępu do rynku oznacza ograniczenie uczestnictwa w obrocie gospodarczym, przy czym „rynek” należy rozumieć w ten sposób, że występuje jedynie pomiędzy stronami transakcji. Także Sąd Okręgowy trafnie wskazał na powyższą definicję z odwołaniem się do tezy z piśmiennictwa. Chodzi więc o sytuacje, w których ma miejsce zastrzeżenie przez przedsiębiorcę dodatkowych opłat tylko za to, że przyjmowane od dostawcy towary znajdują się w sprzedaży w sklepach tego przedsiębiorcy. Równocześnie brak jest przeszkód, na zasadzie swobody umów, aby strony zawierały w umowach inne zobowiązania, nie związane z samą sprzedażą towaru, istotne jest aby zobowiązania te miały charakter świadczeń wzajemnych.

W okolicznościach niniejszej sprawy powódka udowodniła, co trafnie ustalił Sąd pierwszej instancji, że bez ponoszenia dodatkowych opłat nie doszłoby do nawiązania współpracy i że ponoszenie tych opłat przez powoda było warunkiem przyjęcia towarów do sprzedaży przez pozwaną spółkę. Powyższe potwierdzają zeznania m.in. świadków L. i M.. Nie zostały one zakwestionowane w apelacji w żadnym zakresie, zaś zostały prawidłowo ocenione przez Sąd Okręgowy. Opłaty te były naliczane powodowi za różnego rodzaju usługi związane z promocją i reklamą, a także od obrotu. Rzeczne usługi w istocie usługami nie były, bowiem dotyczyły towaru, który został już zbyty na rzecz pozwanych i stanowił jej własność. Twierdzenia pozwanych o podejmowaniu działań polegających na- umieszczaniu towaru w gazetkach reklamowych, nie zostały w ogóle przez pozwanych udowodnione, gdyż złożono kserokopię jednej strony jednej gazetki, której nawet nie można przyporządkować do rozliczeń powódki z pozwanymi w tej sprawie. Nadto nie miały przełożenia na zwiększenie sprzedaży towarów powoda, czego zresztą pozwany nawet nie usiłował udowodnić. Nadto powódka, jak wynika z zeznań przywołanych wyżej świadków, nie miała żadnego wpływu na przeprowadzane akcje promocyjne, w tym szczególnie na dobór towarów, które miały być promowane. Zarówno więc wykonywanie akcji promocyjnych, ewentualne innych czynności związanych z towarami nabywanymi od powoda, szczególnie wykładanie ich na półkach w marketach pozwanych (zdjęcie) stanowiły podstawowy element działalności handlowej prowadzonej przez pozwanych, polegającej na sprzedaży towarów konsumentom. Pobranie zatem opłat za te usługi jest w rzeczywistości pobieraniem innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży. W zamian za ich uiszczenie dostawca nie otrzymuje świadczenia ekwiwalentnego, zatem nie jest zainteresowany ich uiszczeniem, co oznacza iż zostały mu narzucone i stanowiły warunek współpracy. Pozwani powinni udowodnić, że każda konkretna naliczona i pobrana płatność na rzecz strony pozwanej posiada ekwiwalent w postaci konkretnych usług. Takich dowodów jednak pozwani nie przedstawili, bowiem zostało ustalone przez Sąd Okręgowy i nie jest kwestionowane w apelacjach, że do poszczególnych faktur było dołączane to samo zdjęcie z ekspozycją towaru na półce, przy czym powódka kwestionowała, że dotyczy to okresu współpracy objętego pozwem oraz pozwanych w tej sprawie spółek. Wobec tych zarzutów pozwani nie przedstawili żadnych dowodów na wykazanie, że zdjęcie obrazuje usługi wykonane w okresie objętym pozwem. Należy podkreślić, że dopiero wynagrodzenie zapłacone w wysokości ekwiwalentnej za rzeczywiście spełnione świadczenie niepieniężne nie stanowi innej niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży. Przypomnieć należy, że marża handlowa, w myśl art. 3 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 5 lipca 2001r. o cenach (Dz. U. Nr 97 poz. 1050 ze zm.), która obowiązywała w czasie, gdy zostały zawarte i były wykonywane umowy stron, to różnica między ceną płaconą przez kupującego a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę wynikająca z kosztów i zysku przedsiębiorcy. Powód powołując się na pobieranie przez przedsiębiorcę opłat niedozwolonych winien wykazać:

-zaistnienie utrudnienia przedsiębiorcy dostępu do rynku (np. obniżenie konkurencyjności jego towarów, uzyskanie przez drugą stronę nadmiernych zysków kosztem strat przedsiębiorcy)

-nieuczciwy charakter takiego utrudnienia (sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami- art. 3 ust. 1 u.z.n.k.).

Dokonując analizy, czy przedmiotowe opłaty mają charakter niedozwolony, nie należy się kierować ani nazewnictwem ani formą zastrzeżenia tego rodzaju świadczeń, lecz tym czy świadczenie powoda miało ekwiwalent.

Jak wyżej wskazano postępowanie dowodowe wykazało, iż pozwani nie świadczyli na rzecz powoda opisanych w umowach usług, abstrahując od braku ich uszczegółowienia. Ponadto podkreślenia wymaga, że z uwagi na brak ekwiwalentności świadczeń, pozwani uzyskali nie tylko zysk wynikający z narzuconej marży, ale także dodatkowe korzyści kosztem dostawcy, który z kolei zmuszony był zrezygnować ze znacznej części swoich dochodów związanych z dostarczeniem towarów. W tym zakresie uznać należy, że powód wykazał przesłankę utrudnienia dostępu do rynku. Bezzasadny okazał się więc zarzut apelacji naruszenia art. 6 k.c. w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Pobieranie przez pozwanego dodatkowych opłat, za które dostawca nie otrzymuje świadczenia, negatywnie wpływa na sytuację ekonomiczną dostawcy, koszty te podrażają koszty prowadzonej działalności gospodarczej, negatywnie wpływają na ceny, co może skutkować obniżeniem konkurencyjności towarów przez niego oferowanych, powodują też obniżenie jego zysku, w konsekwencji konieczność ich ponoszenia- gdyż bez tego współpraca nie byłaby nawiązana, jak wynika z poczynionych, niezakwestionowanych ustaleń- stanowi utrudnianie dostępu do rynku. Okoliczności, że usługi były świadczone, ich rodzaj oraz zakres powinien wykazać pozwany, skoro twierdził, że je wykonywał. Za udowodnienie wykonania usług nie mogą być uznane nieliczne kopie zdjęć, w których uwidocznione były towary dostarczane przez powódkę. W żadnym razie jednak nie mogą one przesądzać, że świadczenie pozwanych- działanie polegające na umieszczeniu w jednej gazecie w ciągu całej kilkuletniej współpracy, towarów dostarczanych przez powódkę oraz ekspozycja towarów nabywanych od powódki na półce w sklepie, miało charakter ekwiwalentny i przynosiło korzyść powódce. Nie można także pominąć, że nawet gdyby przyjąć, że pozwany wykonywał „usługi” reklamowe lub polegające na ekspozycji towarów dostarczanych przez powódkę, to w chwili ich ewentualnego wykonywania-towar ten stanowił własność pozwanych, więc usługi te byłyby świadczone w interesie pozwanych nie zaś powoda, bowiem skoro był właścicielem oferowanego towaru, to jego sprzedaż w większej ilości byłaby korzystna dla pozwanych. Dla powódki mogłaby być korzystna, gdyby za udaną akcją promocyjną czy ekspozycją towarów szły większe zamówienia towarów u powódki. Takich okoliczności pozwani nie wykazali ani nawet nie podnosili. Wbrew wywodom zawartym w apelacjach pozwanych, w okolicznościach sprawy nie doszło do przerzucenia na stronę pozwaną ciężaru dowodu braku utrudniania dostępu do rynku. Powód to utrudnianie wykazał, zaś pozwany nie udowodnił wykonywania jakichkolwiek usług w zamian za pobrane opłaty, bowiem nie ulega wątpliwości, co już podniesiono, że te okoliczności powinni udowodnić pozwani. W sytuacji udowodnienia świadczeń ekwiwalentnych można byłoby rozważać, czy rzeczywiście skoro umówione usługi zostały wykonane przez pozwanych i przyniosły wymierną korzyść powódce, doszło o utrudnienia dostępu do 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 pochytywać 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 u.z.n.k.), PPH 2008, nr 4, s. 11). Przy czym rynek ten obejmuje już rynek subiektywnie ujmowany, a wykreowany poprzez strony transakcji (tak: 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 owe 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, niepubl.). W przekonaniu Sądu Apelacyjnego w niniejszej sprawie w wyniku poboru bonusów kwartalnych, rocznych, jak również za wzrost obrotu, a także opłat za ekspozycję i reklamę doszło do utrudnienia dostępu powódce do rynku w powyższym rozumieniu. 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). 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 pozwanych bonusów i pozostałych opłat, doszło do nieuzasadnionego zwiększenia zysków nabywcy kosztem obniżenia dochodów sprzedawcy. Bezspornym jest bowiem, iż w wyniku pobrania bonusów ogólne zyski powódki z transakcji z pozwanymi były niższe. Dzięki bonusom pozwani natomiast kupowali towary za które globalnie płacili powódce mniej, niż uzgodniono w umowie. Pozwani nigdy nie twierdzili, a tym bardziej nie udowodnili, że konsekwencją poboru przez nich bonusów było zmniejszenie ceny płaconej przez ich klientów. W doktrynie wskazuje się, iż oczywistym jest, że w wyniku zwiększenia obrotów dochodzi do zwiększenia zysku odbiorcy (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 u.z.n.k.), PPH 2008, nr 4, s. 14). Powyższe w ocenie Sądu Apelacyjnego pozwala na stwierdzenie, iż poprzez pobór bonusów, opłat za reklamę i ekspozycję przez pozwanych doszło po ich stronie do nieuzasadnionych korzyści kosztem obniżenia dochodów powódki. Powyższe okoliczności również w ocenie Sądu Apelacyjnego oznaczają, iż pobierane przez pozwanych opłaty nie tylko utrudniały powódce dostęp do rynku, ale ostatecznie wręcz go uniemożliwiły, albowiem spółka w C. zakończyła współpracę z powódką, gdy ta odmówiła ponoszenia podwyższonych opłat. Tym samym należy przyjąć, że opłaty te w rzeczywistości wypełniały znamiona czynu nieuczciwej konkurencji wynikającego z art. 15 ust. 1 u.z.n.k. W doktrynie podkreśla się, że z przedmiotowym czynem nieuczciwej konkurencji możemy mieć do czynienia właśnie jedynie wówczas, gdy relacja z odbiorcą ma kluczowe znaczenia 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, PPH 2014, nr 10, s. 15). W tym kontekście bez znaczenia pozostaje, że to pozwane spółki, a właściwie holding był istotnym odbiorcą towaru powódki, co wynika ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego. Podobnie nie ma znaczenia fakt, iż powódka teoretycznie mogła swoje towary zaferować innemu odbiorcy. Trzeba bowiem 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 bonusów ograniczał dostęp do tak rozumianego rynku, albowiem dostawca nie otrzymywał rynkowej wartości swojego świadczenia (tak: C. Banasiński, Kategoria korzyści jako przesłanka oceny ekwiwalentności świadczeń w stosowaniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2013, nr 2, s. 65-66).

W ocenie Sądu Apelacyjnego, prawidłowo przyjął Sąd Okręgowy, że pobierane przez pozwanych bonusy nie miały nic wspólnego z premiowaniem wzrostu sprzedaży towarów powódki, jak również że w ogóle pobrane opłaty były wynagrodzeniem za działania pozwanych mające na celu intensyfikację sprzedaży i promowanie towarów powódki.

Ostatecznie w ocenie Sądu Apelacyjnego powódka udowodniła, że pozwani pobierali 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 u.z.n.k. w zw. z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. mogła dochodzić wydania bezpodstawnie uzyskanych przez pozwanych korzyści.

Odnosząc się do twierdzeń pozwanych jakoby bonusy stanowiły rodzaj upustu/rabatu potransakcyjnego, uznać je należy za chybione, co trafnie wywiódł także Sąd pierwszej instancji. Aczkolwiek Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 17 kwietnia 2015 r. (I CSK 136/14, niepubl.) orzekł, że brak podstaw do kwalifikowania premii z tytułu wzrostu obrotów jako opłaty, o której mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., to jednak nie można pominąć stanowiska Sądu Najwyższego zawartego w wyroku z dnia 23 października 2014 r. (I CSK 597/13, niepubl.), w którym uznano, że przy ocenie tego, czy dochodzi do pobierania przez odbiorcę towarów opłaty innej niż marża handlowa za przyjęcie towarów do sprzedaży, należy brać pod uwagę nie tylko sam czynnik formalno-prawny (istnienie odpowiednich porozumień ze sprzedającym, umieszczonych w treści umowy o współpracę, w umowie sprzedaży lub nawet odrębnych), ale także - faktyczne ukształtowanie relacji handlowej pomiędzy przedsiębiorcą - dostawcą i przedsiębiorcą - odbiorcą towaru. Sama treść porozumień przewidujących opłaty "pozamarżowe" nie przesądza jeszcze zatem o braku deliktu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Decydujące znaczenie ma handlowy sens takich opłat (tj. w czyim interesie je ostatecznie zastrzeżono), w jaki sposób (przy pełnej lub ograniczonej swobodzie negocjacyjnej stron) i jakie ostatecznie inne jeszcze okoliczności ukształtowały faktyczną relację handlową między przedsiębiorcami.

Podobne stanowisko wyrażane jest również w doktrynie, która nie odrzuca możliwości uznania bonusów liczonych od obrotu za opłaty niedozwolone jeżeli taki wniosek wynika w szczególności z proporcji rabatu do pierwotnej ceny oraz warunków, które uzgodnione są przez strony do ich naliczania (tak: K. Szczepanowska – Kozłowska, Czy rabat jest opłatą półkową, Glosa 2015, nr 2, s. 88).

W ocenie Sądu Apelacyjnego zastrzeżone i pobrane przez pozwanych bonusy kwartalne i roczne, jak również za wzrost obrotu były zależne od wielkości obrotu, niemniej mimo powyższego nie sposób przyjąć, że stanowiły one element mechanizmu kształtowania ceny, a więc marżę w rozumieniu art. 15 ust 1 pkt 4 u.z.n.k. Trzeba bowiem przede wszystkim podkreślić, że powódka w przypadku tych opłat nie udzieliła pozwany rabatów od ceny jednostkowej co jednoznacznie wynika z faktur znajdujących się w aktach. Do umów została wprowadzona konstrukcja z zasady przeciwna instytucji rabatu, która nie pomniejszała wiarygodności powódki do pozwanych z tytułu ceny za sprzedany już towar. Nadto w samej treści umów łączących strony bonusy-premie nie zostały nazwane rabatami, zatem nie ulega wątpliwości, że nie chodziło o mechanizm pomniejszający cenę (cenotwórczy). Ponadto należy zaznaczyć, że analizując również progi, które upoważniały pozwanych do naliczenia rabatu kwartalnego i rocznego, jak również premii za wzrost obrotu, ich sposób zdefiniowania i wysokość, to nie można zasadnie twierdzić, iż stanowiły one rabat potransakcyjny. Nadto podkreślić należy, że gdy obowiązek zapłaty premii pieniężnej przewidziany został w razie osiągnięcia jedynie określonej wielkości obrotów, która to wielkość została dodatkowo ustalona na bardzo niskim -wręcz symbolicznym poziomie, którego osiągnięcie nie wymagała podjęcia przez pozwanego żadnych działań ukierunkowanych na zwiększenie obrotu, zastrzeżenie i pobieranie takich opłat kwalifikować należy jako czyn nieuczciwej konkurencji (Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 8 listopada 2013 r., I CSK 46/13). W tej sprawie próg obrotu dla bonusu kwartalnego ustalony był na poziomie 50 000 zł, gdy tymczasem rocznie obrót netto w 2009 r. (istotnym dla umowy zawartej w 2010 r.) wynosił 2 680 000 zł, co daje średnio 670 000 zł kwartalnie, zatem jest oczywiste, że próg obrotu został ustalony na symbolicznym poziomie. Co więcej był to próg obrotu liczony w ramach współpracy z całym holdingiem, bez znaczenia dla naliczania opłat były obroty osiągnięte przez poszczególne sklepy.

W zaskarżonym wyroku nie doszło także do naruszenia art. 353¹ k.c., jak również art. 60 i art. 65 § 1 i 2 k.c., o czym częściowo już wspomniano wyżej.

Sąd Apelacyjny podziela pogląd, że poza umową sprzedaży, takie strony jak w sprawie niniejszej, mogą zawierać dodatkowe umowy, których celem jest spełnienie przez zamawiającego określonych świadczeń na rzecz sprzedawcy – w formie różnego rodzaju usług, jednakże tylko wówczas takie postanowienie umowne i ich realizacja nie będzie przejawem nieuczciwej konkurencji, gdy nie będą to opłaty inne niż marża handlowa za przyjęcie towaru do sprzedaży w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Ocena charakteru takich opłat zależy od realiów każdej konkretnej sprawy, przy czym zasadniczym kryterium jest pełna akceptacja sprzedawcy, który w swoim wyborze nie jest uzależniony od dyktatu zamawiającego, ekwiwalentność wzajemnych świadczeń i ich rzeczywista potrzeba dla sprzedawcy, wyrażająca się w uzyskiwaniu realnych, a nie jedynie pozornych korzyści. Istotne jest, czy takie opłaty nie są kreowane sztucznie w celu zwiększenia zysku zamawiającego i czy mają uzasadnienie w realnie ponoszonych kosztach, czy dotyczą kosztów, jakie zgodnie ze zwyczajem i praktyką obrotu winny być pokrywane przez zamawiającego.

W tej sprawie-ponad wszelką wątpliwość zostało ustalone, że powódka nie mogła negocjować treści umów, zeznania świadków (L. i M.) są w tym zakresie zgodne i nie zostały skutecznie podważone przez skarżących. To pozwani przygotowywali umowy, wskazywali usługi, na które powódka musiała się zgodzić, a także wysokość procentową opłat liczonych od obrotu, którego próg również był narzucony. W zakresie poszczególnych sklepów-pozwanych spółek, to ich kierownicy ustalali powyższe dane, zaś , aby do danego sklepu powódka mogła dostarczać towar, musiała akceptować tak przygotowane umowy. Próba rezygnacji z opłat , co w tej sprawie jest niesporne, skutkowałą zakończeniem współpracy. Powyższe jedynie potwierdza zgodne w tym zakresie zeznania świadków. Wobec powyższego, brzmienie umowy i jej literalna wykładnia, nie przesądza o tym, że jej warunki były uzgodnione między stronami, że strony ukształtowały jej treść w swobodny sposób. Nadto skoro w umowie przewidziano konkretny sposób potrącania należności, to aktualnie brak jest podstaw do przyjmowania, w oparciu o wykładnię

umów stron, że intencją stron było udzielenie rabatu (upustu). Pozwani, którzy tak wywodzą w apelacjach, nie udowodnili, aby tak strony rozumiały postanowienia zawartych umów. Jak już wskazano wyżej, w okolicznościach sprawy, brak jest podstaw do przyjęcia, że opłaty z tytułu bonusu-premii stanowiły w istocie rodzaj rabatu udzielanego przez powódkę pozwany.

Odnosząc się do pozostałych zarzutów, Sąd Apelacyjny wskazuje, że w uchwale z 19 sierpnia 2009 r. – II CZP 58/09 Sąd Najwyższy stwierdził, że na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji strona może – niezależnie od innych roszczeń wynikających z umowy - dochodzić bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Fakt popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji zastępuje przy tym przesłankę braku podstawy prawnej, o której mowa w art. 405 k.c. Za takim poglądem przemawia też wykładnia celowościowa, chodzi bowiem o pozbawienia podmiotu popełniającego czyn nieuczciwej konkurencji uzyskanej z tego tytułu korzyści. Roszczenie takie przyjmuje postać roszczenia z tytułu bezpodstawnego wzbogacenia, o którym mowa w art. 405 i nast. k.c. (postanowienia Sądu Najwyższego z 2 grudnia 2009 r. – I CSK 120/09).

Co do zarzutu związanego z obowiązkiem podatkowym powoda – to należy ponownie odwołać się do charakteru roszczenia powoda. Zgodnie z poglądami doktryny, ogólne przesłanki bezpodstawnego wzbogacenia należy rozumieć specyficznie w przypadku nienależnego świadczenia. Sam fakt spełnienia nienależnego świadczenia uzasadnia roszczenie kondykcyjne. W takim przypadku nie zachodzi potrzeba badania, czy i w jakim zakresie spełnione świadczenie wzbogaciło accipiensa, jak również, czy majątek solvensa uległ zmniejszeniu. Z chwilą spełnienia świadczenia nienależnego powstaje roszczenie kondykcyjne, którego treścią jest obowiązek dokonania czynności faktycznej lub prawnej, stanowiącej świadczenia przeciwne do spełnionego. Spełnienie przez powoda świadczenia (nienależnego) spowodowało uzyskanie przez pozwanego korzyści – obejmującej także zawarty w cenie świadczeń (opłat) podatek od towarów i usług. Z chwilą spełnienia świadczenia nienależnego przez powoda, powstało po jego stronie roszczenie kondykcyjne obejmujące obowiązek zwrotu wartości uzyskanych świadczeń łącznie z zawartym w cenie podatkiem od towarów i usług (vide: wyrok Sądu Najwyższego z 27 lutego 2004 r. – V CK 293/03 i wyrok Sądu Najwyższego z 24 listopada 2011 r. – I CSK 66/11). Ze stosunku obligacyjnego łączącego podmioty będące podatnikami podatku od towarów i usług (VAT) wynika obowiązek spełnienia przez nabywcę usługi – świadczenia mieszczącego w sobie wartość naliczonego podatku VAT. Jednocześnie wystawienie faktury VAT przez podatnika podatku VAT – będącego usługodawcą powoduje powstanie zobowiązania podatkowego tego podmiotu obejmującego obowiązek zapłaty naliczonego w fakturze podatku. W razie wykonania cywilnoprawnego zobowiązania świadczenia – przez usługobiorcę wobec usługodawcy – nabywca usługi jest tym podmiotem który ponosi gospodarczy (finansowy) ciężar zapłaty podatku VAT, gdyż usługodawca odzyskuje wartość uiszczoną przez siebie podatku VAT w postaci świadczenia usługobiorcy – jako że świadczenie to zawiera w sobie ten podatek. Beneficjentem jest Skarb Państwa – który uzyskuje podatek VAT zapłacony przez usługodawcę. Jednakże zgodnie z prawem podatkowym (obowiązująca zasada neutralności tego podatku) – usługobiorca nabywa uprawnienie do „odzyskania” wartości naliczonego podatku – przez odliczeniem podatku naliczonego od podatku należnego (prawo do obniżenia kwoty podatku należnego o kwotę podatku naliczonego). Realizacja tego uprawnienia prowadzi do efektu gospodarczego analogicznego w skutkach ze zwrotem części uiszczonego świadczenia, z tym, że następuje to kosztem należności Skarbu Państwa, w ramach stosunku podatkowego łączącego podatnika ze Skarbem Państwa. Zaistnienie takich okoliczności w płaszczyźnie cywilnoprawnej – jak zwrot spełnianego świadczenia - może spowodować utratę przez podatnika prawa do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego (art. 86 ust. 1 ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług). Podatek naliczony (ten zapłacony przez usługobiorcę w cenie spełnionego świadczenia – „opłaty”) jest bowiem związany z faktycznie dokonanymi zdarzeniami gospodarczymi, z którymi ustawa wiąże obowiązek naliczenia podatku VAT. Jeżeli takie zdarzenia nie zaszły (jak w sprawie niniejszej – gdyż w sprawie świadczenie zawierające podatek VAT było świadczeniem nienależnym, zatem brak było podstaw do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego) – to zgodnie z art. 8 ust. 3a ustawy o podatku od towarów i usług – zostają zniwelowane korzyści majątkowe wynikające ze skorzystania przez podatnika z prawa do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego.

Odnosząc się do zarzutu naruszenia art. 3 ust. 1 u.z.n.k. wskazać należy, że wbrew stanowisku skarżących, że przepis ten może być postrzegany jedynie jako norma ogólna przy ocenie, czy wystąpił czyn stypizowany w art. 15 ust.1 pkt. 4 u.z.n.k. W tej sprawie Sąd Okręgowy odwołał się do przepisów szczególnych oceniając roszczenie powódki, zatem nie doszło do naruszenia przywołanego przepisu, bowiem nie zachodziła potrzeba rozważania przesłanek określonych w przywołanym przepisie oraz dokonywania analizy, czy działania pozwanych były sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, a także czy zagrażały lub naruszały interes powódki. Natomiast marginalnie można wskazać, że takie ukształtowanie relacji handlowych, jak w niniejszej sprawie, gdzie poprzez narzucenie kontrahentowi innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży i uzależnienie od zgody na ich pobranie nawiązania współpracy, jest sprzeczne z prawem stanowiąc delikt nieuczciwej konkurencji, a także ewidentnie narusza interesy kontrahenta.

Mając powyższe na uwadze, Sąd Apelacyjny uznał, że apelacje wszystkich pozwanych nie zasługiwały na uwzględnienie, zatem zostały oddalone na podstawie art. 385 k.p.c.

O kosztach postępowania apelacyjnego orzeczono na podstawie art.98 § 1 i 3 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c.

Beata Byszewska Katarzyna Polańska-Farion Katarzyna Kisiel