

Sygn. akt I ACa 744/16

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 14 września 2016 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Przemysław Kurzawa

Sędziowie: SA Robert Obrębski (spr.)

SO (del.) Paulina Asłanowicz

Protokolant: protokolant sądowy Karolina Długosz-Żółtowska

po rozpoznaniu w dniu 14 września 2016 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa Syndyka masy upadłości (...) Przedsiębiorstwa Handlowego spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w upadłości likwidacyjnej z siedzibą w D.

przeciwko (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością" spółce komandytowej z siedzibą w P. (poprzednio (...)); spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P.)

o zapłatę

na skutek apelacji obu stron

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 15 grudnia 2015 r., sygn. akt XVI GC 749/15

1. **zmienia zaskarżony wyrok w punkcie drugim w części w ten sposób, że zasądza od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością" spółki komandytowej z siedzibą w P. na rzecz Syndyka masy upadłości (...) Przedsiębiorstwa Handlowego spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w upadłości likwidacyjnej z siedzibą w D. odsetki ustawowe od kwoty 80235,85 zł (osiemdziesiąt tysięcy dwieście trzydzieści pięć złotych osiemdziesiąt pięć groszy) za okres od dnia 24 grudnia 2011 r. do dnia 10 marca 2014 r.;**
2. **oddala apelację strony powodowej w pozostałym zakresie i apelację strony pozwanej w całości;**
3. **znosi wzajemnie pomiędzy stronami koszty postępowania apelacyjnego.**

Robert Obrębski Przemysław Kurzawa Paulina Asłanowicz

Sygn. akt IA Ca 744/16

UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 27 sierpnia 2013 r. (...) Przedsiębiorstwo Handlowe spółka z o.o. z siedzibą w D. wniosła o zasądzenie od „ (...) - spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” spółki komandytowej z siedzibą w P. kwoty 478947,85 zł z ustawowymi odsetkami od 23 lipca 2011 r. do daty zapłaty tytułem bezpodstawnych korzyści uzyskanych z

czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu przez stronę pozwaną innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie do sprzedaży we własnej sieci sklepów towarów dostarczanych przez stronę powodową. W pozwie podane zostało, że warunki świadczenia usługi marketingowych, (...), (...) i (...), usługi w ramach budżetu promocyjnego, informacji marketingowej, usług reklamowych oraz premii pieniężnej okresowej i rabatu potransakcyjnego zostały narzucone powodce przez stronę pozwaną. Nie były uzgodnione, zaś odmowa ich przyjęcia uniemożliwiła nawiązanie współpracy. Powódka twierdziła ponadto, że podane usługi nie były faktycznie świadczone ponad standardowe ekspozycje towarów. Zaprzeczała, aby premie i rabat potransakcyjny, naliczane od obrotu pomiędzy stronami, stanowiły rodzaj rabatu posprzedazowego, który również uznawała za zabroniony, jeżeli taka opłata została narzucona sprzecznie z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i gdy utrudniała faktycznie powodce dostęp do rynku w rozumieniu tego przepisu. Jako podstawa prawna roszczenia został powołany art. 18 ust. 1 pkt 5 tej ustawy. Powódka wniosła ponadto o zasądzenie na swoją rzecz od strony pozwanej kosztów postępowania i twierdziła, że o większą kwotę występowała do sądu o wezwanie strony pozwanej do próby ugodowej, która nie odniosła skutku. Spowodowała jednak, że całe roszczenie stało się wymagalne, także w zakresie dotyczącym podatku naliczonego przez pozwaną w fakturach za podane usługi.

Pozwana wносиła o oddalenie powództwa. Przyznając fakty dotyczące naliczania wynagrodzenia za usługi marketingowe, reklamowe, premie i rabaty posprzedazowe, podnosiła, że takie należności zostały uzgodnione przez strony, nie utrudniały powodce dostępu do rynku. Były więc korzystne nie tylko dla strony pozwanej, ale też dla dostawcy. Według pozwanej, ekspozycja towarów powódki zwiększała popyt na dostarczane produkty, podobnie jak inne działania reklamowe i marketingowe przewidziane w umowach łączących strony. Istotnie więc przyczyniała się do zwiększenia obrotów. Pozwana zaprzeczała, aby usługi były pozorne oraz by ich wykonywanie stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji. Podnosiła, że prowadzi działalność z wykorzystaniem nowoczesnych technik, polegających na łączeniu sprzedaży w usługami marketingowymi. Wskazywała ponadto, że premie i rabaty stanowiły szczególnego rodzaju upustu ze strony dostawcy, który był uzależniony od wielkości obrotów we współpracy między stronami, swoisty rabat udzielany po zrealizowaniu określonej partii dostaw. Nie będąc wynagrodzeniem za usługę, nie mogły zostać uznane za inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów prowadzonych przez pozwaną, która kwestionowała ponadto, aby wezwanie do próby ugodowej przerwało bieg przedawnienia tej części roszczenia, która była związana z podatkiem naliczonym przez pozwaną przy wystawianiu faktur za usługi wskazane w pozwie o wartości netto określonej we wniosku o próbę ugodową. W sytuacji, gdy wezwanie do zapłaty, wystosowane przez powódkę przed jego złożeniem, nie obejmowało podatku, pozwana twierdziła, że przed doręczeniem odpisu pozwu, nie stała się wymagalna taka część roszczenia, która odpowiadała jego wysokości.

Wyrokiem z 15 grudnia 2015 r. Sąd Okręgowy zasądził od pozwanej na rzecz powódki kwotę 443856,97 zł z ustawowymi odsetkami od 23 lipca 2011 r. od kwoty 363621,12 zł oraz od dnia 14 marca 2014 r. od kwoty 80235,85 zł do dnia zapłaty. W dalszym zakresie obejmującym odsetki od drugiej z podanych kwot za okres wcześniejszy oraz należność z tytułu rabatu potransakcyjnego w kwocie 35090,88 zł, Sąd Okręgowy oddalił powództwo i zasądził od pozwanej na rzecz powódki kwotę 28478 zł tytułem częściowego zwrotu kosztów procesu.

Na podstawie zebranych dowodów, Sąd Okręgowy ustalił, że w ramach prowadzonej działalności gospodarczej, powódka dostarczała towary, które pozwana nabywała na podstawie umów o współpracy z dnia 12 marca 2007 r. i 2 lutego 2009 r., w celu dalszej ich sprzedaży w ramach sieci swoich sklepów. Umowy, jak ustalił Sąd Okręgowy, dotyczyły różnych usług marketingowych i reklamowych, w tym usługi w ramach budżetu promocyjnego, usługi (...)(...) i (...), które dotyczyły zarządzania relacjami z klientami, usługi informacji marketingowej (...) usługi (...), która umożliwiała stronie powodowej korzystanie z danych o sprzedaży, zawartych na stronie internetowej pozwanej, jak też usług reklamowych dotyczących również promocji i wydawania gazetek prezentujących towary powódki. Umowy obejmowały też premie okresowe, od których wynagrodzenie było uzależnione przez wszystkim od obrotów, jak też rabat potransakcyjny w wysokości 2,5 % wartości miesięcznych obrotów w relacjach pomiędzy stronami. Sąd Okręgowy opisał poszczególne usługi oraz wartości wynagrodzenia za ich świadczenie, premie i rabaty, które rozliczane było przez potrącenie z należnościami powódki za dalsze dostawy realizowane w kolejnych

okresach na podstawie faktur i not księgowych wystawianych przez pozwaną. Sąd Okręgowy ustalił, że w okresie obowiązywania podanych umów, strona pozwana obciążyła powódkę należnościami za usługi, które określone zostały w poszczególnych fakturach wystawionych przez pozwaną, jak również premiami i rabatami, na które były wystawiane noty księgowe. Łączna wartość tych wierzytelności równa była należności głównej podanej w pozwie. Ustalono, że podane usługi nie były wykonywane ponad standardowe czynności związane z prezentacją w sklepach towarów nabytych przez stronę pozwaną od powódki, w tym ich umieszczanie w gazetkach. Wierzytelności z tego tytułu, według szczegółowo opisanych ustaleń Sąd Okręgowy, w całości też zostały potrącone przez pozwaną z wzajemnymi należnościami powódki za dostawę kolejnych partii towarów. Ustalono również, że rabat potransakcyjny został zastrzeżony w umowie jako podstawa do obniżenia ceny za miesięczne dostawy towarów przez wystawienie przez powódkę faktur korygujących, które nie zostały jednak wystosowane do pozwanej, wbrew treści not księgowych wystawionych przez pozwaną, z których wynikało, że powódka miała na ich podstawie skorygować początkowe ceny za dostarczone towary.

Sąd Okręgowy ustalił, że powódka nie miała możliwości negocjowania umów. Nie miała też wpływu na wartość usług marketingowych, reklamowych, premii oraz rabatów, z których nie mogła zrezygnować. Nie miała też gwarancji co do wielkości obrotów pomiędzy stronami. Kontynuowała jednak dostawy na zamówienia pozwanej. Sąd Okręgowy ustalił także, że pismem z 7 lipca 2011 r. powódka wezwała pozwaną do zapłaty należności objętej pozwem, jednakże tylko wyrażonej wartością netto na kwotę 872272,39 zł za poszczególne usługi, premie oraz rabaty, z pominięciem podatku VAT, który nie został nim objęty. Ustalono również, że wnioskiem z dnia 19 sierpnia 2011 r. powódka wezwała pozwaną do próby ugodowej w zakresie podanej kwoty, która nie była skuteczna. Pozwana nie przystąpiła bowiem do próby ugodowej na posiedzeniu pojednawczym wyznaczonym na 9 grudnia 2011 r.

Sąd Okręgowy uznał, że żądanie oparte na art. 15 ust 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zasługiwało na uwzględnienie w zakresie wynagrodzenia za wszystkie usługi opisane w mowach łączących strony. Nie było natomiast uzasadnione w części dotyczącej rabatów potransakcyjnych i odsetek od kwoty 80235, 85 zł, które nie były objęte wezwaniem do zapłaty z dnia 7 lipca 2011 r. i wnioskiem o próbę ugodową, za okres poprzedzający datę doręczenia pozwanej odpisu pozwu wniesionego w tej sprawie. Według Sądu Okręgowego, pozwana pobierała bowiem od powódki inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci swoich sklepów za pozorowane usługi i premie okresowe pieniężne, które nie były ekwiwalentne. Pozwana nie wykazała, aby wykonywała na rzecz powódki usługi marketingowe oraz reklamowe. Ekspozycja towarów powódki stanowiła natomiast realizację interesów strony pozwanej. Reklamowane były bowiem, również w gazetkach stanowiących informacje o własnej ofercie, towary stanowiące własność strony pozwanej bez reklamy dostawcy, którego działalność nie była w ten sposób promowana. Sąd Okręgowy wskazał ponadto, że nie zostało udowodnione, aby wykonywanie umów zawartych przez strony ekwiwalentnie realizowało interesy powódki. Celem pozwanej było bowiem zwiększenie własnych korzyści, które wynikały z obciążenia powódki wynagrodzeniem za wskazane usługi, którego wysokość była pochodną wielkości obrotów między stronami. Opłaty były tym samym pobierane, według Sądu Okręgowego, za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży prowadzonej przez pozwaną. Zostały narzucone powódce, która nie odnosiła z nich korzyści handlowych. Wskazując, że usługi nie były uzależnione od ekwiwalentnego świadczenia, Sąd Okręgowy uznał, że obowiązek zapłaty wynagrodzenia na takie usługi powstawał automatycznie. Sąd Okręgowy nie podzielił również stanowiska pozwanej, jakoby premie okresowe pieniężne stanowiły rodzaj upustu posprzedazowego, czyli by obniżały cenę w sposób wykluczający uznanie tych wierzytelności pozwanej za inne niż marża opłaty za przyjęcie towaru powódki do sprzedaży w sieci sklepów prowadzonych przez pozwaną. Uznał natomiast, z drugiej strony, że funkcję taką spełniały rabaty potransakcyjne, które zostały zastrzeżone w umowie w sposób nakładający na powódkę niewypełniony obowiązek wystawienia faktur korygujących. Chodziło więc o obniżenie ceny. Nie zaś o pobieranie opłat za przyjęte towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów strony pozwanej. W zakresie dotyczącym rabatów, Sąd Okręgowy nie dopatrył się podstaw do uwzględnienia żądania pozwu. Sąd Okręgowy wskazał na przyczyny oddalenia wniosku pozwanej o dopuszczenie dowodu z opinii biegłego, a o odsetkach orzekł na podstawie art. 481 k.c. Uznał bowiem, że należność główna wskazana w wezwaniu pozwanej do jej zapłaty z dnia 7 lipca 2011 r. stała się wymagalna w dniu 22 lipca 2011 r. tylko jednak w zakresie wartości netto usług i premii okresowych naliczonych przez pozwaną, które zostały potrącone z należnościami powódki za kolejne dostawy. Uznając, że wniosek o wezwanie do próby

ugodowej z dnia 19 sierpnia 2011 r. również nie dotyczył podatku VAT naliczonego przez pozwaną, Sąd Okręgowy uznał, że odsetki od jego równowartości, naliczonej przez powódkę w pozwie na kwotę 80235,85 zł, należy zasądzić dopiero od daty doręczenia pozwanej jego odpisu, czyli od 14 marca 2014 r. O kosztach procesu Sąd Okręgowy orzekł natomiast na podstawie art. 100 k.p.c. i § 6 pkt 5 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu, stosownie do wyniku sprawy, którą powódka wygrała w 93 %, a w pozostałym zakresie uległa pozwanej.

Apelację do wyroku Sądu Okręgowego wniosły obie strony. Pozwana zaskarżyła ten wyrok w części uwzględniającej powództwo oraz orzekającej o kosztach procesu. Zarzuciła Sądowi Okręgowemu naruszenie art. 217 § 1 w zw. z art. 227 i art. 278 k.p.c. poprzez bezpodstawne oddalenie wniosku powódki o przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego sądowego w celu udowodnienia, że usługi marketingowe przyniosły korzyści powódce, jak też art. 233 § 1 i art. 227 k.p.c. poprzez przekroczenie granic swobodnej oceny dowodów i dowolne uznanie, że wynagrodzenie za usługi i premie zostały byłą powódce narzucone, usługi nie były świadczone, zaś premie okresowe nie mogły zostać uznane za rabaty posprzedażowe. Dalsze zarzuty dotyczyły naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zw. z art. 6 k.c. przez przyjęcie, że pobieranie opłat za świadczone usługi i premie stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji i źródło uzyskania przez stronę pozwaną bezpodstawnej korzyści na szkodę powódki. Na podstawie podanych zarzutów pozwana wniosła o zmianę zaskarżonej części wyroku Sądu Okręgowego przez oddalenie powództwa oraz o obciążenie powódki całością poniesionych kosztów procesu. Występowała ponadto z wnioskiem opartym na art. 380 k.p.c. o przeprowadzenie dowodu z opinii wskazanego biegłego sądowego na etapie postępowania apelacyjnego.

Apelacją powódki wyrok Sądu Okręgowego został zaskarżony w części, w której oddalone zostało powództwo oparte na twierdzeniu, że rabaty również stanowiły inne niż marża opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży, jak też w zakresie dotyczącym oddalenia przez Sąd Okręgowy odsetek od kwoty 80 235,85 zł za okres poprzedzający doręczenie pozwanej odpisu pozwu. Strona powodowa zarzuciła w tym zakresie Sądowi Okręgowemu naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. poprzez dowolne przyjęcie, na podstawie dowodów zebranych w tej sprawie, że rabaty potransakcyjne nie stanowiły wskazanych opłat, jak również wadliwe niezastosowanie w tym zakresie art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy w zw. z art. 353¹ k.c. i bezpodstawne uznanie, że powództwo nie zasługiwało w tym zakresie na uwzględnienie. Ponadto apelacja powódki została oparta na zarzucie obrazy art. 481 w zw. z art. 455 k.c. przez bezzasadne uznanie, że wniosek o wezwanie pozwanej do ugody obejmował wskazane w nim należności netto, czyli że nie dotyczył należnego od nich podatku, który został naliczony przez pozwaną w fakturach i przerzucony na powódkę w ramach rozliczenia należności za kolejne dostawy. Na podstawie podanych zarzutów powódka wniosła o zmianę wyroku Sądu Okręgowego w zaskarżonej części poprzez zasądzenie od pozwanej na swoją rzecz dalszej kwoty 35089,88 zł tytułem należności głównej oraz odsetek ustawowych od kwoty 80235,85 zł za okres od 24 grudnia 2011 r. do daty ich zapłacenia przez pozwaną

W odpowiedzi na apelację i podczas rozprawy apelacyjnej strony wniosły o oddalenie apelacji złożonej przez przeciwnika oraz o jego obciążenie kosztami postępowania apelacyjnego.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja strony pozwanej była niezasadna. Na częściowe uwzględnienie zaś zasługiwała apelacja powódki, jednak tylko w zakresie dotyczącym odsetek od kwoty 80235,85 za okres od 24 grudnia 2011 r. do 10 marca 2014 r., czyli za okres, który nie został uwzględniony przez Sąd Okręgowy. W pozostałej części, obejmującej rabaty posprzedażowe, podlegała oddaleniu. Okoliczności związane z pobieraniem przez pozwaną usług określonych w umowach łączących strony, premii i rabatu, ich wysokości, prawidłowo naliczonych przez Sąd Okręgowy na kwotę należności głównej objętej pozwem, jak również ich rozliczania między stronami, przez potrącanie należności pozwanej za usługi z wierzytelnościami powódki za dostawy kolejnych partii towarów, na podstawie faktur VAT oraz not księgowych, zostały poprawnie ustalone przez Sąd Okręgowy. W zasadzie nie były ponadto sporne pomiędzy stronami. Prawidłowo ustalone też zostało, że żadne usługi, które zgodnie z umową miały być świadczone przez pozwaną na rzecz powódki, nie były wykonywane ponad standardową ekspozycję towaru w sklepie pozwanej. W żadnym z porozumień nie został

jednak określony zakres świadczeń pozwanej, za które podane kwoty zostały naliczone. Również w tym zakresie występowała w istocie pełna dowolność po stronie pozwanej oraz brak ekwiwalentności. Trudno wystawienie towarów powódki w swoich sklepach i w gazetkach uznać za osobną usługę reklamową. Chodziło o prezentację własnej oferty handlowej przez pozwaną, która nie miała na celu przysporzenie powódce dodatkowych korzyści. Z dowodów przedstawionych przez strony nie można wyprowadzić innych wniosków. Zeznania świadków miały charakter ogólny. Nie wskazywały, aby pozwana dokonywała szczególnie atrakcyjnych ekspozycji towarów powódki w sposób wyjątkowo intensywnie eksponujący jej firmę, by prowadziła rozległe i znaczące marketingowo akcje reklamowe standardowych towarów powódki, która nie odnosiła też wymiernych korzyści z dostępu, drogą internetową, do danych obrazujących obroty pozwanej, a tym bardziej do tych informacji, które dotyczyły klientów pozwanej. Zarzut naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. nie mógł odnieść zamierzonego skutku w sytuacji, gdy nie został w tej sprawie przedstawiony konkretny, a przede wszystkim adekwatny materiał dowodowy potwierdzający świadczenie usług określonych w umowach, których zakresy nie zostały skonkretyzowane i w znacznej części nakładały się na siebie. Nie sposób było na ich podstawie określić wymiar zobowiązań strony pozwanej i wysokości ekwiwalentnego wynagrodzenia. Usługi, które miały mieć postać ekwiwalentną, zasadnie zostały więc uznane przez Sąd Okręgowy za opłaty za przyjęcie towaru powódki do sprzedaży w sklepie strony pozwanej. Przy braku podstaw dowodowych do ustalenia rodzaju, zakresu, częstotliwości i zasięgu usług określonych w umowie jako usługi marketingowe i reklamowe, nie można było ustalić ich znaczenia na powódki i wysokości należnego wynagrodzenia. W rozpoznawanej sprawie nie zostały udowodnione okoliczności, na bazie których oczywista prawidłowość ekonomiczna mogłaby zostać potwierdzona wnioskami i wyliczeniami wynagrodzenia należnego stronie pozwanej. Przeciwnie, przy braku dowodów i niewątpliwym naliczaniu wynagrodzenia potrąconego przez pozwaną głównie od wartości obrotu pomiędzy stronami, wykazane zostało typowe działanie dla pobierania opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży przez firmę prowadzącą sklepy wielkopowierzchniowe. Na uwzględnienie nie mógł więc zasługiwać zarzut dotyczący oddalenia przez Sąd Okręgowy wniosku o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego wskazanego w treści apelacji pozwanej, która nie wykazała w tej sprawie konkretnych działań, które mogłyby podlegać ocenie ze strony biegłego co do możliwych korzyści powódki z wykonywania usług określonych w umowach. Dowód taki mógłby zostać w tej sprawie dopuszczony, gdyby zakres i rodzaje tych usług zostały ustalone w sposób skonkretyzowany, nie zaś tylko opisujący możliwe czynności, które nie zostały wykazane. Udowodnienie podstawowej okoliczności ekonomicznej o wpływie informacji przekazywanych przez pozwaną swoim klientom o towarze dostawcy, nie wymagało opinii biegłego. Nie mogło jednak wykazać wymiaru należnego wynagrodzenia za nieskonkretyzowane usługi, których wykonywanie nie zostało wykazane przez pozwaną.

Zebrany w tej sprawie materiał dowodowy, w tym zeznania świadków, nie uzasadniał ponadto jednoznacznego przyjęcia, że strona powodowa mogła zrezygnować z zapisów dotyczących usług i premii wprowadzonych do umów łączących strony. Zeznania osób przesłuchanych przez Sąd Okręgowy nie były zgodne. Oddawały z pewnością rozbieżne interesy stron. W sytuacji, gdy były istotnie rozbieżne, ocena ich wiarygodności wymagała uwzględnienia zasad doświadczenia życiowego, które nie świadczyły w tym zakresie na rzecz strony pozwanej. Trudno bowiem byłoby racjonalnie wytłumaczyć decyzję powódki o rezygnacji z obciążenia wynagrodzeniem za usługi, gdyby faktycznie powódka mogła zawrzeć umowę bez tych obciążeń. Racjonalnie działający przedsiębiorca zwykle wykorzystuje bowiem wszelkie możliwości pozwalające na ograniczenie kosztów lub na zwiększenie przychodów z prowadzonej działalności handlowej. Dowody, na które pozwana powoływała się w apelacji, nie pozwalały więc na przyjęcie, że usługi, w tym również premie, nie zostały zarzucone powódce i że skarżąca miała wpływ na zastosowanie tego instrumentu, ustalenie wysokości premii oraz wartości usług. Decydujące znaczenie miała więc ocena prawnego znaczenia okoliczności ustalonych przez Sąd Okręgowy na podstawie dowodów zebranych w sprawie co do usług i premii okresowych, które z samego założenia nie wiązały się z żadnymi wzajemnymi świadczeniami ze strony pozwanej, lecz z wielkością obrotu osiąganego przez strony w okresie współpracy, która była realizowana na podstawie umów z 12 marca 2007 r. oraz z 2 lutego 2009 r.

Sąd Okręgowy nie naruszył więc art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przyjmując, na podstawie dowodów zebranych w tej sprawie, że wynagrodzenie za wszystkie usługi wskazane w obu powołanych

umowach i z tytułu okresowych premii pieniężnych stanowiło w istocie rodzaj ukrytej pod tymi pojęciami opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów strony pozwanej.

Ustosunkowując się do podstawowego zarzutu, dotyczącego naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy w zw. z art. 6 k.c. przez niezasadne przyjęcie przez Sąd Okręgowy, że potrącone przez pozwaną wynagrodzenie za przyjęcie towarów dostawcy do sprzedaży, nie stanowiło innych opłat niż marża, wskazać należy, że niezależnie od różnych poglądów, które można spotykać w doktrynie, w orzecznictwie, także Sądu Apelacyjnego w Warszawie, ugruntowany został pogląd, zgodnie z którym czyny nieuczciwej konkurencji określone w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy w zasadzie prawie zawsze utrudniają innemu przedsiębiorcy dostęp do rynku. Podobne stanowisko wyraził w ostatnim czasie Sąd Najwyższy wyrokiem wydanym 16 stycznia 2015 r., III CSK 244/12. Nie chodzi jednakże o uznanie, że w przepisie tym zostało wprowadzone domniemanie prawne, lecz zebranie wszystkich elementów faktycznych oraz wykazanie zachodzących pomiędzy nimi związków w sposób uzasadniający przyjęcie na tle okoliczności konkretnej sprawy, także na zasadzie domniemania faktycznego, że narzucenie dostawcy opłat za usługi oraz premie za przyjęcie jego towarów do sprzedaży, stanowiło dla niego istotne utrudnienie w dostępie do rynku i naruszało dobre obyczaje, obowiązujące podmioty, które pozostawały w stałej współpracy. Nie tylko więc stwarzało zagrożenie, ale naruszało interesy dostawcy w rozumieniu przyjętym w art. 3 ust. 1 ustawy poprzez ograniczenie rentowności prowadzonej działalności, zmniejszenie dostaw, a w konsekwencji również ograniczenie jego udziału w rynku. Wykazanie wskazanych okoliczności jest więc wystarczające. Nie musi polegać na udowodnieniu niemożliwości zbycia towarów dostawcy przy udziale innych pośredników na rynku. W warunkach gospodarki rynkowej, przeprowadzenie tego dowodu graniczy z niemożliwością. Nie chodzi bowiem o konieczność udowodnienia zdarzeń, które miały miejsce, lecz niemożliwość zaistnienia alternatywnego stanu rzeczy, który nie wystąpił. Wykazywanie więc dalszych okoliczności utrudniania dostawcy dostępu do rynku nie jest potrzebne, a związany z tym ciężar dowodu nie spoczywa na stronie dochodzącej ochrony przewidzianej art. 18 ust. 1 pkt 5 tej ustawy, jak wskazał Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyrokach z dnia 25 listopada 2011 r., I A Ca 465/11, z dnia 20 lutego 2009 r. I A Ca 128/08, z dnia 5 sierpnia 2010 r., I A Ca 183/10, z dnia 20 grudnia 2011 r., I A Ca 601/11, z dnia 2 października 2012 r., I A Ca 359/12, z dnia 23 stycznia 2013 r., I A Ca 924/12).

Wykładnia art. 15 ust. 1 ustawy, która nie nakłada na dostawcę obowiązku wykazywania innych przejawów utrudniania dostępu do rynku niż pobieranie za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat, które nie stanowią marży handlowej, może zostać uznana za utrwaloną linię orzecniczą Sądu Apelacyjnego w Warszawie. Do wykładni tej przychylił się też skład orzekający w rozpoznawanej sprawie. Za podanym stanowiskiem przemawia bowiem nie tylko wykładnia powołanego przepisu, ale przede wszystkim jego znaczenie prawne.

Utrudnianie dostępu do rynku to stawianie barier, które nie wynikają ani z rodzaju działalności prowadzonej przez przedsiębiorcę oferującego towary lub usługi (strona podaży), ani z uwarunkowań kształtujących zapotrzebowanie na konkretny towar i usługę (strefa popytu), lecz są efektem nieuczciwych działań podejmowanych przez innych przedsiębiorców, które tylko przykładowo zostały wymienione w kolejnych punktach art. 15 ust. 1 ustawy. Działaniem takim jest pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży przez przedsiębiorcę zajmującego się jego dalszą sprzedażą, czyli pośrednika, zwłaszcza kierującego ofertą do odbiorcy finalnego. Nie regulując wysokości marży, pozostawiając jej ustalenie prawom wolnego rynku, za czyn nieuczciwej konkurencji zostało uznane działanie ograniczające przychody dostawców, które nie jest związane z marżą pobieraną przez przedsiębiorcę handlującego towarem w celu jego dalszej odsprzedaży. Uzależnianie przyjęcia towaru do sprzedaży od zapłacenia przez dostawcę innych opłat niż marżę handlową stosowaną wobec nabywców, w istocie rzeczy ogranicza rentowność działalności prowadzonej przez dostawcę. Może więc prowadzić do ograniczenia dostaw oraz produkcji. W skrajnych zaś wypadkach - może prowadzić do eliminacji dostawcy z rynku z przyczyn niezależnych od postaw konsumentów kształtujących popyt na dany towar. Niepożądany efekt działalności tego rodzaju polega na zwiększaniu zysku przedsiębiorcy pośredniczącego w handlu między finalnym nabywcą towaru a poszkodowanym dostawcą, który nie odnosi korzyści. Utrudnianie innemu przedsiębiorcy dostępu do rynku, nie musi dotyczyć blokowania możliwości wprowadzenia towarów na rynek przez innych pośredników, w szczególności przez działania opisane w pozostałych punktach art. 15 ust. 1 ustawy. Czynem nieuczciwej konkurencji może być więc stwarzanie

dodatkowych barier między dostawcą a finalnym nabywcą towaru, które wykraczają poza stosowaną marżę, ograniczają więc rentowność działalności dostawcy. Jeśli z przyczyn, które nie są uzasadnione ekonomicznie, dostawca nie może osiągnąć przychodu, który jest uzasadniony w danych warunkach rynkowych, jego udział w rynku podlega ograniczeniu. Wykazanie, że działanie przedsiębiorcy pośredniczącego między dostawcą a odbiorcą towaru, stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, nie wymaga więc udowodnienia dużo większych trudności związanych z wprowadzeniem towaru na wolny rynek przy wykorzystaniu przedsiębiorstwa innego pośrednika. Wystarczające jest bowiem wykazanie, że pośrednik, który pozostaje w stałej współpracy z danym dostawcą, uzależnia przyjęcie towaru od uiszczenia przez dostawcę innych opłat niż marża handlowa. Przyczynę ograniczenia dostępu do rynku wobec dostawcy stanowi konieczność poniesienia dodatkowych opłat w sytuacji, gdy alternatywą jest ograniczenie, a nawet zakończenie współpracy z pośrednikiem, czyli zmniejszenie udziału dostawcy w rynku.

Pobierając wynagrodzenie za usługi i premie okresowe, pozwana utrudniła powódce dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 ustawy. Powódka nie miała więc obowiązku wykazywania, że towary oferowane pozwanej nie mogły zostać sprzedane w inny sposób, czyli innemu pośrednikowi. Miała natomiast obowiązek udowodnić, że pozwana odniosła korzyść ze stosowania innych opłat niż marża handlowa. Zasadności powództwa nie mogło podważać wykazanie, że ich stosowanie przez pozwaną nie musiało zamykać dostawcy dostępu do rynku w świetle art. 15 ust. 1 ustawy. Należało przyjąć, że ciężar dowodu spoczywał w tym zakresie na stronie pozwanej, a nie na powódce (uzasadnienie wyroku Sądu Apelacyjnego z dnia 5 sierpnia 2010 r., IA Ca 183/10). Pozostałe okoliczności, które zostały udowodnione przez powódkę, w tym zupełny brak wzajemnego świadczenia za pobieranie premii i wynagrodzenia za pozorowane tylko usługi, naliczane głównie od obrotów osiąganych przez obie strony, przemawiały więc na korzyść dostawcy. Wykazały bowiem typowe przejawy obciążenia dostawcy innymi niż marża opłatami za przyjęcie jego towarów do sprzedaży. Na zasadzie domniemania faktycznego, które można wywieść w tych okoliczności, zasadne było przyjęcie, że pobieranie przez pozwaną wynagrodzenia za usług i premii okresowych naruszało dobre obyczaje. Grodziło tym samym powódkę istotnym ograniczeniem jej dostępu do rynku.

W sytuacji, gdy głównym sposobem dotarcia do odbiorców, jest wejście we współpracę z firmą prowadzącą sklepy wielkopowierzchniowych, mającą znaczący udział w rynku zdominowanym przez duże firmy stosujące podobne praktyki, odrzucenie przez dostawcę wymuszanych opłat za pozorne usługi albo premii okresowych, musi pociągać za sobą ograniczenie dostępu dostawcy do rynku. Przyjęcie narzucanych warunków stanowi konieczność ekonomiczną. Pozwala bowiem na utrzymanie się na rynku na warunkach mniej korzystnych, niemniej gwarantujących wejście dostawcy na rynek oraz pozyskanie klientów. Wykazanie okoliczności potwierdzających pobieranie opłat z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy, pozwala na uznanie, na zasadzie domniemania faktycznego, że swoimi działaniami pozwana utrudniała powódce dostęp do rynków zbytu. W sposób oparty na domniemaniu faktycznym, można więc wykazać podstawowy element hipotezy zawartej w powołanym przepisie, związany z utrudnianiem dostępu do rynku danemu przedsiębiorcy. Na stronie pozwanej spoczywał natomiast ciężar wykazania przeciwnej tezy (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 17 kwietnia 2008 r., I CSK 500/07). W rozpoznanej sprawie, pozwana musiałaby więc wykazać, przy uwzględnieniu faktów udowodnionych przez stronę powodową, w tym przedmiotu jej działalności i rodzaj zbywanego towaru, że w okresie istotnym dla sprawy, inne firmy prowadzące podobne sieci sklepów nie pobierały takich opłat, że obciążenia innych dostawców były mniejsze i że dostawca działający w tej sprawie po czynnej stronie procesu miał możliwość nawiązania współpracy z innymi pośrednikami na korzystniejszych warunkach. Powódka nie miała zaś faktycznej możliwości przeprowadzenia dowodu wykazującego, że alternatywne scenariusze nie mogły wystąpić. Nie sposób bowiem udowodnić niemożliwości wystąpienia potencjalnych zdarzeń, prawdopodobieństwo zaistnienia których wymagałoby wręcz zbadania całego rynku sklepów wielkopowierzchniowych w branży obejmującej pełną ofertę towarów dostarczanych stronie pozwanej przez powódkę. Możliwe było zaś wykazanie, że określona sieć nie stosowała takich opłat w istotnym dla sprawy okresie i że dostawca miał możliwość nawiązania stałej współpracy na korzystniejszych warunkach. Zdaniem Sądu Apelacyjnego, pozwana nie wywiązała się tej sprawie z ciężaru wykazania takich twierdzeń, których nawet nie podnosiła. Zgodzić się natomiast należy z tezą, że w treści art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy nie zostało wyprowadzone domniemanie prawne, jak zasadnie uznał Trybunał Konstytucyjny w wyroku z dnia 16 października 2014 r., SK 20/12. Ograniczenie przez pozwaną dostępu dostawcy do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów pozwanej, wynikało z oceny

wszystkich okoliczności tej sprawy, w tym z ustalonej natury premii, która wyłącznie w ekonomicznym znaczeniu może zostać uznana za konstrukcję podobną do upustu cenowego. W prawnym znaczeniu, pozostaje osobną opłatą, którą pozwana narzuciła powódce za przyjmowanie towarów do dalszej ich sprzedaży z zyskiem.

Istota czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy nie opiera się na sankcji nieważności umów przewidujących świadczenie przez pośrednika usług na rzecz dostawców, lecz na uznaniu takich działań za autonomiczną podstawę roszczenia przewidzianego powołanym przepisem, czyli na założeniu, że obciążenie dostawcy innymi niż marża handlowa opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży, znajdujące podstawę w ważnej umowie, samo w sobie stanowi delikt oraz podstawę do uwzględnienia powództwa o zapłatę kwoty odpowiadającej wzbogaceniu występującym po stronie jego sprawy. Nie chodzi więc o zasądzenie na rzecz dostawcy nieuzyskanej części ceny za towar dostarczony pozwanej, lecz o zasądzenie świadczenia mającego swoje źródło w czynie nieuczciwej konkurencji, uregulowanym w powołanym przepisie. Gdyby strona pozwana nie obciążyła powódki wynagrodzeniem za pozorowane usługi i premiami na zasadach określonych w umowach łączących strony, nie byłoby działania stanowiącego czyn nieuczciwej konkurencji. Należy więc przyjąć, że uzyskanie korzyści przez stronę pozwaną nie tyle nie miało podstawy prawnej, ile stanowiło delikt będący źródłem szkody doznanej przez powódkę, która nie uzyskała takich korzyści ze sprzedaży towarów nabywanych przez pozwaną, jakie mogłaby uzyskać, gdyby strona pozwana nie uzależniała ich przyjęcia do sprzedaży w sieci swoich sklepów od obciążenia powódki innymi opłatami niż marża handlowa i gdyby nie pobrała opłat przez ich potrącenie z wzajemnymi należnościami powódki ze sprzedaży dostarczonych towarów. Potrącane były należności, które stanowiły inną niż marża opłatę za przyjęcie towaru powódki do sprzedaży w sklepach pozwanej. Nie doszło więc do umorzenia należności mającej źródło w czynie zabronionym, lecz tylko do częściowego wykonania świadczenia ustalonego przez obie strony w umowie, poprzez realizację której pozwana dopuściła się deliktu nieuczciwej konkurencji. Obciążyła bowiem stronę powodową opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży. Ich zastrzeżenie w umowie nie skutkowało jej nieważnością, lecz powodowało, że ich naliczanie i obciążanie nimi powódki, stanowiło źródło uzyskania przez stronę pozwaną bezpodstawnej korzyści majątkowej, ze szkodą dla dostawcy. Powódka nie dochodziła bowiem w tej sprawie potrąconej części własnej należności z tytułu ceny za sprzedane towary. Na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy, domaga się zaś zasądzenia bezpodstawnej korzyści uzyskanej przez pozwaną. Przedmiotem potrącenia dokonanego przez stronę pozwaną nie była należność mająca źródło w delikcie, lecz wymagalna wierzytelność pozwanej z tytułu premii za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w swoich sklepach (tak uzasadnienie uchwały Sądu Najwyższego z dnia 19 sierpnia 2009 r., III CZP 58/09 i wyroków Sądu Apelacyjnego: z dnia 20 grudnia 2011 r., IA Ca 601/11 i z dnia 2 października 2012 r., IA Ca 359/12; nieco odmiennie Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 czerwca 2010 r., IA Ca 294/10). Złożenie oświadczeń o potrąceniu tych opłat, spowodowało, że z czynu nieuczciwej konkurencji, pozwana odniosła bezpodstawną korzyść, której wartość podlegała zasądzeniu na rzecz powódki na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy, bez potrzeby wykazywania dalszych przesłanek z art. 405 k.c. (por. uzasadnienie uchwały Sądu Najwyższego z dnia 19 sierpnia 2009 r., III CZP 58/09; tak też Sąd Apelacyjny w Warszawie w uzasadnieniu wyroku z dnia 25 listopada 2011 r., IA Ca 465/11). Przedmiotem żądania nie było roszczenie o zwrot korzyści uzyskanej bez podstawy prawnej, lecz roszczenie deliktowe z czynu nieuczciwej konkurencji. Apelacja pozwanej nie zasługiwała więc na uwzględnienie.

Apelacja powódki była natomiast uzasadniona w części dotyczącej tylko odsetek od kwoty 80235,85 zł, które Sąd Okręgowy zasądził dopiero od dnia 11 marca 2011 r., bezzasadnie przyjmując, że roszczenie stało się wymagalne w tej części dopiero na skutek doręczenia pozwanej odpisu pozwu, czyli że nie mogło zostać postawione w tym zakresie w stan wymagalności poprzez bezskuteczne wezwanie pozwanej do zapłaty wnioskiem, który doprowadził do wszczęcia ze strony powódki postępowania pojednawczego. Analiza wniosku powódki z dnia 19 lipca 2011 r. nie pozwala na potwierdzenie stanowiska, które Sąd Okręgowy zajął w tym zakresie. Nie ulega wątpliwości, że została w nim obliczona główna należność netto na kwotę 872272,39 zł, która nie obejmowała podatku VAT od podanej kwoty. W tabelach przedstawionych we wniosku należności podatkowe została jednak uwzględnione. Obok wartości należności głównej zostały podane również kwoty większe o należny podatek obliczony od kwot z faktur. Istotne znaczenie miało porównanie wartości należności głównej netto z wysokością kwoty, której dotyczył wniosek o wezwanie do próby ugodowej, wyliczonej w jego petitum na kwotę 1072896 zł, jak również podana we wniosku wartość przedmiotu sporu, która również opiewała na podaną kwotę, czyli na wartość roszczenia głównego brutto. Jeśli dodać, że w

uzasadnieniu wniosku należność główna naliczona na 872272,39 zł została wyrażona w jako wartość netto, nie może ulegać kwestii, że podana w petitum tego wniosku kwota roszczenia była wyrażona w wartości brutto, czyli została powiększona o podatek wynikający z tabel zamieszczonych w uzasadnieniu. Argumentacja, na którą powoływały się w tej sprawie obie strony, również wykazuje, że nawet dla pozwanej jasne było, iż różnica wynika z obciążenia podatkowego, nie zaś z innych wyliczeń, na które nie wskazywała żadna ze stron. Zachodziły więc podstawy do uznania, że wniosek powódki o wezwanie pozwanej do próby ugodowej nie tylko przerwał bieg terminu przedawnienia roszczenia, które zostało w nim określone na kwotę 1072896 zł, lecz również stanowił skuteczne wezwanie pozwanej do zapłaty tej kwoty, które przekształciło pierwotnie bezterminowe świadczenie z tytułu popełnienia przez pozwaną czynu nieuczciwej konkurencji, w wierzytelność wymagalną, która nie została zapłacona przez pozwaną. Przy braku w aktach postępowania pojednawczego dowodu doręczenie pozwanej odpisu wniosku złożonego przez powódkę, należało przyjąć wersję korzystniejszą dla dłużnika, czyli uznać, że wskazane świadczenie stało się wymagalne w dniu, na który zostało wyznaczone bezskuteczne posiedzenie pojednawcze, czyli 9 grudnia 2011 r. Zmieniając więc częściowo zaskarżony wyrok, Sąd Apelacyjny zasądził od strony pozwanej na rzecz powódki odsetki od należności głównej w kwocie 80235,85 zł również za okres od 24 grudnia 2011 do 10 marca 2014 r., którego dotyczyły wnioski apelacji. Jej zakresem Sąd Apelacyjny był bowiem związany, niezależnie do tego, że wskazana wierzytelność stała się wymagalna wcześniej niż zostało do wskazane w petitum apelacji.

W pozostałym zakresie, dotyczącym należności opartej na twierdzeniu, że rabat potransakcyjny, prawidłowo naliczonym przez Sąd Okręgowy na kwotę 35089,88 zł, także stanowił inną niż marża opłatę za przyjęcie towarów strony powodowej do sprzedaży w sieci sklepów strony pozwanej, apelacja powódki nie zasługiwała na uwzględnienie. Podstawowe znaczenie dla wyniku sprawy miała w tym zakresie sama ocena konstrukcji rabatu, którym pozwana obciążała powódkę proporcjonalnie do obrotu uzyskiwanego przez strony w istotnym dla sprawy okresie.

Przyznać należy, że w tym zakresie pojawiły się rozbieżności, nie tylko w działalności sądów powszechnych, ale również Sądu Najwyższego, które nie zostały dotąd ostatecznie rozstrzygnięte. Wymagają więc analizy na gruncie okoliczności danej sprawy. W wyroku z dnia 20 lutego 2014 r., I CSK 236/13, Sąd Najwyższy uznał, że premia pieniężna pobierana od określonej wielkości obrotów, czyli przy odpowiednio wysokiej lub też narastającej w przedziałach kwotowych wartości zakupów dokonywanych przez podmiot prowadzący sklepy wielkopowierzchniowe, może stanowić rabat. Podobne stanowisko Sąd Najwyższy wyraził w uchwale składu siedmiu sędziów z 4 września 2015 r., III CZP 73/15. Samo zbywanie większej ilości towaru po niższej cenie nie musi bowiem stanowić działań naruszających zasady uczciwej konkurencji. Może więc nie zostać uznane za delikt z art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy. Przy przyjęciu tego stanowiska, czyli na gruncie ściśle ekonomicznego rozumienia rabatu, oddalenie powództwa w tej sprawie w zakresie rabatu potransakcyjnego byłoby w pełni uzasadnione bez dalszej argumentacji, zwłaszcza że podobna tezę Sąd Najwyższy przyjął w wyroku z 17 kwietnia 2015 r., I CSK 136/14. Uzasadnienie tego orzeczenia może dawać podstawę do przyjęcia, że wyrażając pogląd korzystny dla podmiotów prowadzących wskazane sklepy i osiągających z tego tytułu bardzo duże obroty, Sąd Najwyższy przywiązał dużo większą wagę do racji ekonomicznych niż do argumentacji ściśle prawnej.

Zasadniczo odmienny pogląd Sąd Najwyższy zaprezentował w wyroku z dnia 23 października 2014 r., I CSK 597/13. Uznał bowiem za czyn nieuczciwej konkurencji działanie polegające również na obciążaniu dostawcy premiami pieniężnymi, naliczanymi proporcjonalnie do wartości zakupów dokonywanych w celu dalszej odsprzedaży. Tożsamy pogląd Sąd Najwyższy zaprezentował w wyroku z dnia 24 czerwca 2014 r., I CSK 431/13. W jego uzasadnieniu trafnie wyjaśniona została prawna relacja pomiędzy rabatem, także posprzedażowym, a wysokością ceny za sprzedany towar. Wskazane więc zostały konkretne kryteria faktyczne, które pozwalają na odróżnienie takiego rabatu od pobierania innych niż marża opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży w sieci sklepów. W licznych orzeczeniach Sądu Apelacyjnego w Warszawie, w tym wydanych w sprawach IA Ca 1539/15 czy też w sprawie IA Ca 1667/15, podstawowe znaczenie miała zastosowana przez strony prawna konstrukcja obniżenia ogólnych wydatków nabywcy na zakup towarów przeznaczonych do dalszej sprzedaży w sklepach wielkopowierzchniowych. Jeżeli więc przyjęta przez strony konstrukcja prawna polega na powstaniu po stronie nabywcy osobnej wierzytelności oraz gdy w relacjach między stronami dochodzi do jej potrącenia z należnościami dostawcy z tytułu dalszych dostaw, nie może wystąpić skutek

pomniejszenia jednostkowej ceny za towar nabyty od dostawcy. W takim wypadku premia, bonus pozostaje wyłącznie opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży, której nie towarzyszy nawet pozorowana usługa. Z drugiej jednak strony, we wskazanych orzeczeniach Sąd Apelacyjny w Warszawie zasadnie wskazywał, że jeżeli w umowie określającej zasady stałej współpracy między takimi stronami, uzgodnione zostają warunki, które polegają na nałożeniu na dostawcę obowiązku zredukowania ceny poprzez wystawienia faktury korygującej w efekcie uzyskania określonego przez obie strony poziomu obrotu albo upływu okresu realizacji współpracy, zastosowana konstrukcja nie pozwala w ogóle na przyjęcie, aby nabywca pobierał opłaty od dostawcy, które nie mogą wystąpić w wypadku obniżenia ceny za dostarczony towar. W takim wypadku chodzi bowiem wyłącznie o obniżenie wiarytelności dostawcy, nie zaś o powstanie osobnej wiarytelności z tytułu opłaty po stronie nabywcy. Nie można więc w ogóle mówić w takim wypadku o pobieraniu opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Wykluczone też zostaje przyjęcie, że nabywca dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji wobec dostawcy. Zastosowanie prawnej konstrukcji rabatu, który pomniejsza cenę za towar, wyklucza podstawę faktyczną do uznania działań nabywcy za delikt określony art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy. Jeżeli bowiem opłata nie jest pobierana, brak jest podstawy do uznania, że podmiot prowadzący sieć sklepów wielkopowierzchniowych dopuszcza się deliktu określonego w powołanym przepisie, nawet jeżeli wskazane warunki umowy, przewidujące rabat posprzedażowy, zostałyby narzucone dostawcy w sposób naruszający dobre obyczaje, jak też gdyby utrudniały dostawcy dostęp do rynku w rozumieniu przyjętym w powołanym przepisie.

Przenosząc przedstawioną wykładnię art. 15 ust. 1 ustawy o okoliczności tej sprawy, Sąd Apelacyjny uznał, że zarzut naruszenia tego przepisu przez Sąd Okręgowy poprzez uznanie, że rabat potransakcyjny nie był inną niż marża opłata za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sklepach pozwanej, nie zasługiwał na uwzględnienie dlatego, że nie była to płała, lecz uzgodniony przez obie strony rabat posprzedażowy.

Z postanowień obu umów łączących strony wynikało, że rabat nazwany przez strony „potransakcyjnym” udzielany był przez „dostawcę w wysokości określonej kwoty lub procentu od wartości każdej konkretnej dostawy towarów zrealizowanej w danym okresie” oraz że „podstawą do naliczenia rabatu” tego rodzaju „jest wartość dostaw w cenach fakturowych” (k:40 verte). Z zapisów zaś zawartych w załącznikach do tych umów wynikało, że „faktury korygujące dotyczące rabatu potransakcyjnego muszą zawierać numer księgowej noty obciążeniowej wystawionej przez zamawiającego oraz muszą być wystawione w cenach fakturowych (niepomniejszonych o udzielony rabat potransakcyjny)” (k: 116 verte). Działania strony pozwanej odpowiadały powołanym zapisom. Noty księgowe dotyczące wskazanych rabatów, w przeciwieństwie do premii oraz wynagrodzeń za pozorowane usługi, zawierały bowiem zawsze informację, że stanowią dla dostawcy „wezwanie do wystawienia faktury korygującej VAT” (k: 212 jako przykład). Okoliczność niewystawiania przez powódkę takich faktur korygujących, mimo odbierania wskazanych not od pozwanej, nie mogła jednak zaciemnić ustalonej przez strony konstrukcji prawnej, która nie polegała na tym, że po stronie pozwanej powstawała osobna od ceny wiarytelność, która byłaby następnie potrącona z należnościami powódki za kolejne okresy. Wystawienie przez pozwaną noty księgowej dotyczącej rabatu potransakcyjnego nakładało na powódkę obowiązek wystawienia dokumentów potwierdzających wystąpienie zdarzenia, które polegało na redukcji ceny zapłaconej uprzednio przez pozwaną za odebrane i rozliczone partie towarów, zgodnie z umową łączącą strony, której zapisy były w tym zakresie decydujące przy ocenie zastosowanej przez strony konstrukcji prawnej. Oparta ona została na automatycznej redukcji ceny, która była należna powódce, nie zaś na powstaniu po stronie pozwanej osobnej oraz oderwanej od ceny wiarytelności z tytułu rabatu. Pozwana w ogóle nie mogła więc w tym zakresie, zgodnie z umową, obciążyć powódkę opłatą, z tytułu której nie była w ogóle wierzycielem, lecz tylko wpływała na pomniejszenie własnego zobowiązania wobec powódki, której wiarytelność z tytułu ceny podlegała w ten sposób zredukowaniu, mimo wcześniejszego jej rozliczenia. Potrącana przez powódkę nie była więc własna wiarytelność, lecz nadpłała ceny za dostarczony towar, z należnościami dostawcy za kolejne partie towarów. W sytuacji, gdy zastosowana przez strony konstrukcja prawna, niezależnie od tego, czy była ze strony powódki realizowana, wykluczała zasadność przyjęcia, aby pozwana na swoją korzyść pobierała od powódki opłatę, nie można było przyjąć, by chodziło o inne niż marżę opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sklepach strony pozwanej w celu dalszej ich sprzedaży z zyskiem. W zakresie rabatów, na które powoływała się powódka, jej apelacja podlegała więc oddaleniu.

W sytuacji, gdy apelacja powódki została uwzględniona w nieznacznym tylko zakresie, mimo oddalenia w całości apelacji pozwanej o większej znacznie wartości przedmiotu zaskarżenia, zachodziły podstawy do wzajemnego jednak zniesienia kosztów postępowania apelacyjnego. Pozwana poniosła bowiem dużo większe wydatki z tytułu opłaty od apelacji. Ich uwzględnienie powodowało, że nie było powodów do stosunkowego rozdzielenie kosztów postępowania przed Sądem Apelacyjnych, lecz do ich zniesienia, zgodnie z art. 100 k.p.c.

Mając powyższe na uwadze, na podstawie powołanych przepisów i art. 386 § 1 k.p.c., w zakresie natomiast, w którym apelacje obu stron zostały oddalone – zgodnie z art. 385 k.p.c., Sąd Apelacyjny orzekł jak w sentencji.

Robert Obrębski Przemysław Kurzawa Paulina Asłanowicz