

Sygn. akt **XX GC 1171/14**

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 16 października 2017 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie XX Wydział Gospodarczy w składzie:

Przewodniczący:	<b>SSO Marzena Iwańska</b>
Protokolant:	sekr. Sąd. Damian Mrozik

po rozpoznaniu w dniu 21 września 2017 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa **J. W.**

przeciwko (...) **Sp. z o.o. w W.**

**o zapłatę**

**orzeka :**

I. Zasądza od (...) Sp. z o.o. w W. na rzecz J. W. kwotę 36 994,66 zł ( trzydzieści sześć tysięcy dziewięćset dziewięćdziesiąt cztery złote i sześćdziesiąt sześć groszy) z ustawowymi odsetkami od dnia 12 września 2014 roku do dnia 31 grudnia 2015 roku i od dnia 1 stycznia 2016 w wysokości odsetek ustawowych za opóźnienie do dnia zapłaty

II. Oddala powództwo w pozostałym zakresie

III. Koszty postępowania wzajemnie znosi pomiędzy stronami.

SSO Marzena Iwańska

Sygn. akt **XX GC 1171/14**

## UZASADNIENIE

Pozwem w postępowaniu upominawczym z 24 października 2014 r. (data stempla pocztowego, k.366) J. W., wniósł o zasądzenie od (...) sp. z o.o. w W. (dalej również jako: (...)) łącznej kwoty 80 810,15 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi odrębnie od daty wymagalności każdej z faktur (faktury (...), faktury korygujące (...)) oraz zażądał zwrotu kosztów postępowania sądowego, w tym zastępstwa procesowego profesjonalnego pełnomocnika w kwocie 3600,00 zł powiększone o 17,00 zł opłaty skarbowej od pełnomocnictwa, 5,65 zł opłaty pocztowej od wezwania do zapłaty. Powód podtrzymał żądania na wypadek przeniesienia sprawy do postępowania zwykłego.

Uzasadniając swe roszczenia J. W. wskazał, że stanowi ono kwotę odpowiadającą wysokości bezprawnie potrąconych przez (...) należności z tytułu usług marketingowych, promocyjnych, logistycznych, bonusów za dopuszczenie towarów do sprzedaży w sieci dystrybucyjnej pozwanego, których naliczenie stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji. Usługi

te nie były faktycznie wykonywane przez pozwanego zaś ich nałożenie skutkowało utrudnieniem dostępu do rynku powodowi.

Zarządzeniem z 26 listopada 2014 r. stwierdzono brak podstaw do wydania nakazu zapłaty w postępowaniu upominawczym oraz skierowano sprawę do postępowania zwykłego.

W odpowiedzi na pozew (...) wniósł o oddalenie powództwa w całości oraz zasądzenie na swą rzecz kosztów postępowania.

Pozwany wskazał, że na roszczenie powoda składają się potrącone przez niego na zasadzie kompensaty koszty reklamy produktów powoda w katalogach (...), usługi logistyczne na odcinku magazyn powoda – magazyn centralny pozwanej oraz równowartość rabatu obrotowego. W ocenie pozwanego reklamy były publikowane przez pozwanego na wyraźne zlecenia powoda, przekazywane w korespondencji mailowej, po uprzedniej akceptacji przez J. W. kosztów. Powód miał całkowitą swobodę uczestniczenia w kampaniach reklamowych i akcjach promocyjnych, które wpływały na zwiększenie atrakcyjności jego produktów. Transport jego towarów do magazynu centralnego (...) ułatwiły dystrybucję towarów oraz znacząco zmniejszyły ponoszone przez powoda koszty poprzez zapewnienie mu kompleksowej usługi logistycznej, zaś opłaty były rozliczane uiszczane już po zrealizowaniu dostaw. Rabat obrotowy był naliczany dopiero po osiągnięciu określonego poziomu obrotu więc nie stanowił utrudnienia w dostępie do rynku, lecz gwarantował określony poziom podaży w placówkach (...). Strony dobrowolnie rozpoczęły i kontynuowały współpracę na zasadach swobody stron.

W replice powód wskazał, że wszelkie dodatkowe opłaty zostały jednostronnie narzucone przez (...), jako warunek kontynuowania współpracy. Pozwany stawał się wyłącznym właścicielem i posiadaczem towaru powoda z chwilą jego wydania, tak więc brak było podstaw faktycznych do naliczania jakichkolwiek dodatkowych opłat zaś żadne usługi reklamowe ani marketingowe nie były de facto wykonywane przez pozwanego.

W toku postępowania strony podtrzymały dotychczasowe stanowiska w sprawie

### ***Sąd Okręgowy ustalił następujący stan faktyczny:***

J. W. prowadzi działalność gospodarczą pod firmą Biuro (...) (bezsporne, wydruk z CEIDG, k.22)

W dniu 14 sierpnia 2009 r. J. W., jako sprzedający, zawarł wraz z (...) sp. z o.o. w W., jako kupujący, umowę na mocy której sprzedający zobowiązał się do wydania i przeniesienia na kupującego własności towarów będących przedmiotem świadczenia wynikającego z danej umowy sprzedaży zawartej przy użyciu aplikacji informatycznych pod nazwą (...), zainstalowanymi w systemie kupującego i udostępnianej sprzedającemu za pośrednictwem sieci Internet.

Sprzedający jest zobowiązany do wydania i przeniesienia na kupującego własności towarów w ilości i terminie wynikającym z takiej umowy. Uzgodnione miejsce odebrania towarów przez kupującego jest miejscem spełnienia świadczenia sprzedającego. Sprzedający jest zobowiązany do dostarczenia towarów do Magazynu Centralnego.

Ryzyko przypadkowej utraty lub uszkodzenia towarów przechodzi na kupującego z chwilą ich wydania.

(dowód: § 1 ust. 1, 2 w zw. z § 1.III ust. 1 i § 3 ust. 4 umowy z 14 sierpnia 2009 r., k.307-334, aneks k.352-353)

W ust. III załącznika nr 11 do Umowy z 14 sierpnia 2009 r. wskazano, że sprzedający zobowiązuje się do udzielenia kupującemu „rabatu logistycznego” przy zawieraniu umów sprzedaży do Magazynu Centralnego, z uwagi na nie ponoszenie przez sprzedającego kosztów dystrybucji towarów z Magazynu Centralnego do poszczególnych detalicznych placówek handlowych Kupującego.

Rabat logistyczny stanowi ułamek (procent) ceny uzgodnionej przez strony w danej umowie sprzedaży towarów w wysokości(...) ceny podstawowej, uwzględniającej rabat podstawowy, za zakupu wykonane do 31 grudnia 2009 r., (...) za zakupy wykonane od 1 stycznia 2010 r. oraz (...) za zakupy wykonane od 1 stycznia 2011 r. Udzielenie rabatu

logistycznego polega na obniżeniu cen należnych sprzedającemu lub otrzymanych przez sprzedającego na podstawie umów sprzedaży do Magazynu Centralnego, o ułamek odpowiadający rabatowi logistycznemu. Rabat logistyczny miał być udokumentowany fakturą VAT.

(dowód: załącznik nr 11 do Umowy z 14 sierpnia 2009 r., k.344-351)

Zgodnie zaś z ust. IV załącznika nr 11 do Umowy z 14 sierpnia 2009 r. sprzedający zobowiązał się udzielić kupującemu „rabatu obrotowego” którego wysokość była uzależniona od łącznej ceny netto towarów nabytych przez kupującego w danym okresie rozliczeniowym – od (...), liczonymi od ceny sprzedaży. Sprzedający był zobowiązany do zwrotu kupującemu kwoty stanowiącej ułamek odpowiadający uzyskanemu rabatowi obrotowemu, z sumy otrzymanej uprzednio od kupującego tytułem ceny. Rabat obrotowy również miał być udokumentowany fakturą VAT. Okresem rozliczeniowym był rok kalendarzowy.

(dowód: załącznik nr 11 do Umowy z 14 sierpnia 2009 r., k.344-351)

Ponadto, (...), jako wykonawca, zobowiązał się do stałego świadczenia na rzecz J. W., jako zamawiającego, usług logistycznych szczegółowo wskazanych w załączniku nr 1. Realizacja przyjęcia dostawy następowała w Magazynie Centralnym w celu usprawnienia dystrybucji między punktami sieci (...), za wynagrodzeniem określonym w załączniku 2 do przedmiotowej umowy. Umowa została zawarta na czas nieokreślony.

(dowód: Umowa o świadczenie usług z 22 listopada 2010 r. k.354-358, wraz z załącznikami nr 1 i 2, k.359, k.365 )

(...) zażądał od J. W. zapłaty następujących kwot:

- 12 300,00 zł brutto z tytułu zamieszczenia reklam produktów powoda w katalogu świątecznym (...) z grudnia 2011 r.

- 5 535,00 zł brutto z tytułu zamieszczenia reklam produktów powoda w folderze reklamowym (...) „(...)

objęte fakturami o numerach (...). Czynność te zostały realnie wykonane przez powoda.

(dowód: wydruki z katalogu świątecznego (...) z grudnia 2011 r., k.457-459 oraz z (...), k.460-476, faktura (...), k.147; faktura (...), k.72, korespondencja mailowa stron, k.406-k.436, k.482-491)

Na mocy umowy o świadczenie usług z 22 listopada 2010 r. (...) oferował J. W.:

a) usługi logistycznej na odcinku z magazynu powoda do Magazynu Centralnego (...)wystawiono faktury na łączną kwotę 1862,47 zł

( bezsporne, faktury: (...), k.46; (...), k.47; (...), k.66; (...), k.71;(...), k.109; (...), k.136; (...), k.156;(...), k.189)

b) rabat logistyczny na podstawie załącznika nr 11 do umowy z 14 sierpnia 2009 r. w łącznej kwocie 11 990,67 zł

(bezsporne, faktury korygujące (...), k.225; (...), k.234; (...), k.228, (...), k.237; (...), k.246; (...), k.249; (...), k.252, (...), k.270;(...), k.264;(...), k.267)

Usługi logistyczne i marketingowe były realnie wykonywane przez (...), zaś pracownicy J. W. składali zamówienia i zwracali się z zapytaniami w zakresie organizacji dodatkowych akcji promocyjnych w sieci (...), zaś te były realnie wykonywane w ramach gazetek i katalogów sieci (...) ((...), gazetka świąteczna). Część dostawców współpracujących z siecią (...) dowoziła towar we własnym zakresie a część korzystała z usług logistycznych (...)

(dowody: zeznania świadków M. C., E. L., B. K., J. P., J. K.; korespondencja mailowa stron, k.406-k.436, k.482-491)

Ponadto, (...) obciążył J. W. kosztami rabatu obrotowego na podstawie załącznika nr 11 do umowy z 14 sierpnia 2009 r. w łącznej kwocie 49 122,55 zł

(bezsporne, faktury korygujące: (...), k.273, (...), k.222; (...), k.231,(...), k.255; (...), k.258; (...), k.261;(…), k.240; (...), k.243; (...), k.278; (...), k.279; (...), k.280; (...), k.281; (...),k.282; (...), k.286; (...), k.288; pismo z 19 marca 2014 r., k.590)

Po zakończeniu współpracy stron, (...) wystawił faktury korygujące na łączną kwotę 12 127,89 zł zmniejszając zobowiązanie J. W. z tytułu kosztów rabatu obrotowego (bezsporne, okoliczność niezakwestionowana przez pozwanego, k.381; pismo z 19 marca 2014 r., k.590) do kwoty 36 994,66 zł.

Rozliczenie wzajemnych należności stron nastąpiło na zasadach kompensaty.

(dowody: pismo z 26 października 2011 r., k.48, pismo z 28 marca 2014 r., k.603, pismo z 24 stycznia 2012 r., k.64-65; pismo z 28 listopada 2011 r., wiadomość email z 24 stycznia 2012 r., k.74zeznania świadka J. K., k.808)

Przedsądowym wezwaniem do zapłaty z 4 września 2014 r., odebranych w dniu 10 września 2014 r., wezwano (...) do zapłaty do dnia 11 września 2014 r. łącznej kwoty 90 888,37 zł tytułem wierzytelności stanowiących należności inne niż marża handlowa, bezprawnie potrąconych na zasadach kompensaty

(dowody: wezwanie do zapłaty, k.30 wraz z upoważnieniem inkasowym k.31-34, potwierdzenie odbioru k.35, potwierdzenie nadania k.36-37)

Sąd Okręgowy ustalił powyższy stan faktyczny na podstawie dowodów z dokumentów, szczegółowo wskazanych na etapie powyższych ustaleń oraz spójnych i wiarygodnych zeznaniach wskazanych tam świadków. Pozostała dokumentacja przedstawiona przez strony była zbędna do ustalania istotnych okoliczności niniejszej sprawy. Wiarygodność i prawdziwość przedstawionego materiału dowodowego nie była przedmiotem sporu stron i nie budziła również wątpliwości Sądu Okręgowego.

Sąd Okręgowy nie dał wiary zeznaniom świadków: A. M. oraz J. P., którzy twierdzili, że opłaty z zakresu logistyki i marketingu były narzucane jednostronnie przez (...), bez możliwości ich negocjacji przez powoda zaś żadne usługi reklamowe nie były przez pozwanego świadczone. Twierdzenia wyżej wskazanych świadków, jak również samego powoda są w ocenie sądu wiarygodne wyłącznie w zakresie odnoszącym się do rabatu obrotowego, nie zaś do opłat z tytułu pozostałych usług realizowanych przez (...) na rzecz powoda. Częściowo spójne z pozostałym materiałem dowodowym zebrany w sprawie były w tym zakresie zeznania J. P. który wskazał, że J. W. nie korzystał z każdej oferty marketingowej proponowanej przez powoda. Okoliczność ta świadczy o zakresie swobody powoda w kształtowaniu ilości i rodzaju zamówień marketingowych u powoda. Znajduje to potwierdzenie w zeznaniach M. C., E. L., z których wynikało, że zakup reklam ani usługi transportowej nie był jednym z warunków rozpoczęcia współpracy z siecią (...). Ponadto, z korespondencji mailowej stron wynika, że inicjatywa powoda w zamieszczaniu ogłoszeń i dodatkowej reklamy w gazetkach promocyjnych sieci (...) przekłada się na widoczność produktu powoda na rynku oraz wpływa na ich renomę . Ponadto, jak wiarygodnie wskazał B. K. – część dostawców dowoziła towar we własnym zakresie a część korzystała z usług logistycznych (...), zaś zgodnie z wiarygodnymi twierdzeniami J. K. opłaty marketingowe za usługi realnie wykonane były pobierane zgodnie ze zleceniem.

Natomiast zeznania świadka M. S. pominięto jako nieistotne, albowiem nie miał wiedzy na temat istotnych okoliczności sprawy.

Ponadto, Sąd Okręgowy nie dał wiary twierdzeniom powoda jakoby umowa dotycząca usług logistycznych była podpisane wyłącznie formalnie, o treści narzuconej z góry oraz, że usługi marketingowe nie były faktycznie wykonywane przez (...), albowiem okoliczność ta swoi w sprzeczności z materiałem dowodowym zebrany w sprawie, szczegółowo wskazanym na etapie ustaleń faktycznych.

**Sąd Okręgowy zważył, co następuje:**

Powództwo należało uwzględnić jedynie w części.

Spór w niniejszej sprawie koncentrował się głównie na charakterze opłat obciążających powoda a pobieranych przez pozwanego w oparciu o kolejne umowy handlowe, z tytułu tzw. opłat marketingowych, logistycznych oraz rabatu obrotowego które to opłaty w ocenie powoda stanowiły opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży tj. opłaty półkowe w rozumieniu art. 15 ust 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Ocena, czy określona opłata stanowi niedozwoloną opłatę związaną z samym przyjęciem towaru do sklepu czy też stanowi opłatę za dodatkowe usługi świadczone przez sklep, powinna mieć zawsze charakter indywidualny i uwzględniać okoliczności zawarcia umowy, jej treść oraz jej wykonanie.

Przepis ten został wprowadzony ustawą z dnia 5 lipca 2002 r., o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. Nr 126, póź. 1071, z mocą obowiązującą od 10.11.2002 r.), jako reakcja ustawodawcy na praktykę stosowaną przez niektórych przedsiębiorców prowadzących sklepy wielkopowierzchniowe, polegającą na pobieraniu od dostawców szczególnych, dodatkowych opłat, w tym zwłaszcza za samo wejście do sieci, za reklamę i promocję towarów, za miejsce ekspozycji towarów oraz za wprowadzenie towaru do sieci informatycznej (tak: T. Skoczny, w: Komentarz 2006, s. 601, i 603). Powstały zatem sytuacje, w których w razie sprzedaży (dostawy) towarów, świadczenia pieniężne spełniał nie tylko kupujący, ale także sprzedawca (dostawca) (tak E. Nowińska, M. du Vall w: Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Lexis Nexis, Warszawa 2008, s. 193). Ratio legis niniejszego przepisu było wyeliminowanie sytuacji, w której zawarcie umowy dostawy bądź sprzedaży jest w istocie uzależnione od dodatkowego świadczenia pieniężnego po stronie dostawcy lub sprzedawcy.

Nie oznacza to, że pomiędzy sprzedawcą/dostawcą a kupującym/odbiorcą nie jest dopuszczalne nawiązywanie kontraktów, w których po stronie sprzedawcy istnieje obowiązek spełnienia dodatkowego świadczenia pieniężnego, pod warunkiem, że jego ekwiwalentem musi być świadczenie kupującego inne niż sprzedaż towaru zakupionego od sprzedawcy. Sytuacja taka miałaby miejsce, gdy przedsiębiorca nabywający towar do dalszej odsprzedaży spełniałby na rzecz zbywcy świadczenia niezwiązane z realizacją własnego interesu, np. poprzez umieszczenie na życzenie sprzedawcy w sklepie reklamy o treści przez niego określonej lub z nim uzgodnionej, co jest dopuszczalne na zasadzie swobody umów (art. 353<sup>1</sup> k.c.).

Ciężar udowodnienia okoliczności, które miałyby wyłączyć kwalifikację określonego świadczenia jako świadczenia niedopuszczalnego w świetle omawianej regulacji, spoczywa na przedsiębiorcy, który twierdzi, że omawiane unormowanie nie ma zastosowania (tak E. Nowińska, M. du Vall w: Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Lexis Nexis, Warszawa 2008, s. 195). W każdym przypadku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Wbrew twierdzeniom pozwanego, z brzmienia przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wynika, że nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnienie dostępu do rynku, bowiem sam ustawodawca zakwalifikował takie działanie, jako utrudniające dostęp do rynku. Wobec powyższego powód nie był obowiązany udowadniać skutków ekonomicznych działań pozwanego, a w tym zakresie zarzuty pozwanego nie mogą się ostać.

Ustawodawca co do zasady nie ingeruje w wysokość ustalanych między przedsiębiorcami marż czy cen, z omawianej regulacji wynika jedynie, że na tych uzgodnieniach winny zakończyć się finansowe rozliczenia stron. Nie jest więc dopuszczalne pobieranie dodatkowych opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze standardową sprzedażą towarów ostatecznemu odbiorcy, jeśli po dokonaniu sprzedaży kupujący nie realizuje żadnych dodatkowych, ekwiwalentnych świadczeń na jego rzecz.

Przy ewentualnym kwalifikowaniu opłat w oparciu o regulację przedmiotowego deliktu należy wziąć pod uwagę dwa elementy: utrudnienie przedsiębiorcy dostępu do rynku i nieuczciwy charakter takiego utrudnienia. Element nieuczciwości w działaniu kupującego pojawia się m. in. wówczas gdy opłaty marketingowe ponoszone przez dostawcę do sieci byłyby jednak niewspółmiernie większym obciążeniem finansowym dla dostawcy niż koszty stworzenia przez niego samodzielnej akcji marketingowej.

Zważyć należy, że przewidziany w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. delikt pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży może przybrać postać, zawieranych obok umowy sprzedaży tego towaru do dużej sieci handlowej,

tzw. porozumień marketingowe - promocyjnych (tak: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 czerwca 2008 r., III CSK 23/08, OSNC - ID 2009/1/14). Ten czyn nieuczciwej konkurencji polega, więc na dokonaniu czynności prawnej, zawarciu umowy o dodatkowe opłaty, kwalifikowane w sposób wyżej opisany.

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z trzema rodzajami dodatkowych świadczeń dostawcy na rzecz odbiorcy, towarzyszących zawartej „Umowy o współpracę”, stanowiącej w istocie umowę sprzedaży sprzętu przez powoda na rzecz pozwanego, tj.

- opłatami za świadczone usługi marketingowe polegające na umieszczaniu towarów pochodzących od powoda w gazetkach/katalogach promocyjnych pozwanego, już po przejściu na rzecz (...) sp. z o.o. własności produktów.

- opłatami logistycznymi w ramach usługi logistycznej oraz rabatu logistycznego

- tzw. „rabatem obrotowym” stanowiącym rodzaj stałego upustu proporcjonalnego do wysokości obrotu towarami pochodzącymi od powoda.

Na gruncie rozpoznawanej sprawy brak było podstaw do przyjęcia, że zachowanie pozwanego polegające na pobieraniu opłat za usługi logistyczne bądź opłat za usługi marketingowe stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji utrudniający powodowi dostęp do rynku. Tym samym brak było podstaw do zakwalifikowania którejkolwiek z opłat pobieranych przez pozwanego, zakwestionowanych przez powoda jako tzw. opłaty półkowej stanowiącej opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży w rozumieniu art. 15 ust 1 pkt 4 ustawy z dnia o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

Co do zasady, słusznie wskazał powód, że przewidziany w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. delikt pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży może przybrać postać, zawieranych obok umowy sprzedaży tego towaru do dużej sieci handlowej, tzw. porozumień marketingowe - promocyjnych (wyrok SN z dnia 12.06.2008 r., III CSK 23/08, OSNC - ID 2009/1/14). Ten czyn nieuczciwej konkurencji polega, więc na dokonaniu czynności prawnej, zawarciu umowy o dodatkowe opłaty, kwalifikowane w sposób wyżej opisany. Jednakże, twierdzenia te nie mają zastosowania do okoliczności faktycznych niniejszej sprawy z następujących przyczyn.

Dostawca może być zainteresowany usługami logistycznymi, reklamowymi i promocyjnymi ze strony pośrednika, który dysponuje odpowiednim zapleczem, kadram, jak też doświadczeniem, zwłaszcza w sytuacji, gdy dostawca nie jest zainteresowany przeprowadzeniem efektywnej akcji reklamowej we własnym zakresie albo gdy nie jest na to przygotowany organizacyjnie lub finansowo. Wynagrodzenie za takie usługi nie będzie miało na celu ograniczenia dostępu dostawcy do rynku, lecz będzie rozwijać oraz zacieśniać współpracę między stronami na zasadach obopólnej korzyści handlowej, pod warunkiem jednakże, że takie zamiary zostały przez strony zgodnie wyrażone i zapisane w kontrakcie, jak również pod warunkiem, że strony wywiązują się należycie z przyjętych zobowiązań, które nie zostały narzucone przez stronę posiadającą mocniejszą pozycję na rynku, lecz bez nadmiernego nacisku zostały zaakceptowane przez dostawcę, także w zakresie usług świadczonych przez pośrednika. (tak Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 28 października 2011 r., VI A Ca 392/11, w uzasadnieniu wyroku z dnia 2 października 2012 r., I A Ca 359/12 oraz w uzasadnieniu wyroku z dnia 23 stycznia 2013 r., I A Ca 924/12).

Ponadto, oferując produkty we własnych sklepach, pośrednicy przekazują nabywcom informacje o towarze, które mają istotne znaczenie dla nabywców, jak też dla producentów, ponieważ kształtują popyt na produkt, mają wpływ na renomę przedsiębiorstwa producenta albo dostawcy oraz na poczucie właściwego zaspokojenia potrzeb przez nabywców, którzy zwiększają swoją skłonności do ponownych zakupów tego samego produktu, nawet w tym samym miejscu.

Słusznie więc w tym zakresie wskazał pozwany, że naliczenie przez (...) opłaty logistycznej, zgodnie z odrębnie zawartą przez strony umową, stanowiło ekwiwalent świadczonych przez stronę usług logistycznych, skutkująca w szczególności zapewnieniem powodowi szerokiego kanału dystrybucji na obszarze całego kraju.

Okoliczności te znajdują potwierdzenie w materiale dowodowym zebranym w sprawie, szczegółowo opisanym na etapie ustaleń faktycznych i ocenie dowodów.

Brak jest podstaw do przyjęcia, że opłaty z zakresu logistyki i marketingu były narzucane jednostronnie przez (...), bez możliwości ich negocjacji przez powoda zaś żadne usługi reklamowe nie były przez pozwanego świadczone. Jak wynika z zeznań świadków, w tym J. P., powód nie korzystał z każdej oferty marketingowej proponowanej przez powoda. Okoliczność ta świadczy o zakresie swobody powoda w kształtowaniu ilości i rodzaju zamówień marketingowych u powoda. Ponadto, jak wiarygodnie wskazał B. K. – część dostawców dowoziła towar we własnym zakresie a część korzystała z usług logistycznych (...), zaś zgodnie z twierdzeniami J. K. opłaty marketingowe były pobierane za usługi realnie wykonane, zgodnie ze zleceniem.

W ocenie Sadu Okręgowego, wyłącznie tzw. „rabat obrotowy” stanowi delikt nieuczciwej konkurencji polegający na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Zważyć należy przede wszystkim, że obowiązek udzielenia przedmiotowego rabatu był niezależny od spełniania przez J. W. jakichkolwiek dodatkowych warunków, jedynie kwota rabatu była wskazana w odpowiedniej proporcji do ilości sprzedanych produktów (a raczej sumy ich cen) w oznaczonym okresie. Rabat ten należy więc do tzw. „opłat półkowych mieszczących się w dyspozycji art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.. Miał on zastosowanie po sprzedaży towarów przez powoda i obciążał jego działalność w sytuacji, gdy nie miał wpływu na czynności związane z dalszą sprzedażą jego towarów. Zastosowanie tego typu rabatu, powodowało przerzucanie na powoda finansowej odpowiedzialności za powodzenie (niepowodzenie) działalności gospodarczej prowadzonej przez pozwanego i stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji. Jedynym bowiem „świadczeniem” odbiorcy, od którego uzależniona była kwota upustu było „świadczenie” polegające na sprzedaży towarów pochodzących od powoda, a stanowiących już własność (...), jednakże nie było ono realizowane na rzecz powódki, przez co ekwiwalentności świadczeń stron nie może być mowy. Finansowe rozliczenia stron winny zakończyć się na ustaleniu marży handlowej. Dodatkowe rabaty o charakterze bezwarunkowym i stałej wysokości nie mają nic wspólnego z kalkulacją ceny, zgodnie z umową warunki ich zastosowania wskazują na realizację wyłącznie interesu odbiorcy, a nie dostawcy, sposób ich ustalania wskazuje, że są całkowicie oderwane od rzeczywistych kosztów, jakie ponosiły strony, czy też zysków stron.

Wobec powyższego, należało przyjąć, że strona pozwana nie miała podstaw do obciążania powoda rabatem obrotowym oraz że potrącenie wierzytelności z tego tytułu było czynem nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy i źródłem bezpodstawnej korzyści w rozumieniu art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy. Wykazane ponadto zostało, że rzeczywistym celem wprowadzenia do wskazanej umowy ustaleń dotyczących świadczenia usług przez pozwaną nie było wykonywanie obowiązków zapisanych w umowie, lecz zwiększenie własnych zysków przez obciążenie powódki innymi niż marża handlowa opłatami za przyjęcie towarów do sprzedaży. Rzeczywisty zamiar pozwanej potwierdza określony w umowie sposób ustalenia wynagrodzenia za pozorowane usługi, który nie był zależny od rodzaju i zakresu czynności podejmowanych przez pozwaną, lecz był prostą pochodną wielkości obrotu, jaki pozwana uzyskiwała ze sprzedaży towarów nabywanych od powódki. Zastosowana w umowie konstrukcja była sposobem na ukrycie rzeczywistych zamiarów pozwanej oraz przyczyną niemożliwości poddania rzetelnej ocenie wartości wzajemnych świadczeń stron związanych z realizacją zawartej umowy. Brak zapisów dotyczących zakresów obowiązków, jakie miały zostać nałożone na stronę pozwana, jak również brak możliwości określenia stopnia wywiązania się pozwanej z przyjętych zobowiązań, jasno wykazuje, że chodziło o dodatkowe korzyści pozwanej, wynikające z narzucenia na powódkę obowiązku ponoszenia opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży w sieci sklepów prowadzonych przez pozwaną. Takie praktyki zostały uznane za czyny nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy.

Jak wskazano na etapie ustaleń faktycznych, (...) obciążył J. W. kosztami rabatu obrotowego na podstawie załącznika nr 11 do umowy z 14 sierpnia 2009 r. w łącznej kwocie 49 122,55 zł. Jednakże, w toku procesu powód nie

zakwestionował podniesionej przez pozwanego okoliczności, że już po zakończeniu współpracy stron, (...) wystawił faktury korygujące na łączną kwotę 12 127,89 zł zmniejszając zobowiązanie J. W. z tytułu kosztów rabatu obrotowego (bezsporne, okoliczność niezakwestionowana przez pozwanego, k.381; pismo z 19 marca 2014 r., k.590) do kwoty 36 994,66 zł.

Jednym ze sposobów ustalania faktu istotnego dla rozstrzygnięcia sprawy jest tzw. przyznanie dorozumiane. Reguluje je art. 230 k.p.c., który stanowi, że gdy strona nie wypowie się co do twierdzeń strony przeciwnej o faktach, sąd, mając na uwadze wyniki całej rozprawy, może fakty te uznać za przyznane. Jak trafnie wskazuje judykatura, w sytuacji, gdy strona nie wypowie się co do faktów przytoczonych przez stronę przeciwną, sąd nie może tylko z tej przyczyny uznać tych faktów za przyznane, ponieważ zastosowanie przepisu art. 230 k.p.c. jest możliwe tylko wówczas, gdy sąd weźmie pod uwagę wynik całej rozprawy. Oznacza to, że Sąd musi powziąć - na podstawie wyniku całej rozprawy, czyli wszystkich okoliczności sprawy, całego materiału procesowego - przekonanie, że strona nie zamierzała i nie zamierza zaprzeczyć istnieniu faktów przytoczonych przez stronę przeciwną. W razie wątpliwości nie można stosować przepisu art. 230 k.p.c. (tak: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 18 czerwca 2004 r., sygn.. akt II CK 293/03, LEX nr 174169)

W ocenie Sądu Okręgowego, przy uwzględnieniu wyników całej rozprawy, w tym treści pism stron, powód nie zakwestionował ani faktów: wykonania przez usługi logistycznej na odcinku z magazynu powoda do Magazynu Centralnego (...) za łączną kwotę 1862,47 zł

ani zasadności potrącenia wynikającego z faktury korygującej na łączną kwotę 12 127,89 zł zmniejszającej zobowiązanie J. W. z tytułu kosztów rabatu obrotowego. Z uwagi na powyższe, powództwo należało uznać za zasadne wyłącznie co do kwoty 36 994,66 zł.

Ponadto, odnosząc się do żądania odsetkowego wskazać należy, że zgodnie z art. 18 ust. 5 znku w zw. z art. 405 k.c. kwota 36 994,66 zł stanowi bezpodstawnie uzyskaną przez pozwaną korzyść na skutek popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Zakwalifikowanie zachowania pozwanej jako czynu nieuczciwej konkurencji odbiera umowie zawartej przez strony cechy legalności i spełnione w wykonaniu takiej umowy świadczenie czyni bezpodstawnym, a to na gruncie znku uzasadnia odpowiedzialność cywilną sprawcy. Roszczenie z tytułu bezpodstawnego wzbogacenia jest bezterminowe i dopiero wezwanie wierzyciela skierowane do dłużnika (art. 455 k.c.) przekształca go w terminowe. Zatem odsetek za opóźnienie na podstawie art. 481 § 1 k.c. wierzyciel może żądać dopiero od dnia, w którym dłużnik po jego wezwaniu winien dług uiścić (uchwała Sądu Najwyższego z dnia 26.11.2009 r. III CZP 102/09 i uzasadnienie wyroku SN z dnia 24.04.2003 r. I CKN 316/01, OSNC 20047-8/17). Dopiero bowiem wówczas, nie spełniając świadczenia, dłużnik popada w opóźnienie. (tak również: wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - I Wydział Cywilny z dnia 27 września 2013 r., sygn. akt I ACa 347/13, Legalis 741405). W konsekwencji, żądanie było zasadne od dnia jego wymagalności 12 września 2014 r., po upływie wyznaczonego terminu do jego zapłaty.

W konsekwencji, w pkt I sentencji wyroku zasądzono od (...) Sp. z o.o. w W. na rzecz J. W. kwotę 36 994,66 zł z ustawowymi odsetkami od dnia

12 września 2014 roku do dnia 31 grudnia 2015 roku i od dnia 1 stycznia 2016 w wysokości odsetek ustawowych za opóźnienie do dnia zapłaty, oddalając powództwo w pozostałym zakresie o czym orzeczono jak w pkt II sentencji.

Wobec jedynie częściowego uwzględnienia żądań powoda kosztach postępowania orzeczono w pkt III sentencji na podstawie art. 108 k.p.c. w związku z art. 100 k.p.c., stanowiącym, że w razie częściowego tylko uwzględnienia żądań koszty będą wzajemnie zniesione lub stosunkowo rozdzielone. Jak trafnie wskazał bowiem Sąd Najwyższy, stosownie do przepisu art. 100 k.p.c. podstawy do wzajemnego zniesienia kosztów procesu zachodzą jedynie wówczas, gdy żądanie zostało uwzględnione w około połowie, przy mniej więcej równej wysokości kosztów procesu poniesionych przez każdą ze stron. Realny wynik wzajemnego zniesienia kosztów procesu nie może być bowiem inny niż wynik ich rozdzielania w takim stosunku, w jakim każda ze stron procesu przegrała (post. SN z 10.5.1985 r., II CZ 56/85, Legalis).

**SSO Marzena Iwańska**



# ZARZĄDZENIE

(...)

***SSO Marzena Iwańska***