

***Sygn. akt I ACa 628/14***

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 7 listopada 2014 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący – Sędzia SA Dorota Markiewicz (spr.)

***Sędzia SA Przemysław Kurzawa***

***Sędzia SO (del.) Agnieszka Łukaszuk***

***Protokolant st. sekr. sąd. Joanna Baranowska***

po rozpoznaniu w dniu 7 listopada 2014 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki akcyjnej z siedzibą w K.

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 12 lutego 2014 r.

sygn. akt XVI GC 140/12

**1. oddala apelację;**

**2. zasądza od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. na rzecz (...) spółki akcyjnej z siedzibą w K. kwotę 5.400 (pięć tysięcy czterysta) złotych tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w postępowaniu apelacyjnym.**

Sygn. akt I ACa 628/14

## UZASADNIENIE

Powódka - (...) Spółka Akcyjna z siedzibą w K. wniosła o zasądzenie od pozwanej - (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. kwoty 3 293 129,56 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 12 stycznia 2012 r. do dnia zapłaty. Na dochodzoną kwotę składają się następujące kwoty: 2 281 201,49 zł tytułem zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści uzyskanych przez pozwaną poprzez pobieranie opłat za narzucone i niewykonywane usługi: marketingowe, dodatkowe, logistyczne, z tytułu scentralizowanej płatności, (...) i z tytułu premii, stanowiących niedozwolone opłaty za dopuszczenie towaru do sprzedaży oraz 1 011 928,07 zł tytułem skapitalizowanych odsetek na dzień wytoczenia powództwa od pobranych przez stronę pozwaną z tytułu dopuszczenia towaru do sprzedaży.

Pozwana spółka wniosła o oddalenie powództwa, podnosząc, że świadczyła na rzecz powódki usługi wskazane w pozwie, które miały swoje źródło w zawartych pomiędzy stronami umowach, nie utrudniała powódce dostępu do rynku, w szczególności nie pobierała opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Wyrokiem z dnia 12 lutego 2014 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zasądził od pozwanej na rzecz powódki kwotę 2 281 201,49 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 12 stycznia 2012r. do dnia zapłaty. W pozostałym zakresie oddalił powództwo. Kosztami procesu obciążył w 69,3% pozwaną i w 30,7 % powódkę, pozostawiając ich szczegółowe wyliczenie referendarzowi sądowemu.

Sąd Okręgowy ustalił, że strony prowadziły współpracę handlową od 2006 r. do 2009 r. polegającą na zakupie przez pozwaną od powódki towarów, które następnie pozwana oferowała do dalszej sprzedaży w swoich hipermarketach klientom detalicznym. Podstawą współpracy były umowy określające warunki i zasady działania obu stron. W okresie współpracy, który jest przedmiotem sporu, strony łączyły następujące umowy:

- umowa (...), porozumienie dotyczące upustów na fakturze z dnia 9 marca 2006r.,
- umowa współpracy z dnia 9 marca 2006r.,
- umowa (...) z dnia 9 marca 2007r. wraz z załącznikami oraz porozumieniem dotyczącym dodatkowych usług marketingowych,
- umowa (...) wraz z załącznikami,
- umowa o przekazywaniu faktur oraz innych danych w formie elektronicznej z dnia 13 listopada 2007 r.,
- umowa ramowa o współpracy nr (...) wraz z załącznikami,
- umowa o świadczenie usług logistycznych z dnia 17 lutego 2009 r.

oraz

- umowa o świadczenie usług marketingowych z dnia 17 lutego 2009 r. wraz z porozumieniem dotyczącym dodatkowych usług marketingowych.

Przedmiotem powyższych umów było ustalenie warunków nabywania przez pozwaną od powódki towarów, zasad rozprowadzania towarów przez pozwaną do należącej do niego sieci sklepów, zakres i sposób współpracy przy prowadzonych przez pozwaną i jej partnerów działań reklamowo-marketingowych i inne zasady współpracy.

Wzmiankowane umowy precyzowały odpłatne usługi, jakie pozwana miała świadczyć na rzecz powoda:

1. premia pieniężna – w art. 5 umowy handlowej z 2007r. i 2008 r. - ustanowiono, że powód przyznaje pozwanej wynagrodzenie w zamian za usługi wzmożonej aktywności na podstawie obrotów netto w minionym miesiącu pomnożony przez 10,62% (2007r.), 11,62% (2008r.),
2. usługi marketingowe - art. 7 umowy z 2006r., 2007r., 2008r. - zastrzeżono opłaty w zamian za promocję towaru lub marki sprzedawcy budżet ustalono na poziomie 4,5% ( 2006r.) 0,4 % (2007r.), 0,4 % (2008r.) obrotów każdej sieci handlowej oddzielnie pozwanej i jej partnerów;
3. scentralizowana płatność – art. 8 umowy z 2006r., art. 7 umowy z 2007r. i 2008r. - określono usługę, która miała polegać na umożliwieniu kierowania faktur do scentralizowanego punktu księgowego. Wynagrodzenie za tę usługę wynosiło 0,2 % (2006r.), 0,4 % (2007r.), 0,4 % (2008r.) obrotów netto sklepów pozwanego i partnerów oddzielnie;

4. dodatkowe usługi – art. 9 umowy z 2006r. w zamian za określone inne usługi świadczone przez pozwanego i partnerów dotyczące towarów wynagrodzenie miało wynosić kwotę ustaloną procentowo od obrotów, płatne na koniec każdego miesiąca;

5. usługa (...) - umowa o przekazywaniu faktur oraz innych danych w formie elektronicznej z 2007r., określono usługę, która ułatwiała przesyłanie faktur i innych dokumentów między powodem a pozwanym. Wynagrodzenie za tę usługę wynosiło 0,1 % rocznie przyznanych przez powoda na rzecz pozwanej;

6. usługa logistyczna – załącznik (...) do umowy handlowej z 2007r. i 2008r. oraz umowa o świadczenie usług logistycznych z 2009r., określono, że powód dostarczał towary do głównego magazynu a następnie towary te były rozprowadzane do poszczególnych marketów pozwanej spółki. Wynagrodzenie za tę usługę wynosiło 2,5 % (2007r.), 2,5 % (2008r.), 2,5 % (2009r.) obrotów netto sprzedawcy.

Umowy te, załączniki i porozumienia do nich sporządzane były według wzoru pozwanej, do którego pismem odrębnym wpisywano dane konkretnego sprzedawcy zawierającego umowę, obrót netto, od którego uzależnione zostało przyznanie premii, jej wysokość, wysokość opłaty, obrót netto, od którego naliczano wysokość opłaty.

Pozwana obciążyla powódkę fakturami z tytułu usług: marketingowych, tzw. innych usług, logistycznych, wynagrodzenia z tytułu scentralizowanej płatności, (...), premii. Rozliczenie należności, które wynikały z powyższych faktur, nastąpiło w formie dokonywanych przez pozwanego potrąceń z wierzytelnościami powódki w stosunku do strony pozwanej. Pozostała część należności z tytułu sprzedaży pozwana przelewała na rachunek bankowy powódki. W wyniku kompensat strona pozwana zatrzymała z tytułu powyższych faktur łącznie kwotę 2 281 201,49 zł. Powódka nie miała możliwości negocjacji wysokości ustalonych opłat.

Powódka w dniu 26 lutego 2010 r. wystąpiła z wnioskiem o zawezwanie do próby ugodowej, która odbyła się przed Sądem Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie w dniu 16 czerwca 2010r. Strony do porozumienia nie doszły.

Sąd Okręgowy zważył, że zgodnie z treścią art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz. U. z 2003 r. Nr 153 poz. 1503, ze zm. – dalej: „u.z.n.k.”) czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Powodem wprowadzenia tego przepisu (na podstawie ustawy z dnia 5 lipca 2002 r., o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz. U. Nr 126, poz. 1071, z mocą obowiązującą od 10 listopada 2002 r.) była konstatacja, że sklepy wielkopowierzchniowe pobierają od dostawców szczególnie opłaty, w tym zwłaszcza za samo wejście do sieci, za reklamę i promocję towarów, za miejsce ekspozycji towarów oraz za wprowadzenie towaru do sieci informatycznej. Powstawały zatem sytuacje, w których w razie sprzedaży towarów, świadczenia pieniężne spełniał nie tylko kupujący, ale także sprzedawca. Celem tego przepisu jest wyeliminowanie sytuacji, w której zawarcie umowy sprzedaży zależy od dodatkowego świadczenia pieniężnego po stronie sprzedawcy. Nie oznacza to, że pomiędzy sprzedawcą a kupującym niedopuszczalne jest nawiązywanie relacji umownych, w których po stronie sprzedawcy istnieje obowiązek świadczenia pieniężnego, jednakże pod warunkiem, że ekwiwalentem tego świadczenia jest świadczenie kupującego, inne niż sprzedaż towaru zakupionego od sprzedawcy. Mianowicie, gdy przedsiębiorca nabywający towar do dalszej odsprzedaży spełnia na rzecz zbywcy świadczenia niezwiązane z realizacją własnego interesu dotyczącego przedmiotu umowy i niezwiązane ze standardową sprzedażą towarów finalnym odbiorcom, np. na życzenie dostawcy umieszcza w sklepie reklamy o treści przez niego określonej lub z nim uzgodnionej, albo dokonuje szczególnej akcji promocyjnej. Ciężar udowodnienia okoliczności, które miałyby wyłączyć kwalifikację określonego świadczenia jako świadczenia niedopuszczalnego w świetle omawianej regulacji, spoczywa na przedsiębiorcy, który twierdzi, że omawiane unormowanie nie ma zastosowania.

Sąd Okręgowy podkreślił, że w każdym przypadku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Z brzmienia przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wynika bowiem, że nie jest potrzebne dodatkowo wykazywanie czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnienie dostępu do rynku, sam ustawodawca zakwalifikował takie działanie,

jako utrudniające dostęp do rynku. Bez znaczenia jest czy sprzedawca mógł zbyć te towary innym kupującym, oraz czy zbycie towarów przedsiębiorcy pobierającemu takie opłaty jest mniej czy bardziej opłacalne ekonomicznie dla sprzedającego, niż zbycie innemu przedsiębiorcy. Strony negocjują ceny sprzedaży i w tym kontekście marżą kupującego jest różnica pomiędzy uzyskaną przez kupującego ceną odsprzedaży a ceną zakupu. Ustawodawca nie ingeruje w wysokość ustalanych marż czy cen, z omawianej regulacji wynika jedynie, że na tych uzgodnieniach winny zakończyć się finansowe rozliczenia stron. Po dokonaniu sprzedaży kupujący nie spełnia już żadnych świadczeń na rzecz pierwotnego sprzedawcy. Ogół podejmowanych wówczas przez niego działań promocyjno – marketingowych dotyczących odsprzedawanych towarów, służy korzystnemu zbyciu ich przez kupującego finalnemu odbiorcy. Przy kwalifikowaniu ich w oparciu o regulację przedmiotowego deliktu Sąd wziął pod uwagę dwa elementy: utrudnianie przedsiębiorcy dostępu do rynku i nieuczciwy charakter takiego utrudnienia. O utrudnianiu dostępu do rynku świadczyć może m. in. praktyka zawierania umów marketingowych towarzyszących umowie sprzedaży towarów do sieci (z każdym dostawcą towarów), zachwianie odpowiedniej, rzeczowej i finansowej relacji porozumień marketingowych (ich częstotliwości i okresów) do sprzedawanej do sieci masy towarowej (zjawisko tzw. nadmarketingu), narzucanie sprzedawcy wielu postaci rabatów (w ramach dostawy tego samego towaru do sieci), tworzenia niejasnych z punktu widzenia umowy głównej (sprzedaży/dostawy) tzw. budżetów promocyjnych o charakterze tzw. kredytu handlowego, czy zawieranie umów o promocję towaru renomowanego. Element nieuczciwości w działaniu kupującego pojawia się m. in. wówczas, gdy opłaty marketingowe ponoszone przez dostawcę do sieci są niewspółmiernie większym obciążeniem finansowym dla dostawcy niż koszty stworzenia przez niego samodzielnej akcji marketingowej, tj. bez powiązania jej z umową główną (sprzedaży/dostawy do sieci). Sąd podkreślił, 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 marketingowo – promocyjnych (vide: wyrok Sąd Najwyższy z dnia 12 czerwca 2008 r., III CSK 23/08, OSNC – ZD 2009/1/14). Ten czyn nieuczciwej konkurencji polega więc na zawarciu umowy obejmującej dodatkowe opłaty, kwalifikowane w sposób wyżej opisany.

Wszystkie wyżej wymienione usługi przewidziane w umowach stron uznać należało, w ocenie Sądu Okręgowego, za narzucone, bowiem powódka została obciążona wynagrodzeniem za nie bez spełnienia przez pozwaną świadczenia wzajemnego. Pozwana nie przedstawiła żadnych dowodów wykonania na rzecz powódki jakichkolwiek usług. Pobieranie ww. opłat miało na celu przyniesienie korzyści samej pozwanej, poprzez prezentacje klientom własnej oferty, towarów będących już własnością pozwanej, w ten sposób zwiększając szanse na wyższe przychody z ich sprzedaży.

Powódka wykazała, iż pozwana wystawiła faktury za usługi świadczone w ramach umowy handlowej. Pozwana ograniczyła się do zaprzeczenia twierdzenia powódki o tym, że pozwana obciążała powódkę za świadczone usługi, które w rzeczywistości nigdy nie zostały wykonane. Wprawdzie przedstawiła kopie gazetek reklamowych wydawanych przez pozwaną, lecz nie wynika z nich, by znajdowały się w nich towary powódki - przede wszystkim brak było możliwości identyfikacji towarów powódki w przedstawionych gazetkach,

Twierdzenie powódki o pobraniu przedmiotowych opłat z jej należności z tytułu sprzedanych towarów zostało zdaniem Sądu udowodnione. Wolą pozwanej było zatrzymanie (nie wypłacenie) części należności powódki wynikających ze wskazanych faktur. Pobranie tych kwot z ceny sprzedanego towaru oznacza, że pozwana uzyskała towar o wartości wyższej niż dokonana zapłata. Jest to korzyść o której mowa w art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. (vide: postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 16 października 2009 r., I CSK 230/09). W ocenie Sądu mamy zatem do czynienia z uzyskaniem przez pozwaną korzyści majątkowej, kosztem powódki, która nie otrzymała zapłaty ceny za sprzedany towar w pełnej wysokości. Korzyść ta została uzyskana bez podstawy prawnej, ponieważ nastąpiło to wskutek popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji.

Sąd I instancji wskazał przy tym, że przepis art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. stanowi samoistną podstawę dochodzenia roszczeń. Odwołał się do uchwały Sądu Najwyższego z dnia 19 sierpnia 2009 r. (III CZP 58/09, OSNC 2010/3/37), zgodnie z którą „Na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (jedn. tekst: Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) strona może - niezależnie od innych roszczeń

wynikających z umowy - dochodzić zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży". W uzasadnieniu powyższej uchwały, Sąd Najwyższy jednoznacznie przyjął, iż dopuszczalne jest dochodzenie ochrony na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. bez potrzeby sięgania do konstrukcji nieważności umowy (art. 58 k.c.).

Zdaniem Sądu pozwana nie przedstawiła żadnego dowodu świadczącego o faktycznym wykonywaniu przedmiotowych usług. Sąd doszedł do przekonania, że pozwana nie udowodniła ani tego, że te usługi świadczyła, ani tego, że wynagrodzenie za nie pobrane stanowiło ekwiwalent dla wartości tychże usług. W celu uwolnienia się od odpowiedzialności na podstawie u.z.n.k. pozwana winna była przede wszystkim udowodnić, że pobrane opłaty za usługi stanowiły ekwiwalent rzeczywiście wykonanych na rzecz powódki świadczeń, niezwiązanych jedynie z realizacją własnego interesu polegającego na korzystnym zbyciu zakupionych od powódki towarów finalnemu odbiorcy.

Wedle Sądu skoro wyrażenie przez powódkę zgody na obciążenie przedmiotowymi opłatami było efektem negocjacji z przedstawicielami pozwanej, zasadnym może wydawać się, iż opłaty zostały jednostronnie narzucone powódce. Powódka, chcąc skorzystać z możliwości dotarcia do konsumentów, będących odbiorcami jego towarów, z uwagi na duży udział w tym rynku sklepów wielkopowierzchniowych, takich jak m. in. (...), była zmuszona do zaakceptowania określonych przez pozwaną warunków współpracy. Natomiast wobec zaangażowania dużych środków finansowych w okresie trwającej współpracy, aby osiągnąć zyski, była zmuszona akceptować wymagania finansowe pozwanej.

Sąd I instancji podkreślił, że już samo ustalenie opłat za ww. usługi w wysokości ustalonego procentu od wysokości obrotów sieci handlowej, niezależnie od zakresu, czasu trwania tychże usług, podważa zasadę ekwiwalentności świadczeń. Ergo, zastrzeżone w umowie opłaty nie znajdują żadnego rzeczywistego uzasadnienia w świadczeniach pozwanego.

Wobec powyższego w/w opłaty za w/w dodatkowe usługi Sąd zakwalifikował na podstawie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. O odsetkach orzekł na podstawie art. 481 § 1 i 2 k.c.

Powództwo zostało oddalone w zakresie żądania zasądzenia skapitalizowanych odsetek ustawowych na dzień wniesienia powództwa w wysokości kwoty 1 011 928,07 zł z uwagi na to, że powód nieprawidłowo dokonał kapitalizacji ww. odsetek.

Żądanie powoda miało podstawę w przepisach o bezpodstawnym wzbogaceniu, zgodnie z brzmieniem art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. Roszczenie takie 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 k.c. w ocenie Sądu wierzyciel może żądać dopiero od dnia, w którym dłużnik po jego wezwaniu winien dług uiścić. Realizacja roszczenia opartego na w/w przepisie następuje – zgodnie z jego brzmieniem – na zasadach ogólnych, co oznacza, że zastosowanie mają kodeksowe przepisy regulujące instytucję bezpodstawnego wzbogacenia (art. 405 k.c.). Jeżeli przedmiotem wzbogacenia jest suma pieniężna, zwrotowi podlega kwota nominalna (art. 405 w zw. z art. 406 k.c.), chyba że wierzyciel zażąda zastosowania art. 358<sup>1</sup> § 3 k.c. i istnieć będą przesłanki do zastosowania tego przepisu. Uzyskana zatem przez wzbogaconego kwota pieniężna stanowi przedmiot podlegającego zwrotowi wzbogacenia. Jeżeli wzbogacony pozostaje w opóźnieniu w jej zwrocie, powodowi należą się odsetki za opóźnienie (art. 481 k.c.) od daty ustalonej według art. 455 k.c.

Sąd uznał, że pozwany najpóźniej w dniu wniesienia pozwu mógł się dowiedzieć o roszczeniu.

O kosztach procesu Sąd orzekł na podstawie art. 98 § 1 k.p.c.

Pozwana w apelacji zaskarżyła wyrok w części, w zakresie punktu 1 i 3 wyroku. Zarzuciła obrazę prawa procesowego, które miało istotny wpływ na wynik postępowania, tj. art. 233 § 1 k.p.c. poprzez przekroczenie granicy swobodnej oceny dowodów, art. 235 k.p.c. poprzez jego niewłaściwe zastosowanie, art. 227 k.p.c. oraz art. 217 k.p.c. w zw. z art. 248 k.p.c. i art. 278 k.p.c. poprzez ich niezastosowanie, obrazę przepisów prawa materialnego tj. art. 547 k.c. poprzez jego niezastosowanie, art. 6 k.c. w zw. z art. 15 ust 1 pkt 4, art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. oraz art. 3 ust. 1 u.z.n.k. poprzez

jego niezastosowanie, art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. poprzez jego błędną wykładnię i w konsekwencji niewłaściwe zastosowanie.

Nadto wniosła o rozpoznanie na podstawie art. 380 k.p.c. przez sąd II instancji postanowienia Sądu Okręgowego z dnia 17 grudnia 2012 r. oddalającego wniosek pozwanej o przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego z zakresu ekonomii na okoliczność tego, czy usługi świadczone przez pozwaną na rzecz powódki mając charakter ekwiwalentny wobec świadczenia powódki, w szczególności czy były świadczone w imieniu powódki i czy powódka odnosiła z tego tytułu korzyści, postanowienia Sądu Okręgowego z dnia 26 czerwca 2013 r. dotyczącego zlecenia dalszego przesłuchania członka zarządu powodowej spółki K. M. Sądowi Rejonowemu w Chorzowie w drodze pomocy prawnej oraz postanowienia Sądu I instancji z dnia 27 listopada 2013 r. oddalającego wnioski pozwanej o zobowiązanie powódki do przedstawienia faktur dokumentujących sprzedaż towarów takich jak sprzedawane pozwanej innym kontrahentom w latach 2006 – 2009 na okoliczność cen sprzedaży przez powódkę towarów innym kontrahentom i uwzględniania przy ustalaniu przez powódkę cen towarów oferowanych pozwanej konieczności uiszczenia premii pieniężnej i wynagrodzenia z tytułu usług świadczonych na rzecz powódki przez pozwaną, o zmianę postanowienia z dnia 26 czerwca 2013 r. o zleceniu dalszego przesłuchania K. M. Sądowi Rejonowemu w Chorzowie w ten sposób, że dalsze przesłuchanie nastąpi przed Sądem Okręgowym w Warszawie, o ponowne przesłuchanie K. M. w charakterze strony przed Sądem Okręgowym w Warszawie po odebraniu przyrzeczenia.

Na rozprawie apelacyjnej pozwana podniosła, że Sąd I instancji przerwał zadawanie pytań przez jej pełnomocnika K. M., co naruszyło jej prawo do obrony.

Pozwana wniosła o zmianę zaskarżonego wyroku w części określonej w punkcie 1 i 3 i oddalenie powództwa w tym zakresie oraz o zasądzenie od powódki na rzecz pozwanej kosztów procesu za I i II instancję, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych oraz opłaty skarbowej od pełnomocnictwa w wysokości 17 zł ewentualnie o uchylenie wyroku w części określonej w punkcie 1 i 3 i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania wobec nierozpoznania przez sąd I instancji istoty sprawy, pozostawiając sądowi I instancji rozstrzygnięcie o kosztach postępowania odwoławczego, w tym o kosztach zastępstwa procesowego według norm przepisanych oraz opłacie skarbowej od pełnomocnictwa w wysokości 17 zł.

W odpowiedzi na apelację powódka wniosła o jej oddalenie oraz zasądzenie od strony pozwanej na rzecz powodowej zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w II instancji według norm przepisanych.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja nie zasługuje na uwzględnienie.

Zgodnie z powoływanym przez powódkę jako podstawa prawna żądania art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za dopuszczenie towaru do sprzedaży. Chodzi tu o przypadki, w których słabszemu uczestnikowi rynku narzucane są opłaty niemające uzasadnienia w ponoszonych kosztach, które kompensować powinna co do zasady marża pobierana od klientów sieci (por. Krystyna Szczepanowska-Kozłowska w głosie do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 26 stycznia 2006 r., II CK 378/05, Glosa 2007/2/105). Nie jest oczywiście wykluczone, by współpraca handlowa przybierała postać bardziej rozbudowanych i skomplikowanych stosunków umownych. W granicach swobody umów wynikającej z art. 353<sup>1</sup> k.c. możliwe jest kreowanie stosunków, w których prawa i obowiązki właściwe umowie dostawy i sprzedaży zostaną uzupełnione o elementy dodatkowe. Jeśli w konsekwencji przyjęcia takich rozwiązań sprzedawca (dostawca) zostanie obciążony opłatami, które znajdują ekwiwalent w świadczeniach sklepu wielkopowierzchniowego, to odwoływanie się do zakazu z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie będzie trafne. Przepis ten bowiem wyklucza pobieranie tylko takich świadczeń, które nie znajdują rzeczywistego uzasadnienia w świadczeniach kupującego innych niż te, których obowiązek spełnienia wynika z zawartej umowy sprzedaży lub dostawy.

Formalne istnienie podstawy do pobierania dodatkowych opłat w postaci stosownych klauzul umownych czy uzupełniających zasadnicze umowy porozumień nie wyklucza dopuszczalności konstruowania deliktu nieuczciwej

konkurencji. Delikt taki nie musi odnosić się tylko do działań faktycznych, może też polegać na zawarciu porozumienia, które uzasadniać będzie pobieranie odrębnych opłat, odpowiadających warunkom wskazanym w powołanym przepisie (por. wyroki Sądu Najwyższego z dnia 26 stycznia 2006 r., II CK 378/05, Wokanda 2006/6/8, z dnia 12 czerwca 2008 r., III CSK 23/08, ONSC-ZD 2009/1/14). Decydująca jest wówczas ocena, czy w konkretnych stosunkach umownych można mówić z jednej strony o utrudnianiu dostępu do rynku, o czym świadczy m. in. powszechność praktyki zawierania umów dodatkowych towarzyszących umowie sprzedaży (dostawy), zachwianie rzeczowej i finansowej relacji takich porozumień co do sprzedawanej masy towarowej, narzucanie sprzedającemu odpowiednich postaci wielu rabatów, tworzenie niejasnych z punktu widzenia umowy głównej tzw. budżetów promocyjnych o charakterze tzw. kredytu handlowego itp., a z drugiej – o nieuczciwości w działaniu kupującego, polegającej np. na nałożeniu na dostawcę opłat stanowiących niewspółmiernie większe obciążenie finansowe niż stworzenie samodzielnej akcji marketingowej.

Dla oceny, czy Sąd Okręgowy prawidłowo przyjął wystąpienie po stronie pozwanej deliktu skonkretyzowanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., należało zatem w pierwszej ocenić prawidłowość zastosowania przez ten Sąd prawa procesowego warunkującą należyte ustalenia faktyczne.

Zarzut naruszenia przez Sąd Okręgowy przepisu art. 233 § 1 k.p.c. jest chybiony. Wbrew twierdzeniom pozwanej, Sąd pierwszej instancji wyprowadził z zebranego materiału dowodowego wnioski logicznie prawidłowe, zgodnie z prawem procesowym, w sposób bezstronny i racjonalny rozważając materiał dowodowy. W ocenie Sądu Apelacyjnego pozwana nie wykazała, aby Sąd Okręgowy – stosownie do powołanych argumentów – dopuścił się naruszenia prawa i dokonał nieprawidłowej oceny dowodów. Twierdzenia skarżącej Spółki, iż przeprowadzona przez Sąd Okręgowy ocena dowodów jest dowolna, nie znajdują żadnego uzasadnienia w materiale sprawy. Stanowią one w istocie polemikę z dokonaną przez Sąd weryfikacją dowodów, o której nie można powiedzieć, aby była wybiórcza.

Zarzut ten sprowadza się do dwóch kwestii. Pozwana po pierwsze twierdzi, że Sąd I instancji wadliwie uznał, iż pozwana pobrała kwoty wynikające z faktur: nr (...) mimo nieprzedstawienia przez powódkę wyciągu z rachunku bankowego potwierdzającego pobranie przez pozwaną tych kwot. Zarzut ten nie polega na prawdzie, bowiem powódka złożyła specyfikację do przelewu z dnia 29 lipca 2008 r., wystawioną przez pozwaną, wymieniającą te faktury wraz z informacją, że przelew określonych w nich kwot stanowi oświadczenie o potrąceniu i potwierdza, iż należności powódki zostały skompensowane z należnościami pozwanej zgodnie z treścią specyfikacji (k 244), jak również dowód przelewu z tej daty (k 245).

Po drugie pozwana, powołując się na zeznania świadka U. T. i cennik znajdujący się na k 421, podnosi, że uwzględniała opłaty będące przedmiotem sporu w cenach towarów i zarzuca wadliwą ocenę zeznań K. M. w charakterze strony powodowej. Sprzeczność ta polega na tym, że wedle świadka cennik net/net/net został sporządzony przez stronę powodową, zaś wedle K. M. przez pozwaną. Sąd I instancji nie dał wiary zeznaniom U. T., wskazując, że pozostają one w sprzeczności z pozostałym materiałem dowodowym, natomiast za wiarygodne uznał zeznania K. M.. Apelacja nie dostarcza argumentów przemawiających za wnioskiem przeciwnym. Rację ma powódka, wskazując, że gdyby to ona była autorką zestawienia, to nieracjonalne byłoby wprowadzanie przez nią do zestawienia odręcznej adnotacji, tylko dokonałaby zmiany zapisu komputerowego. Okoliczność, że taki zapisek poczyniła, wskazuje, że przedstawiono jej już wydrukowany cennik, do którego się odnosiła. Nadto treść tego zapisku przemawia przeciwko twierdzeniu U. T., że wszelkie opłaty pozwana uwzględniała w cenie produktu, bowiem stanowi on o warunkowej akceptacji cennika przez powódkę – pod warunkiem, że pozwana nie będzie naliczać żadnych dodatkowych opłat. Gdyby rzeczywiście pozwana opłaty uwzględniała w cenie, takie zastrzeżenie pozbawione byłoby sensu.

Należyte podniesienie zarzutu art. 233 § 1 k.p.c. wymaga wskazania, jakie kryterium tej oceny (zasady logicznego rozumowania, doświadczenia życiowego itp.) naruszył sąd przy analizie jakiego dowodu. Sąd Apelacyjny podziela ugruntowane stanowisko judykatury, wyrażone m. in. w wyroku Sądu Najwyższego z dnia 18 stycznia 2002 r., I CKN 132/01 (LEX nr 53144), zgodnie z którym aby zarzucić naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. skarżący powinien wskazać, jaki konkretnie dowód mający istotne znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy sąd uznał za wiarygodny i mający moc

dowodową albo za niewiarygodny i niemający mocy dowodowej i w czym przy tej ocenie przejawia się naruszenie zasady swobodnej oceny dowodów. Takiej argumentacji zaś apelacja nie zawiera.

Zarzut obrazy przepisu art. 233 § 1 k.p.c. nie może polegać jedynie na zaprezentowaniu własnych, korzystnych dla skarżącego ustaleń stanu faktycznego, dokonanych na podstawie własnej, korzystnej dla skarżącego oceny materiału dowodowego (por.: postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 10 stycznia 2002 r., II CKN 572/99, LEX nr 53136).

Jeżeli przy tym z określonego materiału dowodowego sąd wyprowadza wnioski logicznie poprawne i zgodne z doświadczeniem życiowym, to ocena sądu nie narusza reguł swobodnej oceny dowodów (art. 233 § 1 k.p.c.) i musi się ostać, choćby w równym stopniu, na podstawie tego materiału dowodowego, dawały się wysnuć wnioski odmienne. Tylko w przypadku, gdy brak jest logiki w wiązaniu wniosków z zebranymi dowodami lub gdy wnioskowanie sądu wykracza poza schematy logiki formalnej albo, wbrew zasadom doświadczenia życiowego, nie uwzględnia jednoznacznych praktycznych związków przyczynowo-skutkowych, to przeprowadzona przez sąd ocena dowodów może być skutecznie podważona (tak: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27 września 2002 r., II CKN 817/00, LEX nr 56906). Tymczasem apelacja sprowadza się do przeciwstawienia zeznań U. T. zeznaniom K. M. bez sprecyzowania nawet kryterium oceny dowodów, które miał naruszyć Sąd Okręgowy.

W konsekwencji brak jest dowodów przemawiających za przyjęciem tezy pozwanej, iż powódka uwzględniała opłaty pobierane przez pozwaną w cenie towarów.

Znamienne jest natomiast, że pozwana nawet nie podjęła próby zwalczenia ustaleń Sądu Okręgowego, iż opłaty objęte pozwem zostały powódce narzucone – co wynika wprost z zeznań K. M., jak również że usługi, których dotyczyły, nie były wykonywane – poza omówioną poniżej kwestią usług logistycznych. W konsekwencji Sąd Apelacyjny przyjął za własne ustalenia Sądu Okręgowego w tej mierze.

Zarzut naruszenia art. 235 k.p.c. uznać należy za trafny. Wobec przeprowadzenia przesłuchania K. M. przed Sądem Okręgowym w Warszawie jego kontynuacja przed Sądem Rejonowym w Chrzanowie nie miała żadnego uzasadnienia, bowiem nie zachodziły żadne przeszkody wymienione a § 1 tego przepisu, by kontynuować je przed sądem prowadzącym proces, w tym logistyczne, o czym świadczy przebieg rozprawy, na której dowód ten został przeprowadzony. Niemniej jednak powyższe uchybienie nie miało wpływu na treść rozstrzygnięcia. Pozwana po pierwsze nie składała wniosku o dopuszczenie dowodu z przesłuchania stron, po drugie nie wykazała, by ewentualne przeprowadzenie powyższego dowodu w drodze pomocy sądowej naruszało jej prawo do obrony – pełnomocnik pozwanej mógł wziąć w nim udział i zadawać pytania, zaś z protokołu rozprawy przed Sądem Okręgowym nie wynika, by pełnomocnikowi pozwanej uniemożliwiono kontynuowanie zadawania pytań K. M.. Przypomnieć należy, że protokół rozprawy jest dokumentem urzędowym potwierdzającym przebieg rozprawy, który korzysta z domniemania prawdziwości (art. 244 § 1 k.p.c.), którego pozwana nawet nie próbowała wzruszyć, choćby poprzez wniosek o sprostowanie protokołu.

Okoliczność, że K. M. poznałby wcześniej listę pytań, nie narusza prawa pozwanej do obrony, bo jako członek zarządu powodowej spółki co do zasady ma wiedzę o przedmiocie sprawy, kwestiach spornych i argumentacji pozwanej. Przede wszystkim jednak skarżąca nie wskazała, jakie kwestie chciałaby wyjaśnić w drodze przesłuchania K. M. – obojętnie przed którym sądem. Nie złożyła listy pytań do K. M., a również w apelacji ich nie sprecyzowała. W konsekwencji nie sposób uznać, by postanowienie Sądu I instancji o skorzystaniu w tej mierze z rekwizycji sądowej – zwłaszcza, że następnie uchylone, miało jakiegokolwiek znaczenie dla rozstrzygnięcia. Niewskazanie, czemu miałyby służyć kolejne przesłuchanie K. M. czyni niezasadnym wniosek pozwanej o zastosowanie art. 380 k.p.c. i zmianę postanowień Sądu Okręgowego odnoszących się do dowodu z przesłuchania K. M..

Zarzut naruszenia przepisu art. 227 k.p.c. w zw. z art. 278 § 1 k.p.c. poprzez nieuzasadnione oddalenie wniosku pozwanej o dopuszczenie dowodu z opinii biegłego z zakresu marketingu i reklamy jest bezzasadny. Stanowisko Sądu Okręgowego, iż w rzeczywistości usługi pozwanej miały charakter fikcyjny, jest w pełni trafne. Ponieważ świadczenia pozwanej w ogóle nie zaistniały, nie można rozpatrywać ich ekwiwalentności ze świadczeniami powódki. Wobec powyższego Sąd Okręgowy słusznie oddalił wniosek dowodowy jako zmierzający do ustalenia okoliczności



niemających znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy. Należy wskazać dodatkowo, że dowód ten przyczyniłby się jedynie do przedłużenia postępowania i zwiększenia jego kosztów. Przede wszystkim jednak celem dowodu z opinii biegłego nie jest ustalenie okoliczności faktycznych, lecz ocena już ustalonych okoliczności ze względu na wiadomości specjalne. Zatem potrzeba przeprowadzenia dowodu z opinii biegłego mogłaby być brana pod uwagę po uprzednim wykazaniu przez pozwaną świadczenia przez nią na rzecz powódki przedmiotowych usług, co nie miało miejsca.

Zarzut naruszenia art. 227 k.p.c. w zw. z art. 248 § 1 k.p.c. poprzez nieuzasadnione oddalenie wniosku pozwanej o zobowiązanie powódki do przedstawienia dokumentacji handlowej i księgowej dotyczącej umów z innymi przedsiębiorcami jest bezzasadny. Jej treść nie ma znaczenia w niniejszej sprawie. Czynem zabronionym przez art. 15 ust 1 pkt. 4 u.z.n.k. jest pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, co samo w sobie jest utrudnianiem dostępu do rynku. Fakt, iż powódka ewentualnie zawarła umowy z innymi kontrahentami, którym dostarczała swoje produkty, nie ma tu znaczenia. Dostęp do rynku za pośrednictwem innych sprzedawców nie oznacza bowiem, że nie został on ograniczony działaniami pozwanej, będącymi przedmiotem rozpoznania w niniejszej sprawie.

Próba wykazania za pośrednictwem tej dokumentacji ekwiwalentności świadczeń pozwanej w stosunku do świadczeń powódki jest chybiona, bowiem po raz kolejny należy podkreślić, że w pierwszej kolejności pozwana winna była udowodnić, że świadczyła usługi, opłat za które dotyczy pozew, a tej powinności nie sprostowała. Dopiero w następnym etapie można było rozważać ich ekwiwalentność w stosunku do świadczeń powódki. Niewątpliwie zaś dokumentacja dotycząca stosunków gospodarczych powódki z podmiotami innymi niż pozwana nie stanowi dowodu spełnienia przez pozwaną jakichkolwiek świadczeń.

W konsekwencji wniosek pozwanej o rozpoznanie dotyczących tych kwestii postanowień dowodowych był chybiony.

Zarzut naruszenia art. 15 ust. 4 u.z.n.k. w związku z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. nie zasługuje na aprobatę.

Przede wszystkim eksponując i sprzedając towary zakupione wcześniej od dostawcy, odbiorca nie czyni tego, by wykonać dla tego dostawcy usługę promocyjną (reklamową), lecz jedynie po to, by sprzedać własny już w tym momencie towar i osiągnąć w ten sposób zysk wynikający ze stosowanej marży handlowej. Do czasu zatem, gdy odbiorca nie będzie w stanie wykazać, że w zamian za przyjmowaną opłatę podjął działania, które można by uznać nie za zmierzające do jak najszybszej sprzedaży własnych już w tym momencie towarów (pochodzących od dostawcy), ale wyłącznie do promowania marki owego dostawcy lub jego towarów, w szczególności czynności zmierzających do informowania innych podmiotów o walorach jakościowych produktów dostawcy, o korzystnym stosunku jakości do ceny tych produktów, których celem byłoby wyrobienie u owych nabywców przekonania, iż warto nabywać przede wszystkim produkty pod marką owego dostawcy – nie można mówić o usłudze promocyjnej wykonywanej na rzecz dostawcy (tak: T. Dyś, „Nieuczciwa konkurencja: opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży” *Monitor Prawniczy* 2003/14/644). Samo umieszczenie zdjęć towarów powódki w gazecie reklamowej czy w oznaczonym miejscu sklepu bez wyeksponowania ich w sposób identyfikujący dostawcę nie może być uznane za działalność realizowaną na rzecz i w interesie powódki. Nawet jeśli wiązała się z tym wzmożona sprzedaż, to nie wpływała ona wprost na sytuację ekonomiczną powódki, bowiem poza ceną powódka nie była uprawniona do żądania jakichkolwiek świadczeń finansowych od pozwanej.

Pozwana twierdziła, iż ponieważ działania marketingowe (i podobne) prowadzone przez nią przekładały się wzrost sprzedaży towarów powódki w sieci handlowej pozwanej, to zwiększała się również sprzedaż powódki czyli, że nawet jeżeli pozwana była właścicielką reklamowanych towarów, to powódka odnosiła korzyść w postaci większej sprzedaży. Rozumowanie takie jest błędne. Zdaniem Sądu Apelacyjnego podstawowymi kryteriami umożliwiającymi ocenę, czy usługi marketingowe i podobne mogą być świadczeniem ekwiwalentnym do pobieranych przez pozwaną opłat i czy w ogóle były świadczone, są: własność reklamowanych towarów, interes majątkowy i wpływ dostawcy na zakres usług.

Bez żadnych wątpliwości towary zakupione przez pozwaną stawały się jej własnością zgodnie z przepisami k.c. dotyczącymi umowy sprzedaży (art. 535 i nn. k.c.).

Towary zamieszczane były w gazetkach już na etapie, gdy to pozwana była ich właścicielką (abstrahując od słusznego twierdzenia powódki, że gazetki nie dotyczyły okresu objętego pozwem w zakresie usług marketingowych). Zatem skuteczne zachęcenie klientów do nabywania towarów dostarczonych przez powódkę, leżało przede wszystkim w interesie pozwanej. To jej obroty rosły, które dając pozwanej większy zysk, jednocześnie stanowiły o dodatkowych przychodach z tytułu opłat naliczanych powódce. Odniesienie opłat jedynie do obrotów unaocznia też jej uniezależnienie od rzeczywistych kosztów świadczenia tej usługi, a zatem jej pozorność.

Jeśli zaś chodzi o premie pieniężne, to zostały one zastrzeżone procentowo od obrotu – po osiągnięciu pewnego jego poziomu i nastąpiło to na etapie zawierania umowy. Już ta ostatnia okoliczność wskazuje, że nie pomniejszały one ceny jednostkowego produktu, nie były w ogóle powiązane z ceną, a zatem nie stanowiły jej elementu. Pozwana nie podejmowała w istocie żadnych działań ukierunkowanych na zwiększenie obrotów z powódką. Okoliczności te stanowią wystarczającą podstawę do uznania, że ukształtowana w ten sposób premia pieniężna stanowi w istocie opłatę za utrudnianie dostępu do rynku.

Obciążanie powódkę premiami pieniężnymi, naliczanymi od uzyskanego przez pozwaną obrotu towarami dostarczonymi przez powódkę, stanowiło, jak słusznie uznał Sąd Okręgowy, pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru powoda do sprzedaży w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Naliczając tego rodzaju premię, strona pozwana przyznawała bowiem gratyfikację wyłącznie sobie. Zwiększenie obrotu skutkowało obciążeniem powódki w większym zakresie, która zamiast być premiovana za zwiększenie sprzedaży do sieci sklepów, była de facto karana finansowo. Taka praktyka odwracała istotę premii, która ze swojej natury stanowi nagrodę należną stronie spełniającej świadczenie niepieniężne, które dla drugiej strony jest podstawą wypracowania określonego przychodu. Narusza istotę premii odwracanie tej prawidłowości, czyli przyznawanie bezpłatnej nagrody stronie odnoszącej korzyść ze świadczenia spełnionego przez drugą stronę, a tym bardziej obciążanie obowiązkiem zapłaty premii tej strony. Podkreślić także należy, iż pozwana jako właścicielka sieci sklepów była uprawniona do regulowania poziomu zamówień towarów, a w konsekwencji wartości premii pieniężnej. Świadczy to o dominującej pozycji apelującej jako właścicielki sieci oraz o wykorzystywaniu tej pozycji w stosunkach handlowych z powódką (por.: Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 20 grudnia 2011 r., I ACa 601/11, LEX nr 1143495).

Należy zwrócić uwagę również na to, że obowiązek zapłaty premii pieniężnej w wysokości 10 % i wyższej, został uzależniony od osiągnięcia bardzo niskiego - progu obrotu towarami między stronami (10.000 zł). Konstatacja ta, biorąc pod uwagę samą tylko wysokość pobranej przez pozwaną premii, stanowi istotny argument wspierający ocenę rzeczywistego charakteru premii pieniężnej. Dodatkowe świadczenie prawidłowo zostało nazwane premią, ponieważ nie nawiązuje do cen konkretnych, nabywanych przez pozwanego towarów. Cena to wartość wyrażona w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę, tymczasem dostawca ma zapłacić określony procent rocznych obrotów netto za przekroczenie obrotów towarów w wysokości 10.000 zł, co nie ma związku z cenami konkretnych produktów. U podstaw tej oceny legło również stwierdzenie, że obowiązek uiszczenia premii pieniężnej nie był przedmiotem negocjacji między stronami, lecz został powódce narzucony - stanowił warunek zawarcia umowy, co wynika z zeznań K. M..

Podobne zapatrywanie co do premii pieniężnej wyraził również Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 8 listopada 2013 r. w sprawie I CSK 46/13 (LEX nr 1399866), a Sąd Apelacyjny powyższy pogląd w pełni podziela.

Brak jest uzasadnienia dla potraktowania premii bądź premii okresowej jako rabat retroaktywny również dlatego, że strony w umowie wyodrębniły upust promocyjny i ceny promocyjne od premii (por.: pkt 2 i 3 ogólnych warunków do umowy handlowej z dnia 9 marca 2007 r. k 70 i z dnia 13 listopada 2007 r. k 87, porozumienie dotyczące upustów na fakturze k 86, art. 2 umowy z dnia 17 lutego 2009 r. o świadczenie usług marketingowych k 122), zatem zgodny zamiar stron nie pozwala na uznanie premii za rodzaj rabatu. Potwierdzają to zeznania K. M.: „Rabatu towaru dla (...) nie udzielaliśmy, premia pieniężna nie była rabatem, nigdy nie rozmawialiśmy, że to jest rabat, kupiec wskazywał, że jest to opłata niezbędna, aby podpisać umowę na kolejny rok.” (k 985). Premia ta była niezależna od wysokości obrotu (poza wyznaczeniem jego minimalnego poziomu), był to stały jego procent, zastrzeżono stałą jej wysokość już na etapie zawarcia umowy stron o współpracy handlowej, co również wyklucza uznanie jej za rabat potransakcyjny oraz za

element ceny. Jak wyżej wskazano, nie obniżała ceny jednostkowego produktu wraz ze wzrostem obrotów, nadto zaś została narzucona stronie powodowej z naruszeniem zasady swobody kontraktowania. Była odrębną wierzytelnością pozwanej w stosunku do powódki i tak była wykazywana w fakturach.

Premia została wprowadzona jako opłata należna w związku ze sprzedażą towarów sprzedawcy. Premiowaniem dodatkowymi świadczeniami pieniężnymi objęto zatem samo wprowadzenie towarów sprzedawcy (dostawcy) do sieci handlowej pozwanego. W umowach o współpracy sprecyzowano wprawdzie warunki przyznawania premii przez uzależnienie jej wypłaty od wielkości nabytych towarów, jednak zastrzeżenie to nie nadało omawianemu rozwiązaniu jakościowo odmiennego znaczenia. Ustalony jeden, skalkulowany na bardzo niskim poziomie próg obrotu rocznego (10 000 zł), przy skali współpracy handlowej stron, oznaczał obciążenie większości transakcji powódki. Skoro zarówno ceny jednostkowe, jak i ilości towarów nabywanych przez pozwaną były oznaczone w zamówieniach szczegółowych, w takim tylko zakresie dostarczane, to w praktyce nie istniał mechanizm premiowego zachęcania do zwiększania obrotów. W takim układzie współpracy trudno przypisać premii roli nagrody za osiągnięcie satysfakcjonującego dostawcą rezultatu, mierzonego stale wzrastającym poziomem zakupów.

Świadczenie pieniężne spełniane przez nabywcę na rzecz sprzedawcy nie może być uznawane za rabat, upust cenowy, jeżeli zostało nałożone na dostawcę bez ekwiwalentnego świadczenia ze strony nabywcy prowadzącego działalność polegającą na dalszej odsprzedaży towaru w ramach przedsiębiorstwa handlowego posiadającego liczną klientelę. Stanowi wówczas inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towaru dostawcy do sprzedaży prowadzonej przez nabywcę, uiszczenie takich opłat, obniżając marżę pobieraną przez dostawcę, ogranicza sprzedawcy dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (por.: wyrok Sądu Apelacyjnego z dnia 23 października 2013 r., I ACa 736/13, niepubl.).

Pozwana z tytułu premii pieniężnej wystawiała faktury powiększone o podatek od towarów i usług, a więc sama uznawała premię pieniężną za odpłatność za usługę. Sam fakt wprowadzenia do umowy dwóch całkowicie odmiennie ukształtowanych rozwiązań (premię pieniężną i upustów) dowodzi, że celem i zamiarem stron (art. 65 § 2 k.c.) nie mogło być wykreowanie dwóch instytucji, które miałyby ten sam cel i skutek. Brak bowiem logicznego, prawnego i gospodarczego uzasadnienia dla takiego postępowania. Tylko przy założeniu, że oba te mechanizmy miały innych charakter i miały służyć innym celom możliwe jest racjonalne wyjaśnienie wprowadzenia do umowy tego rodzaju postanowień.

Wynagrodzenie za usługi i premię pieniężną rozliczano w przyjętych okresach rozliczeniowych, od ogólnego obrotu, na podstawie faktury. W przypadku premii pieniężnych nie dochodziło więc, jak przy udzieleniu ewentualnych potransakcyjnych zniżek, do wystawienia przez powoda odpowiednich faktur korygujących. Powyższe może być wskazówką interpretacyjną co do stosowanych w praktyce gospodarczej pozwanego form kształtowania ceny (rabatów, bonifikat, upustów i.t.p.), które niezależnie od podobieństwa w sferze skutków ekonomicznych, były jednak traktowane inaczej niż premia pieniężna.

Trudno natomiast istotnego znaczenia upatrywać w różnym ujęciu dokumentacyjnym premii i wynagrodzeń za usługi. Są one przede wszystkim konsekwencją uregulowań podatkowych. W orzecznictwie administracyjnym prezentowany jest jednolity pogląd, że premie pieniężne otrzymywane za nabycie określonej ilości (wartości towaru) nie są wynagrodzeniem za świadczenie usługi, a wypłacenie takiej premii nie kreuje odrębnej od dostawy towaru czynności objętej podatkiem od towarów i usług (por. wyroki Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia: 6 lutego 2007 r., I FSK 94/06, ONSAiWSA 2007/6/153; 10 czerwca 2008 r., I FSK 707/07, Monitor Podatkowy 2008/11/31; 5 grudnia 2008 r., I FSK 1527/07; 23 września 2008 r., I FSK 998/08; 26 lutego 2009 r., I FSK 1067/08; 17 lutego 2010 r., I FSK 2137/08; 8 kwietnia 2010 r., I FSK 308/09; 11 czerwca 2010 r., I FSK 972/09 - dostępne w bazie internetowej orzeczeń NSA). W sytuacji, gdy rozważana premia nie jest odpłatnością za usługę, fakt jej wypłaty nabywcy towaru jest obojętny z punktu widzenia podatku od towarów i usług, nie wymaga też wystawienia faktury VAT. Fakt, że z premiowaniem nie łączy się świadczenie określonych usług na rzecz sprzedawcy (dostawcy), nie przesądza charakteru premii w płaszczyźnie stosunków cywilnoprawnych. Tak szeroko akcentowany w toku postępowania pogląd Naczelnego Sądu Administracyjnego, zrównujący premie z bonusami i rabatami, został wyrażony na gruncie przepisów podatkowych i

nie przekreśla możliwości uznania praktyki pobierania opłat premiowych za niedopuszczalną w rozumieniu przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Cena zawiera ona w sobie: wartość rzeczy, zysk sprzedawcy oraz koszty sprzedaży po jego stronie (por. W.J. Katner w: „System prawa prywatnego” t. 7, str. 46). Czynnikiem cenotwórczym nie mogą być zatem zdarzenia, które nie budują w/w elementów i dotyczą w istocie relacji kupującego z dalszymi nabywcami rzeczy. Z punktu widzenia ceny w stosunkach stron sporu nie jest więc ważna kwestia ukształtowania wysokości marży handlowej, która jest czynnikiem następczym i występującym po stronie pozwanego (tak też: wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 19 czerwca 2013 r., I ACa 1549/12, niepubl.).

W myśl art. 536 § 1 k.c. strony mogą w umowie ustalić cenę poprzez wskazanie jej podstaw. Muszą to być jednak podstawy jednoznaczne, stanowcze i stabilne; sprzedawca nie może bowiem pozostawać w niepewności jaką cenę ostatecznie uzyska. Poza tym kryteria ustalenia ceny muszą być wynikiem zgodnej woli obydwu stron umowy sprzedaży, nie mogą być narzucone przez jedną ze stron jako warunek nawiązania i prowadzenia współpracy. Również więc z tego względu premię należy zakwalifikować jako niedopuszczalną w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. opłatę za dopuszczenie towaru do sprzedaży.

Zarzut naruszenia art. 547 k.c. jest chybiony. Zgodnie z jego treścią jeżeli ani z umowy, ani z zarządzeń określających cenę nie wynika, kogo obciążają koszty wydania i odebrania rzeczy, sprzedawca ponosi koszty wydania, w szczególności koszty zmierzenia lub zważenia, opakowania, ubezpieczenia za czas przewozu i koszty przesłania rzeczy, a koszty odebrania ponosi kupujący. Jeżeli rzecz ma być przesłana do miejsca, które nie jest miejscem spełnienia świadczenia, koszty ubezpieczenia i przesłania ponosi kupujący. Koszty niewymienione w paragrafach poprzedzających ponoszą obie strony po połowie. Pozwana próbuje z faktu dyspozytywności powyższej normy prawnej wywieść wnioski co do dopuszczalności opłat logistycznych pobieranych za możliwość dostarczania przez powódkę towarów do magazynu centralnego pozwanej. Stanowisko to jest chybione. Po pierwsze pozwana nie zakwestionowała ustalenia, że również ta opłata została powódce narzucona. Zatem brak jest podstaw do przyjęcia, że wolą powódki było odmienne uregulowanie kwestii kosztów przesłania i wydania towaru niż wynika to z zasady określonej w art. 547 k.c., zwłaszcza że zgodnie z art. 454 § 1 k.c. jeżeli miejsce spełnienia świadczenia nie jest oznaczone ani nie wynika z właściwości zobowiązania, świadczenie powinno być spełnione w miejscu, gdzie w chwili powstania zobowiązania dłużnik miał zamieszkanie lub siedzibę. Zatem co do zasady na powódkę nie spoczywał obowiązek dostarczania towarów do poszczególnych sklepów pozwanej. Przepis art. 547 k.c. wprowadza bowiem regułę, według której koszty przesłania ponosi sprzedawca, ale tylko wówczas, gdy miejsce przeznaczenia przesyłanego towaru jest zarazem miejscem spełnienia świadczenia przez sprzedawcę. Sprzedawca nie może więc być obciążony kosztami związanymi z towarem po jego wydaniu i odebraniu przez kupującego, w tym kosztami związanymi z magazynowaniem, segregowaniem i rozwożeniem towarów do sklepów pozwanej, które ostatecznie nie były miejscem spełnienia świadczenia (por.: wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 20 lutego 2009 r., I ACa 65/09, LEX nr 516544).

Art. 547 k.c. ma zastosowanie do kosztów związanych z wykonaniem umowy sprzedaży, tymczasem pozwana pobierała opłaty za przechowywanie i rozwożenie towaru stanowiącego już jej własność do własnych sklepów na terenie kraju. Powódka i tak dostarczała towary do miejsca wskazanego przez pozwaną, a twierdzenie pozwanej, iż dostarczanie ich do jednego punktu było dla powódki korzystniejsze, pozostało gołosłowne, choć w przypadku narzucenia opłat ciężar wykazania tej okoliczności spoczywał na pozwanej.

W myśl art. 548 k.c. z chwilą wydania rzeczy sprzedanej przechodzą na kupującego korzyści i ciężary związane z rzeczą oraz niebezpieczeństwo przypadkowej utraty lub uszkodzenia rzeczy. Jeżeli strony zastrzegły inną chwilę przejścia korzyści i ciężarów, poczytuje się w razie wątpliwości, że niebezpieczeństwo przypadkowej utraty lub uszkodzenia rzeczy przechodzi na kupującego z tą samą chwilą. Rację ma powódka, wskazując, że strony nie przewidziały w umowach innej chwili przejścia korzyści i ciężarów, nadto sposób uregulowania w nich opłat logistycznych wyklucza powiązanie ich z jakimikolwiek świadczeniami pozwanej na rzecz powódki. Opłaty te zależne były wyłącznie od wartości towaru, nie zaś od jego ilości i rodzaju, pobierano je w formie stałego procentu od obrotu, bez jakiegokolwiek

powiązania z koniecznymi kosztami przechowania przyjętych do magazynu towarów, ich przepakowania i transportu. Ten ostatni zależał wszak od odległości czy masy przewożonych towarów. Jeśli przy tym przewóz obejmował towary również innych dostawców, koszty przypadające na poszczególne osoby powinny być stosunkowo niższe. Zatem wprowadzenie przez pozwaną centralnego magazynu przynosiło korzyści wyłącznie jej. Brak jest podstaw, aby koszty funkcjonowania systemu logistycznego, który strona pozwana stworzyła dla własnych potrzeb, pokrywali dostawcy. Centralne zaopatrzenie pozwala na bardziej racjonalne dokonywanie zaopatrzenia sieci sklepów, tu koncentruje się wiedza co do stanu zapasów i stanu potrzeb w poszczególnych punktach handlowych. Jeżeli nawet z powyższym łączyły się również pewne ułatwienia lub oszczędności dla powódki, to przy wskazanych ustaleniach umownych była to prosta konsekwencja dokonanej przez pozwanego wyboru miejsca spełnienia świadczenia (por.: wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 12 marca 2013r., sygn. akt I ACa 1119/12, LEX nr 1298988).

Pozwana nie wskazała też, jaką korzyść powódka odnosiła, korzystając z systemu scentralizowanej płatności czy przekazywania faktur i innych danych w formie elektronicznej. Na powódce spoczywał i tak - z mocy przepisów podatkowych - obowiązek sporządzania faktur. Wymiana informacji i przesyłanie faktur drogą elektroniczną to przy obecnym stanie techniki rozwiązanie powszechne i nie sposób wywieść z niego korzyści dla powódki uzasadniających pobieranie od niej za powyższe wynagrodzenia. Także możliwość kierowania faktur do jednego punktu księgowego to rozwiązanie ważne głównie dla pozwanej, prowadzącej na szeroką skalę działalność gospodarczą w wielu różnych miejscach. Brak jest przy tym jakiegokolwiek uzasadnienia czy to faktycznego, czy prawnego, dla wystawiania przez powódkę faktur na rzecz poszczególnych sklepów pozwanej, a nie na rzecz pozwanej, z którą (a nie z konkretnymi sklepami) powódka zawarła umowę. Nadto obciążenie dostawcy opłatami za korzystanie z w/w mechanizmu rozliczeń wymagałoby powiązania opłat z kosztami utrzymania systemu. Tymczasem koszty opłat oznaczono niezależnie od sposobu i zakresu korzystania z systemu.

Co do tzw. dodatkowych usług, polegających na testowaniu towarów, niewątpliwie o ile miało ono miejsce, służyło wyłącznie interesom pozwanej jako właściciela tychże towarów. Usługi tzw. „pośrednictwa” nie przynosiły powódce żadnych wymiernych korzyści i w świetle materiału dowodowego miały charakter wyłącznie fikcyjny – pozwana nawet nie próbowała dowodzić, że było inaczej.

Reasumując: brak jest dostatecznych argumentów pozwalających na stwierdzenie, iż wymienione usługi miały na celu także poprawienie sytuacji dostawcy. Nadto zaś – jak wyżej wskazano - pozwana nie przedstawiła jakichkolwiek dowodów, że w ramach usług podjęła konkretne działania i jakie to były czynności.

Tym samym trafny jest wniosek Sądu Okręgowego, że strona pozwana nie wykazała, aby pobrane od powódki opłaty były zasadne i wynikające z faktycznie świadczonych przez pozwanego usług.

Podniesione przez skarżącego zarzuty naruszenia prawa materialnego dotyczące ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji stanowią wyłącznie polemikę z przesądzonym już w doktrynie i judykaturze stanowiskiem, iż art. 15 ust. 1 u.z.n.k. został tak sformułowany, że czyny wymienione w punktach od 1 do 5 stanowią egzemplifikację „utrudniania dostępu do rynku”. Przeciwnie do argumentów pozwanej, samo założenie poczynione przez ustawodawcę, wielokrotnie będące przedmiotem oceny sądownictwa powszechnego, inkorporuje w sobie domniemanie, że zaistnienie i wykazanie w procesie opisanych zdarzeń, stanowi o utrudnianiu dostępu do rynku (np. wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 13 października 2010 r., I ACa 707/10, LEX nr 756710 oraz wyroki Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 15 marca 2011 r., I ACa 1162/10, LEX nr 1171440, z dnia 28 października 2011 r., VI ACa 392/11, LEX nr 1102649 i z dnia 25 listopada 2011 r., I ACa 465/11, LEX nr 1143494). Wykładnia art. 15 ust. 1 ustawy, która nie nakłada na powódkę obowiązku wykazywania innych przejawów utrudniania dostępu do rynku niż pobieranie za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat, które nie stanowią marży handlowej, jest zgodna z utrwaloną linią orzecznictwem. Zauważyć należy, że przyczynę wprowadzenia do polskiego ustawodawstwa przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. stanowiło spostrzeżenie, że wielkie sieci handlowe dysponują tak dużym potencjałem ekonomicznym i w konsekwencji przewagą kontraktową, że są w stanie narzucić sprzedawcom (dostawcom) towarów niekorzystne dla tych ostatnich postanowienia umowne, nakładające dodatkowe świadczenia pieniężne, nie znajdujące żadnego

uzasadnienia w łączącym strony stosunku prawnym polegającym na sprzedaży (dostawie) towarów (tak: T. Skoczny „Komentarz do art. 15 ZNKU”, Nb 76-77 [w:] „Komentarz ZNKU”, pod red. J. Szwaji, Warszawa 2006).

Dla oceny, czy świadczenia pieniężne uiszczane przez dostawcę mają charakter niedozwolonych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, w rozumieniu przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., nie mają decydującego znaczenia zarówno forma zastrzeżenia tego rodzaju świadczeń, jak i użyte dla ich określenia nazewnictwo. W typowej umowie sprzedaży (dostawy) do obowiązków sprzedawcy (dostawcy), należą wyłącznie świadczenia o charakterze niepieniężnym, tzn. przeniesienie na rzecz kupującego (odbiorcy) własności i posiadania rzeczy, natomiast obowiązek świadczenia pieniężnego, czyli zapłaty ceny, obciąża kupującego (art. 535 k.c., art. 605 k.c.). Jeżeli zatem na sprzedawcę, również w formie tzw. umów promocyjnych, zostają nałożone obowiązki dodatkowych świadczeń pieniężnych, należy domniemywać, że w ten sposób uiszczana jest w rzeczywistości zabroniona opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży. Sprzedająca powódka korzysta w tym przypadku z ułatwienia dowodowego w wykazywaniu popełnienia przez kupującego czynu niedozwolonej konkurencji, o jakim mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Wystarczające będzie wykazanie przez nią, że poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży, uiszczala na rzecz kupującego dodatkowe należności w pieniądzu (tzw. dowód *prima facie*), co powódka skutecznie uczyniła. Pozwana mogła się od odpowiedzialności uwolnić, wykazując, iż pobrane opłaty były w istocie wynagrodzeniem za świadczone przez nią na rzecz powódki usługi. Nie ma więc racji pozwana, wywodząc, że to na powódce spoczywał ciężar wykazania utrudnienia jej dostępu do rynku.

Powódka wykazała nawet ponad zobowiązanie ustawowe, iż zapisy umowy dotyczące świadczenia przez pozwaną usług opisanych w pozwie zostały jej narzucone (vide: zeznania K. M. niezakwestionowane w tej części w apelacji). Nie zostały one przez nią przyjęte dobrowolnie w ramach negocjacji warunków współpracy handlowej na dany rok. Ich zaakceptowanie warunkowało kooperację stron, wykluczając tym samym regułę swobody kontraktowej. Takie zachowanie strony pozwanej, która wykorzystując swoją naturalną przewagę rynkową, narzuciła sprzedawcy niekorzystne dla niego warunki umowy, naruszało dobre obyczaje handlowe (tak też Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 26 stycznia 2006 r., II CK 378/05, Wokanda 2006/6/8). W okolicznościach sprawy zasadnym jest stwierdzenie, że powódka nie miała praktycznie wpływu na treść zawieranych kontraktów, w szczególności nie miała realnych możliwości rezygnacji z usług dodatkowych proponowanych przez kupca, ubocznych w stosunku do umowy sprzedaży. Naruszono podstawowe zasady kontraktowania, co przekłada się na charakter opłat objętych pozwem w niniejszej sprawie. Fakt, iż powódka, współpracując z pozwaną, mogła zaoferować konsumentom większą ilość towaru, aniżeli w sprzedaży poza sklepami wielkopowierzchniowymi, sam w sobie nie może uzasadniać obciążania jej dodatkowymi opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży innymi niż ustalona marża handlowa.

Przepis art. 18 u.z.n.k., zawiera dokładnie określony katalog roszczeń przysługujących pokrzywdzonemu przedsiębiorcy i stanowi regulację szczególną w stosunku do przepisów kodeksu cywilnego. Jeżeli w tym przepisie, a także w innych przepisach rozdziału trzeciego tej ustawy zawarto katalog środków służących ochronie przed skutkami działań nieuczciwej konkurencji, to likwidacja tych skutków powinna następować również według tej regulacji. Odesłanie w art. 18 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. do zasad ogólnych dotyczy ogólnych zasad odpowiedzialności odszkodowawczej, takich jak wykazanie powstania i wysokości szkody, związku przyczynowego. Deliktem jest tu czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu ustawy, a sąd zwolniony jest już z rozważań czy taki czyn jest bezprawny. Wykładnia celowościowa przepisu art. 18 ust. 1 pkt 5 przemawia za możliwością pozbawienia podmiotu popełniającego czyn nieuczciwej konkurencji uzyskanych z tego tytułu korzyści, bez potrzeby poszukiwania jakichś innych, ogólnych rozwiązań. Przepis zawiera jedynie odesłanie do „zasad ogólnych” dotyczących bezpodstawnego wzbogacenia (tj. istnienie przesunięcia majątkowego, okoliczności wyłączające zwrot bezpodstawnie uzyskanych korzyści etc.). Fakt popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji zastępuje przesłankę braku podstawy prawnej, o której mowa w art. 405 k.c. Gdy chodzi zaś o badanie, czy uzyskujący korzyść jest nadal wzbogacony, rozważenia wymaga jedynie, czy istniał po jego stronie obowiązek liczenia się z obowiązkiem zwrotu korzyści (art. 409 k.c. *in fine*) (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 25 listopada 2011 r., I ACa 465/11, LEX nr 1143494).

Nadto uwzględniając realia na rynku gospodarczym i konkurencję pomiędzy dostawcami, należy założyć, że pozwana znalazłaby innych kontrahentów. Powódka zaś, chcąc utrzymać się na rynku, zmuszona była do przyjęcia narzuconych

mu zasad. Skarżąca wprawdzie nie monopolizuje rynku, ale z uwagi na szeroki zakres działalności (duża liczba sklepów wielkopowierzchniowych) należy do niej istotny segment sprzedaży towarów oferowanych przez powódkę, zatem działania pozwanej polegające na obciążaniu powódki opisanymi wyżej opłatami utrudniają jej dostęp do rynku. Znamienne jest, że pozwana nie wykazała, że współpracowała z dostawcami, którzy mieli zawarte umowy z pominięciem analizowanych opłat, jak również, że dla powódki zbycie towarów w ustalonych warunkach umownych było bardziej opłacalne ekonomicznie niż zbycie ich innym przedsiębiorcom przy stworzeniu samodzielnej akcji dystrybucyjno – marketingowej. Próba obciążenia powódki dowodem okoliczności przeciwnej jest nieskuteczna wobec ustanowienia w art. 15 ust. 4 u.z.n.k. domniemania, ale obalalnego przez stronę pozwaną.

Analiza porozumień umownych złożonych przez strony wskazuje na ich dużą lakoniczność odnośnie świadczeń pozwanej, za które pobierała dodatkowe opłaty. Nie było to wynagrodzenie za konkretne czynności, zależne od zakresu, ilości, czasu trwania usługi, ale liczone jako procent od osiągniętego obrotu. Zapisy umowne bardzo skrótowo i ogólnikowo formułowały przedmiot samej usługi, co ograniczało możliwość skonkretyzowania obowiązków pozwanej. W istocie wyłącznie jedna strona została obciążona obowiązkiem dodatkowego premiowania drugiej za rozwój wzajemnych relacji handlowych. Zachwianie równowagi ekonomicznej jest oczywiste.

Ogólnikowość postanowień umownych sprawia, że powódka nie miała realnej szansy decydowania o przedmiocie usługi i jej rozmiarze, kontrolowania jej wykonania czy sposobu rozliczenia.

Przyjmując, iż obie strony uzyskiwały zysk we wzajemnych relacjach handlowych, który zależał wprost proporcjonalnie od wysokości obrotów, nakładanie tylko na jedną ze stron stosunku zobowiązaniowego obowiązku dodatkowego premiowania strony przeciwnej, należy uznać za działanie utrudniające dostęp do rynku, poprzez nakładanie nieuzasadnionych w mechanizmie konkurencji opłat, co prowadzi do naruszenia interesu ekonomicznego dostawcy. Obciążanie zatem dostawców kosztami usługi tak ustalonymi jest zakazane w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. (por. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z dnia z dnia 3 lutego 2012 r., I ACa 1363/1, LEX nr 1171389).

Nie zasługuje na podzielenie również zarzut naruszenia art. 3 ust. 1 u.z.n.k., zgodnie z którym czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Definicja ta jest określana w doktrynie i orzecznictwie jako klauzula generalna czynu nieuczciwej konkurencji.

W orzecznictwie i doktrynie funkcjonują dwa przeciwstawne poglądy dotyczące pojęcia czynu nieuczciwej konkurencji. Ich wyróżnienie opiera się na ustaleniu wzajemnego stosunku pomiędzy pojęciem czynu nieuczciwej konkurencji z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. (klauzula generalna czynu nieuczciwej konkurencji) a wyspecyfikowanymi, nazwanymi czynami nieuczciwej konkurencji z części szczególnej (art. 5 - 17e u.z.n.k.). Zgodnie z pierwszym stanowiskiem, jeżeli czyn sprawcy deliktu nieuczciwej konkurencji wyczerpuje znamiona któregoś z czynów nieuczciwej konkurencji wyszczególnionych w rozdziale 2 ustawy, to wykluczone jest sięganie do klauzuli generalnej z art. 3 u.z.n.k., gdyż w przepisach szczególnych typizujących zachowania uznawane za czyny nieuczciwej konkurencji ustawodawca dał już wyraz swoim preferencjom aksjologicznym, zawierając w ich treści podstawowe elementy i normatywne wyznaczniki definicji tych czynów (por.: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 7 marca 1997 r., II CKN 70/96, OSNC 1997, nr 8, poz. 113). Pogląd taki jest w doktrynie poglądem odosobnionym (por.: np. A. Walaszek-Pyziół, W. Pyziół „Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia)” PPH 1994, nr 10, s. 3).

Zwolennicy stanowiska przeciwnego w stosunku do wyżej zaprezentowanego zakładają natomiast, że klauzula generalna oprócz funkcji uzupełniającej spełnia także funkcję korygującą względem innych przepisów (art. 5 - 17e u.z.n.k.). Jeśli określone zachowanie nie mieści się w hipotezie żadnego przepisu szczegółowego, powstaje potrzeba dokonania jego oceny w świetle klauzuli generalnej czynu nieuczciwej konkurencji z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Wiąże się to z koniecznością identyfikacji i określenia m.in. treści pojęć niedookreślonych, które kształtują strukturę klauzuli generalnej oraz dopełniają jej treść.

Klauzula generalna wskazuje te cechy, celowo wyrażone w sposób nieostry, które pozwalają wyodrębnić zachowania interesujące z punktu widzenia celu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, wynikającego z jej art. 1

(„zapobiegania i zwalczania nieuczciwej konkurencji w działalności gospodarczej, w szczególności produkcji przemysłowej i rolnej, budownictwie, handlu i usługach - w interesie publicznym, przedsiębiorców oraz klientów”). Z tych m.in. względów nie sposób oddzielać treści art. 5 - 17e u.z.n.k. od klauzuli generalnej zawartej w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. W każdym zatem przypadku, także przy stosowaniu przepisów rozdziału 2u.z.n.k., niezbędna jest czytelna identyfikacja ogólnych przesłanek odpowiedzialności za czyn nieuczciwej konkurencji. (tak: A. Mioduszewski „Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz” pod red. A. Zdyba, LEX 2011).

Idąc za tym drugim stanowiskiem, stwierdzić trzeba, że zachowanie pozwanej spełnia przesłanki z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Naruszenie prawa skutkuje również naruszeniem dobrych obyczajów, a przede wszystkim rzetelności kupieckiej. Sprzeczne z nią jest wykorzystywanie swojej dominującej pozycji na rynku, narzucanie kontrahentowi zapisów umownych, nakładanie na niego świadczeń, którym nie odpowiadają ekwiwalentne świadczenia własne. Nie ma racji pozwana, kwestionując naruszenie interesu powódki poprzez czyny zakwalifikowane przez Sąd I instancji jako czyny nieuczciwej konkurencji. Opisane wyżej utrudnianie powódce dostępu do rynku w sposób oczywisty narusza jej interes, a narzucanie jej wyżej wymienionych opłat obniża przewidywane przez nią przychody z prowadzonej działalności.

Z tych względów Sąd Apelacyjny orzekł jak w sentencji wyroku na mocy art. 385 k.p.c. i art. 98 § 1 i 3 k.p.c. W skład wynagrodzenia należnego powódce weszło wynagrodzenie jej pełnomocnika procesowego w kwocie 5 400 zł obliczone zgodnie z § 6 pkt 7 w związku z § 12 ust. 1 pkt 2 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.