

***Sygn. akt I ACa 457/15***

## WYROK

### W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 16 grudnia 2015 r.

***Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:***

Przewodniczący: SSA Ewa Kaniok (spr.)

Sędziowie: SA Zbigniew Stefan Cendrowski

SO (del.) Beata. Byszewska

Protokolant: referent - stażysta Joanna Mikulska

po rozpoznaniu w dniu 16 grudnia 2015 r. w Warszawie na rozprawie

sprawy z powództwa O. Sp. z o.o. w R.

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 18 grudnia 2014 r.

sygn. akt XVI GC 640/11

**I. *oddala apelację;***

**II. *zasądza od (...) Sp. z o.o. w W. na rzecz O. Sp. z o.o. w R. kwotę 5400 zł (pięć tysięcy czterysta złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym.***

Zbigniew Stefan Cendrowski Ewa Kaniok Beata Byszewska

***Sygn. akt I ACa 457/15***

## UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 15 marca 2012 powód, O. spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w R., wniosła o zasądzenie od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W., kwoty 216.268,59 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od:

- Kwoty 38.476,52 zł od dnia 08 kwietnia 2009 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 1.472,15 zł od dnia 08 kwietnia 2009 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 42.474,56 zł od dnia 08 lipca 2009 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 1.538,59 zł od dnia 08 lipca 2009 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 12.962,50 zł od dnia 01 sierpnia 2009 r. do dnia zapłaty;

- Kwoty 12.962,50 zł od dnia 23 września 2009 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 56.699,88 zł od dnia 08 października 2009 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 1.598,57 od dnia 08 października 2009 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 1.426,20 zł od dnia 08 stycznia 2010 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 46.521,15 zł od dnia 08 stycznia 2010 r. do dnia zapłaty;
- Kwoty 135,97 zł od dnia 02 marca 2010 r. do dnia zapłaty;

a także o zasądzenie kosztów procesu.

W uzasadnieniu wskazała, że z pozwaną łączyła go umowa o współpracy handlowej w zakresie sprzedaży i dostawy towarów do marketów należący do sieci O.. W okresie od 01 stycznia 2009 r. do 12 grudnia 2009 r. pozwana zamówiła u powódki towary jej produkcji na łączną kwotę 2.048.814,02 zł brutto i jednocześnie podjęła działania mające na celu obciążenie powódki opłatami za rzekomo świadczone na jej rzecz usługi i dążyła do ich jednostronnego skompensowania z wierzytelnościami powódki.

Działająca w imieniu pozwanej spółka (...) systemowa sp. z o.o. przesłała powódce wystawione przez pozwaną faktury VAT: nr (...) na kwotę 38.476,52 zł brutto, nr (...) na kwotę 42.474,56 zł brutto, nr (...) na kwotę 56.699,88 zł brutto, nr (...) na kwotę 46.657,12 zł brutto, dokumentujące opłaty za rzekomo świadczone usługi intensyfikacji sprzedaży a także faktury VAT: nr (...) z dnia 07 kwietnia 2009 r. na kwotę 1.472,15 zł; nr (...) z dnia 07 lipca 2009 r. na kwotę 1.538,59 zł; nr (...) z dnia 07 października 2009 r. na kwotę 1.598,57 zł; nr (...) z dnia 07 stycznia 2010 r. na kwotę 1.426,20 zł dokumentujące opłaty za rzekomo świadczone usługi marketingowego wspierania sprzedaży.

Nadto, wskutek wystawienia faktury korygującej VAT nr KOR (...) z dnia 01 marca 2010 r., pozwana potrąciła dodatkowo kwotę 135,97 zł. Wskutek dokonanych potrąceń uzyskała kwotę 184.308,08 zł za rzekomo świadczone przez pozwanego usługi intensyfikacji sprzedaży.

Pozwana wystawiła także faktury z tytułu usług marketingowego wspierania sprzedaży. Wskutek dokonanych następnie potrąceń uzyskała kwotę 6.035,51 zł.

Potrącenia z tytułu umowy o udziale w (...) z dnia 02.07.2009 r., wyniosły kwotę 12.962,50 zł zaś potrącenia z tytułu umowy o udziale w (...) z dnia 01.09.2009 r. wyniosły 12.962,50 zł.

W 2009 r. w wyniku dokonanych potrąceń pozwana pobrała od powódki kwotę 216.268,59 zł

Pozwana wniosła o oddalenie powództwa i zasądzenie kosztów procesu. Podkreśliła, że nie uzależniała sprzedaży towarów powódki od zawarcia i kontynuowania umowy o świadczenie usług oraz umowy o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży a także umów o udział w katalogach. Podkreśliła, że świadczone przez nią usługi mogły być wykonywane na rzecz powódki, także wtedy, kiedy towary stanowiły już własność pozwanej.

**Wyrokiem z dnia 18 grudnia 2014 r. Sąd Okręgowy w Warszawie** w punkcie pierwszym zasądził od (...) Sp. z o.o. z siedzibą w W. na rzecz O. Sp. z o.o. z siedzibą w R. kwotę 216 268,59zł z ustawowymi odsetkami od kwot: 38 476,52 zł od 08.04.2009 r., od 1472,15 zł od 08.04.2009 r., od 42 474,56 zł od 08.07.2009 r., od 1538,59 zł od 08.07.2009 r., od 12 962,50 zł od 01.08.2009 r., od 12 962,50 zł od 23.09.2009 r., od 56 699,88 zł od 08.10.2009 r., od 1598,57 zł od 08.10.2009 r., od 1426,20 zł od 08.01.2010 r., od 46 521,15 zł od 08.01.2010 r., od 135,97 zł od 02.03.2010 r., zł do dnia zapłaty każdej z kwot; w punkcie drugim nakazał pobrać od pozwanej na rzecz powódki 27 001 zł tytułem zwrotu kosztów procesu.

Sąd Okręgowy ustalił, że w dniu 01 stycznia 2009 r. O. spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w R. jako sprzedawca zawarła z (...) Budowlany Spółką z ograniczoną odpowiedzialnością w W. a także z (...) spółką z ograniczoną odpowiedzialnością w W. oraz (...) Spółką z ograniczoną odpowiedzialnością jako kupującymi, umowę o współpracy handlowej, której przedmiotem było określenie zasad współpracy pomiędzy stronami w zakresie sprzedaży i dostawy towarów powódki do sklepów należących do sieci O..

W dniu 08 maja 2009 r. pomiędzy powódką jako zleceniodawcą a pozwaną jako zleceniobiorcą oraz (...) spółką z ograniczoną odpowiedzialnością w W. oraz (...) Spółką z ograniczoną odpowiedzialnością została zawarta umowa o świadczenie usług zgodnie, z którą w celu intensyfikacji sprzedaży i dążenia do zwiększenia sprzedaży innymi jeszcze sposobami, w tym między innymi działaniami przy użyciu narzędzi marketingowych, strony mogły zawrzeć umowę o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży. Zgodnie z postanowieniami umowy zleceniobiorcy zobowiązują się świadczyć na rzecz zleceniodawcy usługi intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od zleceniodawcy, a zleceniodawca zobowiązuje się do zapłaty zleceniobiorcom wynagrodzenia za świadczenie usług obliczanego jako % od obrotu. Wynagrodzenie za świadczenie usług objętych powyższą umową zostało ustalone na podstawie obrotu osiągniętego od początku roku kalendarzowego do ostatniego dnia miesiąca danego okresu rozliczeniowego według danych z systemu O. rejestrującego przyjęcie towarów zleceniodawcy w marketach zleceniobiorców, przy czym wysokość wynagrodzenia za dany okres rozliczeniowy miała zostać skorygowana o wysokość wynagrodzenia zafakturowanego przez zleceniobiorcę za poprzednie okresy rozliczeniowe. Zgodnie z umową, stawka wynagrodzenia obliczana dla łącznego obrotu między zleceniodawcą a zleceniobiorcami wynosi: przy łącznym obrocie od 0 zł do 4 mln – 9%, przy łącznym obrocie powyżej 4 mln zł – 10% (§1 oraz 2 ust. 1- 4 umowy). Formą rozliczenia wynagrodzenia z tytułu świadczenia usług objętych umową miało być potrącenie wierzytelności pozwanej z tytułu świadczenia usług z wierzytelnościami powódki z tytułu współpracy handlowej (§ 3 ust. 2 umowy).

Tego samego dnia (tj. 08 maja 2009 r.) strony zawarły umowę o świadczenie usług na podstawie, której pozwana zobowiązała się do świadczenia usługi intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od powódki, a powódka zobowiązała się do zapłaty wynagrodzenia ustalanego jako kwota stała według zasad opisanych w umowie. Łączna wartość wynagrodzenia za świadczone usługi wynosiła 10.000 zł tj. 2500 zł za każdy okres rozliczeniowy w danym roku kalendarzowym, przy czym okresem rozliczeniowym jest każdy kwartał w danym roku kalendarzowym. Wynagrodzenie miało zostać zapłacone przez zleceniodawcę każdemu ze zleceniobiorców w kwocie odpowiadającej udziałowi każdego ze zleceniobiorców w łącznych obrotach ze zleceniodawcą. Usługi świadczone na podstawie wskazanej umowy miały obejmować m.in. prowadzenie akcji internetowej Towarów Zleceniodawcy przy użyciu radia, telewizji jak i innych środków masowego przekazu informacji, umieszczanie towarów zleceniodawcy w ulotkach, gazetkach zleceniobiorców informujących o produktach dostępnych w sklepach zleceniobiorców, prowadzenie akcji promocyjno-reklamowych skierowanych do poszczególnych jednorodzajowych grup klientów, w celu zapoznania klientów z towarami, dostarczonymi przez zleceniodawcę jak i zachęcania klientów do kupna tych towarów, przygotowywanie i rozdawanie klientom naklejek, baloników, breloczków jak i innych gadżetów z logo zleceniodawcy, świadczenie usług informacyjno-doradczych skierowanych do klientów, których celem jest efektywniejsze i pełniejsze udzielanie informacji na temat użyteczności, właściwości i parametrów technicznych oraz jakościowych towarów zleceniodawcy. Formą rozliczenia wynagrodzenia z tytułu świadczenia przez pozwaną usług objętych umową miało być potrącenie wierzytelności pozwanej z tytułu świadczenia tych usług z wierzytelnościami powódki z tytułu współpracy handlowej (§3 ust. 2 umowy). W przypadku braku wierzytelności powódki, z którymi pozwana mogłaby dokonać potrącenia swoich wierzytelności z tytułu wynagrodzenia za usługi, powódka była zobowiązana do zapłaty należnej kwoty na rachunek bankowy wskazany w fakturach wystawionych przez pozwaną.

W dniu 02 lipca 2009 r. zostało zaakceptowane przez powódkę pisemne porozumienie w sprawie rozliczenia udziału w (...). Jako wartość usługi wskazana została kwota 20.000,00 zł, na którą miały zostać wystawione faktury – przez pozwaną na kwotę 10.625,00 zł a przez (...) Budowlany sp. z o.o. na kwotę 9.375,00 zł. (punkt 2 umowy). Rozliczenie miało nastąpić przez wzajemną kompensatę zobowiązań i należności (punkt 4 umowy).

W dniu 01 września 2009 r. zostało zaakceptowane przez powódkę pisemne porozumienie w sprawie rozliczenia udziału w (...). Jako wartość usługi wskazana została kwota 20.000,00 zł, na którą miały zostać wystawione faktury – przez pozwaną na kwotę 10.625,00 zł a przez (...) Budowlany sp. z o.o. na kwotę 9.375,00 zł. (§ 1 pkt a) umowy). Rozliczenie miało nastąpić przez wzajemną kompensatę zobowiązań i należności (§ 2 umowy).

W trakcie spotkań przedstawicieli stron, na których omawiane były zasady współpracy powódce został przedstawiony do podpisania gotowy wzorzec umowy bez możliwości negocjacji zakresu świadczonych usług i bonusów. Brak zgody powódki na zawarcie tych umów wiązałyby się z zakończeniem bądź też znaczącym ograniczeniem współpracy. Powódka wyrażała zgodę na zawieranie umów o świadczenie usług, gdyż zależało jej na dalszej współpracy.

W okresie od 01.01.2009 r. do 31.12.2009 r. pozwana zamówiła u powódki towary na łączną kwotę 2.048.814,02 zł brutto. Powódka dostarczyła towary zgodnie z treścią zamówień, a następnie wystawiła faktury VAT na łączną kwotę 2.048.814,02 zł

Powódka dostarczała pozwanej produkty stolarki otworowej, której jest producentem w postaci m.in. schodów składanych, schodów młynarskich, drzwi zewnętrznych, barierek oraz okien dachowych.

W okresie współpracy pozwana organizowała akcje promocyjne, w ramach których – umieszczała zdjęcia produktów powódki w gazetkach reklamowych. W gazetkach nie zawsze zamieszczano logo firmy powodowej spółki.

Pracownicy powódki dokonywali nieodpłatnie budowy ekspozycji w sklepach pozwanej.

W okresie współpracy pozwana nie przesłała powódce raportów, analiz, ani wyników sprzedaży, z których wynikałoby, że świadczy na jej rzecz jakiegokolwiek usługi.

Pozwana obciążała powódkę fakturami, które opiewały na należności z tytułu usług zdefiniowanych w umowie o świadczenie usług z dnia 08 maja 2009 r., umowie o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży z dnia 08 maja 2009 r., umowie o udziale w (...) z dnia 02 lipca (...). oraz umowie o udziale w (...) z dnia 01 września 2009 r. Zapłata tych należności następowała w ten sposób, iż pozwana potrącała je z należnych powódce płatności z tytułu ceny za sprzedaż towaru.

Łączny koszt poniesionych przez powódkę opłat w 2009 r. wyniósł 216.268,59 zł. Na powyższą kwotę składały się następujące należności:

- kwota 12.962,50 zł z tytułu Umowy o udziale w (...) z dnia 01.09.2009 r. (faktura VAT k. 169)
- kwota 12.962,50 zł z tytułu Umowy o udziale w (...) z dnia 02.07.2009 r. (faktura VAT k. 162 )
- kwota 6.035,51 zł z tytułu Umowy o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży z dnia 05.05.2009 r. (faktury VAT k. 157, k. 157v, k. 158, k. 158v)
- kwota 184.308,08 zł z tytułu Umowy o świadczeniu usług z dnia 08.05.2009 r. (faktury VAT k.116, k. 116v, k. 117, k. 117v, k. 118, dokumenty związane z fakturą korygującą VAT nr KOR (...) - k. 149-153)

W dniu 07 kwietnia 2011 r. powódka wystąpiła o zawezwanie do próby ugodowej, do zawarcia ugody nie doszło.

Pismem z dnia 22 kwietnia 2011 r. powódka poinformowała pozwaną, że nie akceptuje wskazanych w protokołach z rozmów z dnia 01.02.2011 r. oraz z dnia 30.03.2011 r. dodatkowych opłat za wprowadzanie towarów do sprzedaży w sieci O.. Powódka poprosiła o zaniechanie wystawiania przez pozwaną faktur ją obciążających a dotyczących

intensyfikacji sprzedaży, usług marketingowych oraz wydawania katalogów, poinformowała także, że wszelkie należności pobrane przez O. w latach wcześniejszych traktuje jako wymuszone, nienależne świadczenia.

Z uwagi na nieopłacalność współpracy z pozwaną powódka zrezygnowała z zawierania kolejnych umów o świadczenie usług.

Sąd Okręgowy wskazał, że zgodnie z 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. 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. Przedsiębiorca nabywający towar do dalszej odsprzedaży musi spełniać 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 wykluczyć uznanie określonego świadczenia jako świadczenia niedopuszczalnego w świetle omawianej regulacji, spoczywa na przedsiębiorcy, który twierdzi, że omawiane unormowanie nie ma zastosowania (vide: E. Nowińska, M. du Vall w: Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Lexis Nexis, Warszawa 2008, s. 195). Zdaniem Sądu Okręgowego pozwana nie wykazała, że taka sytuacja miała miejsce w rozpoznawanej sprawie w odniesieniu do świadczonych przez nią usług.

W ocenie Sądu Okręgowego powódka nie miała realnego wpływu na treść zarówno umowy o współpracy handlowej, jak i dodatkowych umów (o świadczenie usług, o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży, o udziale w (...), o udziale w (...)), nie miała również możliwości rezygnacji z podpisania powołanych umów dodatkowych, bez utraty zamówień ze strony pozwanej. Umowy te podlegały negocjacom jedynie w zakresie ustalenia ceny, po której (z wyłączeniem promocji) powódka dostarczała pozwaną towar. Pozwana w zasadzie ograniczyła się do przedstawienia gotowego wzorca umowy do podpisu. Z zeznań świadków S. M., M. S. (1) i członka zarządu powodowej spółki świadczy, że warunkiem nawiązania i kontynuowania współpracy handlowej była zgoda na zawarcie umów dotyczących usług dodatkowych.

Za przyjęciem, że pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. przemawia również okoliczność, że brak było ekwiwalentności między świadczeniami stron, która to ekwiwalentność jest wymagana gdy kontrahenci zawierają umowę o charakterze wzajemnym. Spośród wskazanych w umowie o świadczenie usług i umowie o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży potencjalnych działań marketingowych, które pozwana miała świadczyć na rzecz powódki, pozwana udowodniła jedynie, że zamieszczała zdjęcia produktów dostarczanych przez powódkę w wydawanej w związku z przeprowadzanymi promocjami gazetce, jak również, że niektóre towary powódki z logo producenta były umieszczane na ekspozycjach. Jednakże pozwany w żaden sposób nie wykazał, aby dostarczane przez powódkę towary były umieszczane w korzystniejszych z punktu widzenia sprzedaży miejscach prowadzonych przez niego sklepów, a tym bardziej kiedy i w jakim rozmiarze czynność taka miałaby być dokonana. Jak wynika z zeznań świadków powódka nie miała realnego wpływu na okres, przez który była prezentowana ekspozycja zawierająca jej towar jak również miejsce, w którym miał zostać dokonany montaż ekspozycji.

Sąd Okręgowy wskazał, że tego rodzaju działanie w ogóle nie może stanowić przejawu działalności reklamowej prowadzonej na rzecz powódki. Sprzedawane przez pozwaną towary w chwili ich promowania stanowiły już własność pozwanej. Za działanie reklamowe na rzecz powódki nie może być uznane dowolne działanie marketingowe podejmowane przez pozwaną celem sprzedaży posiadanych przez nią produktów. Idąc bowiem tym tokiem rozumowania, za działanie reklamowe na rzecz dostawcy należałoby uznać już samo umieszczenie towaru w ramach powierzchni handlowej sklepu. W kontekście przedmiotowej sprawy, za specjalne działanie reklamowe na rzecz

powódki nie mogło także zostać uznane zamieszczenie w gazetkach reklamowych dostarczanych przez nią towarów. Brak jest w nich bowiem jakichkolwiek informacji o powódce jako producencie promowanego towaru, a przede wszystkim gazetki nie zawierały jakiegokolwiek treści, która zachęcałaby konsumentów do nabywania produktów powódki, a nie towarów innych producentów, z uwagi na ich określone walory, co powinno być istotą przekazu reklamowego.

Z załączonych do akt gazetek reklamowych oraz zdjęć produktów powódki wystawionych na ekspozycji nie wynika, iż potencjalnych klientów informowano o zaletach, czy cechach produktów strony powodowej, które miały skłonić klientów do zakupu towaru wytwarzanego przez powódkę. Dlatego sąd uznał, że pozwany nie świadczył na rzecz powódki usług marketingowo-promocyjnych. Pozwana nie przedłożyła też żadnych dowodów, które by pozwoliły ocenić, jakie były koszty umieszczania towarów w wydawanych przez nią gazetkach reklamowych, natomiast towary na ekspozycji w sklepach pozwanej były montowane przez pracowników powódki.

Wbrew twierdzeniom pozwanej, działania reklamowe nie musiały także przekładać się na zwiększenie sprzedaży przez powódkę bowiem wyłącznie od woli pozwanej zależała wysokość i częstotliwość składania zamówień, samo zatem zapotrzebowanie na konkretny towar ze strony pozwanej nie oznaczało, że zamówienie na kolejne dostawy będzie złożone u powódki.

Zdaniem sądu I instancji, usługi będące przedmiotem umów: o świadczenie usług, o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży, o udziale w (...), o udziale w (...), służyły ukryciu pobierania przez pozwaną dodatkowych opłat związanych z samym faktem umożliwienia powódce dostarczania towarów do sklepów pozwanej.

Sąd Okręgowy wskazał, że ciężar dowodu o nieutrudnianiu kontrahentowi dostępu do rynku spoczywa na pozwanej czemu pozwana nie sprostała. (wyrok S.N. z 23.10.2014 r, sygn. akt I CSK 597/13)

W konsekwencji ustalenia, że działania pozwanej stanowiły czyny nieuczciwej konkurencji, na zasadzie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., sąd I instancji uwzględnił powództwo. Przepis ten stanowi samodzielną podstawę prawną wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści, bez potrzeby odwoływania się do przepisów regulujących konsekwencje nieważności umowy. Spełnione muszą być natomiast przesłanki bezpodstawnego wzbogacenia określone w art. 405 k.c., tj. wzbogacenie jednego podmiotu i zubożenie drugiego, związek między zubożeniem a wzbogaceniem i bezpodstawność wzbogacenia, przy czym bezpodstawne wzbogacenie może polegać także na zmniejszeniu pasywów np. zmniejszeniu zobowiązań pozwanej wobec powódki z tytułu ceny za towar.

Skutkiem pobrania wynagrodzenia na podstawie umów o świadczenie usług, wspierania marketingowego sprzedaży, o udziale w (...) oraz o udziale w (...) z wynagrodzenia przysługującego powódce z tytułu dostarczonych towarów po stronie pozwanej nastąpiło przysporzenie w postaci zmniejszenia pasywów. Równocześnie zaś po stronie powódki nastąpiło zubożenie w postaci otrzymania wynagrodzenia mniejszego, niż było jej należne.

W zakresie roszczenia o zapłatę odsetek Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 481 § 1 k.c., zgodnie z którym jeżeli dłużnik opóźnia się ze spełnieniem świadczenia pieniężnego, wierzyciel może żądać odsetek za czas opóźnienia, chociażby nie poniósł żadnej szkody i chociażby opóźnienie było następstwem okoliczności, za które dłużnik odpowiedzialności nie ponosi. Sąd uwzględnił wyszczególnione w pozwie żądane przez powódkę kwoty tytułem odsetek ustawowych naliczanych przez od dnia następnego po terminie płatności poszczególnych faktur do dnia poprzedzającego wytoczenie powództwa. W niniejszej sprawie pozwana nie uregulowała wystawionych przez powódkę faktur z tytułu dostarczenia produktów. Po otrzymaniu faktur pozwana dokonała bezzasadnego potrącenia wiarygodności popełniając czyn nieuczciwej konkurencji. W ocenie Sądu powódka mogła zatem doliczyć odsetki od dnia następującego po dniu płatności poszczególnych faktur, gdyż w rzeczywistości pozwana nie uregulowała tych faktur w przypisanym terminie przez co popadła w opóźnienie w spełnieniu świadczenia.

O kosztach procesu Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c. w zw. z art. 99 k.p.c.

**Apelację od powyższego wyroku wniosła pozwana, zaskarżając go w całości i zarzuciła:**

1. dokonanie nieprawidłowych ustaleń faktycznych polegających na:

- a) bezpodstawnym przyjęciu, że rozpoczęcie współpracy handlowej pomiędzy stronami było możliwe jedynie po zawarciu dodatkowych umów marketingowych i że powódka nie miała możliwości rezygnacji z umów marketingowych bez utraty zamówień ze strony pozwanej,
- b) bezpodstawnym przyjęciu, że powódce przedstawiano do podpisu gotowy wzorec umowy, a brak zgody na podpisanie wzorca wiązałby się z zakończeniem albo ograniczeniem współpracy, a ponadto że powódka nie miała wpływu na treść wzorca umownego i nie mogła negocjować warunków objętych wzorcem,
- c) bezpodstawnym przyjęciu, że pozwana nie przesyłała powódce raportów, analiz, wyników sprzedaży, z których wynikałoby świadczenie umów,
- d) bezpodstawnym przyjęciu, że w marketach pozwanej brak było jakiegokolwiek informacji o powódce jako producencie, oraz że akcje marketingowe nie wpływały na zwiększenie rozpoznawalności lub renomy powódki,
- e) bezpodstawnym przyjęciu, że usługi świadczone przez pozwaną nie były działaniami reklamowymi na rzecz powódki,
- f) bezpodstawnym przyjęciu, że w gazetkach reklamowych nie było treści, które zachęcałyby klientów do kupowania towarów powódki,
- g) bezpodstawnym przyjęciu, że wyłącznie od woli pozwanej zależała wysokość i częstotliwość składania zamówień u powódki,
- h) bezpodstawnym przyjęciu, że działania marketingowe podejmowane przez pozwaną dotyczyły towarów stanowiących jej własność,

2. naruszenie przepisów prawa materialnego:

- a) art. 455 Kodeksu cywilnego poprzez jego niezastosowanie i w konsekwencji przyjęcie, iż odsetki ustawowe należy liczyć od dnia następnego po dokonaniu przez pozwaną płatności za dostarczony przez powódkę towar,
- b) art. 6 k.c. poprzez jego błędną interpretację i w konsekwencji przyjęcie, że ciężar dowodu o nieutrudnianiu kontrahentowi dostępu do rynku spoczywa na pozwanej

3. naruszenie przepisów prawa procesowego:

- a) art. 328 § 2 w zw. z art. 233 Kodeksu postępowania cywilnego poprzez brak wszechstronnego rozważenia zabranego materiału dowodowego i dokonanie całkowicie dowolnej jego oceny, niezgodnej z zasadami doświadczenia życiowego oraz naruszającej zasady logicznego rozumowania oraz niewskazanie w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku, dlaczego Sąd nie oparł się na zeznaniach świadków T. D., A. B. (1), J. P., M. K. i przyczyn, dla których sąd dowodom z zeznań w/w świadków odmówił wiarygodności i mocy dowodowej w zakresie, w jakim zeznania te stały w opozycji do zeznań świadków S. M. i M. S. (2) oraz przesłuchanego w charakterze strony H. M.,
- b) art. 98 § 3 w zw. z art. 99 kpc poprzez przyznanie powodowi kwoty 14.400,00 zł tytułem wynagrodzenia pełnomocnika procesowego w wysokości dwukrotności stawki minimalnej określonej przepisami Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 roku w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu w sytuacji, gdy brak było wkładu pracy pełnomocnika w przyczynienie się do wyjaśnienia sporu i rozstrzygnięcia w stopniu uzasadniającym przyznanie kosztów zastępstwa procesowego w takiej wysokości.

W konkluzji skarżąca wniosła o zmianę wyroku poprzez oddalenie powództwa w całości, zasądzenie od powódki kosztów procesu, ewentualnie o uchylenie wyroku i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania Sądowi I instancji, oraz pozostawienie Sądowi I instancji rozstrzygnięcia o kosztach instancji odwoławczej.

Powódka wniosła o oddalenie apelacji oraz o zasądzenie kosztów postępowania apelacyjnego według norm przepisanych.

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

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

Sąd Apelacyjny nie podziela stanowiska sądu I instancji, że to na pozwanej ciążył obowiązek wykazania, iż nie utrudniała powódce dostępu do rynku, wręcz przeciwnie to powódka powinna była udowodnić, że konkretne działania pozwanej utrudniały powódce dostęp do rynku i w ocenie Sądu Apelacyjnego ciężarowi temu sprostała. Jak bowiem wynika z zeznań świadka S. M. ( k.945-946) powódka nie posiadała własnej sieci sprzedaży detalicznej, miała tylko jeden sklep w R., a pozwana jest drugim z najważniejszych kontrahentów w Polsce sprzedających tego rodzaju towary, zatem bez nawiązania współpracy z pozwaną, powódka miała ograniczone możliwości zbywania swoich towarów. Ponieważ chciała dostarczać towary do sklepów pozwanej musiała godzić się na dodatkowe opłaty, co utrudniało jej dostęp do klientów detalicznych nabywających towary w sklepach pozwanej. Podobnie zeznał świadek M. S. (2) ( k.948- 949). Wedle twierdzeń powódki, konieczność uiszczania dodatkowych opłat, które z każdym rokiem wzrastały sprawiła, że sprzedaż do sklepów pozwanego stała się dla powódki nieopłacalna i skutkowało złożeniem oświadczenia o braku zgody na pobieranie dodatkowych opłat a w konsekwencji zerwaniem współpracy. Jak wynika z maili ( k.181-182) J. P. prowadzący w imieniu pozwanej rozmowy handlowe z powódką, po rezygnacji przez nią z usług oświadczył, że ustalenia biznesowe uważa za nieważne a o współpracy decydować będą konkurenci powódki ( k.181v). Odmienne zeznania tego świadka pozostające w sprzeczności z treścią maili, na wiarę nie zasługują. Rację ma sąd I instancji, że twierdzenia powódki, iż umowy o świadczenie usług zostały jej narzucone i że nie miała możliwości rezygnacji z nich bez utraty zamówień są przekonujące wobec faktu, iż z chwilą rezygnacji przez powódkę z usług, współpraca uległa stopniowemu wygaszeniu.

Ustalenia faktyczne poczynione przez sąd I instancji są w przeważającej części prawidłowe i Sąd Apelacyjny przyjmuje je za własne z modyfikacjami wskazanymi poniżej.

To prawda, że umowa o współpracy handlowej zawarta została 1.01.2009r. ( k.42 i nast.), zaś umowa o świadczenie usług zawarta została 8.05.2009r. ( k.111 i nast.), jednak z par. 5 umowy o świadczenie usług wynika, że weszła ona w życie z dniem 1.01.2009r. (k.114). Podobnie umowa o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży zawarta została 8.05.2009r. ale zgodnie z par. 4 weszła w życie 1.1.2009r. ( k.154v), zatem ustalenie sądu I instancji, że rozpoczęcie współpracy handlowej pomiędzy stronami było uzależnione od zawarcia dodatkowych umów marketingowych nie jest wadliwe. Skoro dodatkowe umowy weszły w życie 1.1.2009r., to jest z chwilą podpisania umowy o współpracy handlowej, to strony musiały dokonać stosownych uzgodnień już 1.1.2009r. Umowy o świadczenie usług marketingowych nie mogą być zawierane z datą wsteczną albowiem niemożliwe jest świadczenie tego rodzaju usług za okres miniony, tymczasem pozwany wystawił fakturę za usługi intensyfikacji sprzedaży w I kwartale 2009r. na kwotę 38.476,52 zł. ( k.116), a w II kwartale 2009r. na kwotę 42.474,56 zł. ( k.116v), fakturę za świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży w I kwartale 2009r. na kwotę 1.472,15 zł. I k.157).

W ocenie Sądu Apelacyjnego zeznania świadka T. D. ( k.1038) jakoby powódka miała możliwość negocjacji warunków handlowych oraz możliwość rezygnacji z usług (...) nie są wiarygodne. Przeczy im zarówno sposób w jaki zawierane były umowy o świadczenie usług ( poprzez przesłanie gotowego wzorca umowy do podpisu) jak i fakt, że gdy w maju 2011r. powódka złożyła oświadczenie o rezygnacji z usług pozwanej, pozwana ogłosiła przetarg na schody strychowe, które były produktem strategicznym powódki ( k.963 świadek A. B.). W marcu 2012r. pozwana znalazła innego kontrahenta produkującego schody (k.698 i 918). Współpraca była stopniowo wygaszana ( świadek A. B. k.963). Schody młynarskie i drzwi zewnętrzne były nabywane do 2013r., bo jak wynika z zeznań świadka J. P. ( k.965) O.



szukało alternatywy, trwało to około 2 lat. W tych okolicznościach argumenty pozwanej jakoby istniała możliwość współpracy bez dodatkowych opłat nie są przekonujące. Z chwilą rezygnacji przez powódkę z usług, O. rozpoczęło poszukiwania innego dostawcy, współpraca pomiędzy stronami nie została zerwana od razu albowiem O. nie miało innego dostawcy a poszukiwania takiego dostawcy wymagały czasu.

Rację ma sąd I instancji, że to pozwana miała obowiązek wykazania, iż rzeczywiście świadczyła na rzecz powódki usługi, za które pobrała wynagrodzenie. Rację ma sąd I instancji, że pozwana nie wykazała, iż świadczyła usługi na rzecz powódki i że pobrane przez nią wynagrodzenie stanowi ekwiwalent tych usług.

Jeśli chodzi o umowę o udziale w katalogu (...) ( k.159), to usługa polegać miała na prezentacji, reklamie towarów lub logo firmy pozwanej w katalogu (...) ( k.159).

Podobnie, gdy chodzi o umowę o udziale w katalogu (...), usługa miała polegać na prezentacji, reklamie towarów lub logo firmy pozwanej w katalogu (...) ( k.167).

Jak wynika z kopii katalogów przedłożonych przez pozwaną ( k.353, 354, 364, 368, 372, 374, 375, 379, 382, 386, 395, 399, 403, 407, 409, 410), wśród prezentowanych tam towarów potencjalny klient nie jest w stanie rozpoznać towarów produkowanych przez powódkę. Przy zamieszczonych zdjęciach schodów, drzwi, barierek nie ma nazwy producenta ani jego logo. Pełnomocnik pozwanej na rozprawie przed sądem apelacyjnym nie był w stanie wskazać, w jaki sposób osoby zainteresowane danym produktem powódki mogły odróżnić go w katalogu od towarów innych producentów, pełnomocnik pozwanej sam nie potrafił rozpoznać towarów powódki. Taka sama sytuacja miała miejsce w przypadku prezentacji towarów powódki w gazetkach, wydawanych przez pozwaną ( k.360, 387, 391, 400). Towary pochodzące od powódki nie zostały oznaczone w sposób pozwalający na ich identyfikację. Umieszczone zostały pośród towarów innych producentów jako dostępne w O. na zamówienie np. k.410. Odmienne ustalenie sądu I instancji nie znajduje oparcia w materiale dowodowym znajdującym się w aktach w postaci kopii gazetek i katalogów. Zeznania świadków pozwanej pozostające w sprzeczności z treścią wynikającą z kopii gazetek i katalogów nie mogą stanowić dowodu na to, że w gazetkach i katalogach zamieszczano logo powódki. Logo powódki i adres jej strony internetowej zamieszczane były jedynie obok ekspozycji jej produktów w sklepach pozwanej. Wbrew wywodom apelacji, pozwana nie wykazała, aby zamieszczała logo powódki także na banerach na elewacjach swoich sklepów, bądź na specjalnych stoiskach innych niż ekspozycje w dziale budowlanym.

W świetle powyższych ustaleń katalog (...), katalog (...) jak i gazetki reklamowe wydawane przez pozwaną stanowiły reklamę towarów pozwanej, możliwych do nabycia w należących do niej sklepach za określoną cenę i przerzucanie na powódkę kosztów wydawania tych gazetek stanowi czyn nieuczciwej konkurencji albowiem prowadzi do przerzucania na dostawcę, kosztów nieodłącznie związanych z działalnością handlową pozwanej, co narusza dobre obyczaje kupieckie i wypełnia dyspozycję art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

W ocenie Sądu Apelacyjnego nie ulega wątpliwości, że pozwana nie wykonała usługi polegającej na prezentacji, reklamie towarów lub logo firmy pozwanej w katalogu (...) i w katalogu (...) albowiem z katalogów tych nie wynika, że prezentowane tam towary są towarami produkowanymi przez powódkę. W tej sytuacji wynagrodzenie pobrane przez pozwaną za udział w tych katalogach nie jest ekwiwalentem świadczenia pozwanej i jako takie nie jest należne pozwanej.

Rację ma sąd I instancji, że pozwana nie wykonała także usługi polegającej na świadczeniu na rzecz powódki usług reklamowych. Świadek A. B. (1) (k.962) zeznała, że umowa o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży dotyczyła wydawanych przez pozwanego gazetek promocyjnych, w których znajdowały się produkty powodowej spółki ale jak wskazano wyżej, w gazetkach tych nie oznaczano producenta, zatem umieszczenie produktu w gazetce, w istocie nie było promowaniem powódki i jej towarów.

Następnie świadek zeznała, że umowa o świadczenie usług dotyczyła specjalnych stref promocyjnych na produkt schody strychowe, te strefy znajdowały się w miejscach o zwiększonej frekwencji klientów i oznaczone były logo dostawcy ze stroną internetową. Te specjalne strefy promocyjne to w ocenie Sądu Apelacyjnego, nic innego jak

ekspozycje produktów sprzedawanych przez pozwaną na zamówienie. Asortyment taki jak drzwi, schody, barierki z reguły wykonywany jest i sprzedawany na zamówienie, dlatego w dziale budowlanym tworzy się ekspozycje stanowiące w istocie ofertę handlową danego sklepu.

Jak wynika z zeznań świadka S. M. ( k.946), powódka wykonywała ekspozycje na terenie sklepu pozwanej aby klient przychodząc na dział budowlany mógł zobaczyć produkt i złożyć zamówienie. Zamówienia składane były u pozwanego i to on sprzedawał dany produkt we własnym imieniu i po ustalonej przez siebie cenie. W tej sytuacji opłaty za ekspozycje w „specjalnej strefie promocyjnej” to nic innego jak tzw. opłaty półkowe. Ekspozycja stanowiła tzw. wzornik a więc ofertę handlową pozwanej. Bez wyeksponowania produktu, klient pozwanej nie miałby możliwości obejrzenia towaru, co jest niezbędne przy podejmowaniu decyzji o kupnie. Natomiast zamieszczenie informacji o producencie jest obowiązkiem sprzedawcy i nie stanowi samo przez się reklamy producenta. Z załączonych do akt dowodów nie wynika aby poza nazwą producenta pozwany umieszczał przy ekspozycjach towarów dodatkowe informacje o powódce. Adres strony internetowej powódki wskazywany był przy ekspozycji schodów, w ten sposób pozwana odsyłała klientów do strony internetowej należącej do powódki w celu uzyskania szczegółowych informacji o produkcie. Nawet gdyby zamieszczenie owego adresu internetowego uznać za formę reklamy, to nie ma podstaw do przyjęcia, że pobrane przez pozwaną opłaty liczone jako określony procent od obrotu w danym okresie współpracy miały charakter ekwiwalentny w odniesieniu do tego rodzaju reklamy. Nie można zapominać, że celem zamieszczenia w/w danych w sklepie (...) było pozyskanie przez O. zamówień na dany produkt. Powód nie miał własnej sieci sklepów i w zasadzie nie mógł sprzedawać swoich towarów poza marketami O.. Dla powoda kupującymi nie byli więc indywidualni klienci O..

Odrębną kategorię współpracy stron stanowiły tzw. akcje promocyjne, o których zeznawała świadek M. K. (k.1039). Towar na promocje sprzedawany był przez powódkę po niższej tzw. promocyjnej cenie i nie zostało wykazane aby O. reklamowała zalety produktu, elementem przyciągającym klientów była cena ustalona przez O. i obowiązująca tylko na terenie jej sklepów.

Na podstawie umowy o świadczenie usług pozwana pobrała od powódki w 2009r. aż 184.308,08 zł. Zgodnie z umową usługi te miały polegać na ( k.111v):

1. **ekspozycji wzorów, próbek towarów** nabytych od zleceniodawcy na terenie marketów zleceniobiorców celem zwiększenia ich sprzedaży. Jak wskazano wyżej taka ekspozycja nie była niczym innym niż przedstawieniem potencjalnym klientom pozwanej jej oferty handlowej. Montażu wzorów i próbek towarów dokonywała powódka na własny koszt i na własny koszt demontowała owe ekspozycje, zaś szczegółowe informacje o danym produkcie znajdowały się na stronie internetowej należącej do pozwanej. Wkład pozwanej polegał na udostępnieniu powierzchni sklepu do ekspozycji towaru powódki sprzedawanego przez pozwaną, w imieniu pozwanej i na jej rachunek, a bez ekspozycji sprzedaż w zasadzie nie była możliwa.

2. **Świadczeniu usług informacyjno-doradczych** w stosunku do towarów zleceniodawcy, których celem będzie dostarczanie zleceniodawcy, nie częściej niż raz na kwartał informacji, danych dotyczących nabywców ( klientów) towarów zleceniodawcy. Usługi te mogły obejmować przygotowanie analizy pozycji towarów zleceniodawcy na rynku lokalnym (ogólnopolskim) z uwzględnieniem grup klientów, preferencji klientów, konkurencji na rynku lokalnym ( ogólnopolskim). Powódka zaprzeczyła aby tego rodzaju informacje i analizy kiedykolwiek otrzymała od pozwanej, zaś pozwana nie przedstawiła dowodu, że owe usługi świadczyła tj., że dostarczała powódce w/w dane.

3. **Zapewnieniu optymalnego dostępu klientów do towarów** nabytych od zleceniodawcy w marketach zleceniobiorców poprzez przedstawienie towarów w sposób odpowiadający potrzebom klientów w oparciu o posiadaną przez zleceniobiorców wiedzę odnośnie preferencji klientów i sposobu podejmowania przez klientów decyzji dotyczących zakupu towarów. Usługa ta niczym się w zasadzie nie różni od usługi wskazanej w punkcie 1. polegającej na ekspozycji wzorów i próbek towarów tj. drzwi, schodów, barierki. Pozwana nie wykazała, że podjęła jeszcze inne działania w ramach owej usługi.

4. **Udostępnianiu na żądanie zleceniodawcy kwartalnych statystyk sprzedaży** towarów zleceniodawcy. Usługi te mogły obejmować usługi monitorowania i przygotowania kwartalnych analiz i statystyk o sprzedaży

poszczególnych towarów zleceniodawcy w danym kwartale lub z podziałem na poszczególne miesiące kwartału w odniesieniu do pojedynczych marketów. Pozostaje poza sporem, że powódka nie żądała w/w statystyk a pozwana takich statystyk jej nie dostarczała. Tego rodzaju usługa nie była powódce potrzebna, gdyż na podstawie faktur wiedziała jakie ilości towarów nabywa od niej pozwana w poszczególnych okresach.

Jak z powyższego wynika rację ma sąd I instancji, że pozwana nie wykazała, że świadczyła realne usługi na rzecz powódki i że pobrane przez nią opłaty miały charakter ekwiwalentny. Z faktur wystawionych przez pozwaną nie wynika, jakie konkretne działania były przez pozwaną podejmowane w ramach danej usługi, zatem to na niej ciążył obowiązek wykazania, na czym usługa polegała oraz że została wykonana. W tym zakresie zarzuty podniesione w apelacji pozwanej są chybione. Oczywistym jest, że działania marketingowe pozwanej dotyczyły towarów będących jej własnością i stanowiły nieodłączny element prowadzonej przez nią sprzedaży tych towarów, oraz że to pozwana decydowała o wielkości i częstotliwości zamówień u powódki. Twierdzenia odmienne nie zostały udowodnione. Ponieważ sąd I instancji nie omówił szczegółowo zeznań poszczególnych świadków strony pozwanej, Sąd Apelacyjny odwołał się do tych zeznań czyniąc ustalenia faktyczne. Nie można bowiem stwierdzić, że zeznania te są całkowicie wiarygodne lub całkowicie pozbawione wiarygodności. Częściowo zeznania świadków A. B. (1), J. P., M. K. były spójne z pozostałym materiałem dowodowym i posłużyły do dokonania ustaleń faktycznych, a w części w jakiej nie dały się pogodzić z treścią innych dowodów uznane zostały przez sąd II instancji za pozbawione waloru wiarygodności.

W ocenie Sądu Apelacyjnego zarzut naruszenia art. 455 k.c. jest chybiony.

Sąd Okręgowy zasądzając ustawowe odsetki od poszczególnych kwot od dnia następnego po dniu ich pobrania przez pozwaną na zasadzie kompensaty, nie naruszył art. 455 k.c. Sąd Apelacyjny podziela stanowisko wyrażone przez Sąd Najwyższy w uchwale 7 sędziów z 22.09.1970 r. stanowiącej zasadę prawną sygn. III CZP 18/70, zgodnie z którą wierzyciel może żądać odsetek od kwoty zagarniętej przez dłużnika od daty wyrządzenia szkody. Data kompensaty wierzytelności pozwanej z tytułu rzekomych usług z wierzytelnością powódki o zapłatę ceny za towar jest datą wyrządzenia szkody w następstwie czynu niedozwolonego. Niewątpliwie w dniu kompensaty pozwana jako dłużnik powódki zobowiązana była do zapłaty ceny za zakupiony towar, zagarniając kwotę należną z tytułu ceny była jednocześnie zobowiązana do zwrotu owej kwoty. Termin spełnienia świadczenia a więc zwrotu zagarniętej kwoty wynika z natury (właściwości) zobowiązania. Dłużnik zagarniający cudze pieniądze wie, że należą one do kogo innego i że nie powinny być w jego posiadaniu. Z istoty zagarnięcia pieniędzy wynika, że sprawca zagarnięcia jest w zwłoce już od dnia popełnienia czynu niedozwolonego i nie zachodzi potrzeba wzywania go do ich zwrotu, aby uczynić mu skuteczny zarzut, że opóźnia się ze spełnieniem świadczenia.

Gdy termin spełnienia świadczenia wynika z właściwości zobowiązania ( art. 455 k.c.), wezwanie dłużnika do spełnienia świadczenia, nie ma charakteru kształtującego i nie decyduje o dacie wymagalności tego świadczenia a co za tym idzie o dacie, z jaką dłużnik popada w opóźnienie ze spełnieniem świadczenia, od której wierzyciel może żądać odsetek (art. 481 par. 1 k.c.). Podobny pogląd wyraził Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z 29.11.2001r. sygn. V CKN 1853/00).

Żądanie powódki miało podstawę w przepisach o bezpodstawnym wzbogaceniu, zgodnie z brzmieniem art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. Realizacja roszczenia opartego na ww. przepisie następuje – zgodnie z jego brzmieniem – na zasadach ogólnych, co oznacza, że zastosowanie mają kodeksowe przepisy regulujące instytucję bezpodstawnego wzbogacenia (art. 405 i nast. k.c.). 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. Pogląd, iż w przypadku roszczeń z tytułu bezpodstawnego wzbogacenia odsetki od zasądzonej kwoty należą się od dnia wezwania do zapłaty nie jest uzasadniony w tych przypadkach, w których bezpodstawne wzbogacenie znajduje wyraz w pobraniu nienależnych opłat. Zasadniczym obowiązkiem wzbogaconego jest zwrot zubożonemu uzyskanej korzyści w naturze. Z istoty i charakteru czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobraniu nienależnych opłat wynika, że popełniającemu taki czyn, od samego początku znana jest wysokość szkody, którą wyrządził kontrahentowi i że od samego początku wie, iż określona kwota pieniędzy nie powinna być w jego posiadaniu.

Jeśli chodzi o zarzut naruszenia art. 98 par. 3 k.p.c. w zw. z art. 99 k.p.c. Sąd Apelacyjny go nie podziela. Powód złożył wniosek o przyznanie zwrotu kosztów procesu wraz ze spisem tych kosztów ( k.1196). Sąd Okręgowy przyznał zwrot kosztów procesu zgodnie z wnioskiem. W ramach zasądzonej kwoty znajdują się koszty przejazdu, opłata od pozwu i wynagrodzenie pełnomocnika w wysokości dwukrotności stawki minimalnej. Ze względu na długotrwałość procesu i wkład pełnomocnika powódki w wyjaśnienie sprawy , jego zaangażowanie przejawiające się w składaniu pism procesowych i wniosków dowodowych, przyznana kwota jest adekwatna do uzasadnionego nakładu pracy pełnomocnika.

Mając powyższe na uwadze, Sąd Apelacyjny nie znalazł podstaw do uwzględnienia apelacji i z mocy art. 385 k.p.c. oddalił ją.

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