

Sygn. akt I ACa 1621/15

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 23 września 2016 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Ewa Kaniok (spr.)

Sędziowie: SA Beata Kozłowska

SA Jolanta de Heij-Kaplińska

Protokolant: protokolant sądowy Karolina Długosz-Żółtowska

po rozpoznaniu w dniu 23 września 2016 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M.

przeciwko (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S." spółce komandytowej z siedzibą w W., (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością R." spółce komandytowej z siedzibą w W., (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T." spółce komandytowej z siedzibą w W., (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością P. I" spółce komandytowej z siedzibą w W. i (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością G. I" spółce komandytowej z siedzibą w W.

o zapłatę

na skutek apelacji powoda i pozwanych

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 20 maja 2015 r., sygn. akt XVI GC 500/12

1. **oddala wszystkie apelacje;**

2. **znosi wzajemnie między stronami koszty postępowania apelacyjnego.**

Beata Kozłowska Ewa Kaniok Jolanta de Heij - Kaplińska

Sygn. akt: I ACa 1621/15

UZASADNIENIE

(...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M. wniosła pięć pozwów:

1. pozew z dnia 9 lipca 2012 r. przeciwko pozwanemu **(...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S." spółce komandytowej z siedzibą w W.** o zapłatę kwoty 38 415,45 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 25 marca 2011 r. do dnia zapłaty, wraz z kosztami procesu, w tym kosztami zastępstwa procesowego według norm przepisanych, (sygn. akt XVI GC 500/12: pozew k. 2-8)

2. pozew z dnia 9 lipca 2012 r. przeciwko pozwanemu **(...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością R." spółki komandytowej z siedzibą w W.** o zapłatę kwoty 1 789,33 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od

dnia 24 marca 2011 r. do dnia zapłaty wraz z kosztami procesu, w tym kosztami zastępstwa procesowego według norm przepisanych, (sygn. akt XVI GC 510/12: pozew k. 2-8)

3. pozew z dnia 9 lipca 2012 r. przeciwko pozwanemu (...) **spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T.” spółki komandytowej z siedzibą w W.** o zapłatę kwoty 21 583,26 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 17 maja 2011 r. do dnia zapłaty wraz z kosztami postępowania, w tym kosztami zastępstwa procesowego według norm przepisanych, (sygn. akt XVI GC 520/12: pozew k. 2-8)

4. pozew z dnia 9 lipca 2012 r. przeciwko pozwanemu (...) **spółka z ograniczoną odpowiedzialnością P. I” spółki komandytowej z siedzibą w W.** o zapłatę kwoty 34 251,38 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 17 maja 2011 r. do dnia zapłaty oraz kosztami postępowania, w tym kosztami zastępstwa procesowego według norm przepisanych, (sygn. akt XVI GC 530/12: pozew k. 2-8)

5. pozew z dnia 23 lipca 2012 r. przeciwko pozwanemu (...) **spółka z ograniczoną odpowiedzialnością G. I” spółki komandytowej z siedzibą w W.** kwoty 20 987,65 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 25 marca 2011 r. do dnia zapłaty oraz kosztami postępowania, w tym kosztami zastępstwa procesowego według norm przepisanych. (sygn. akt XVI GC 580/12: pozew k. 2-8)

Uzasadniając żądanie każdego z pozwów strona powodowa wskazała, że z pozwanymi łączyły ją umowy, na podstawie których dostarczała i sprzedawała towary – artykuły RTV, przeznaczone do dalszej odsprzedaży w należących do pozwanych sklepach wielkopowierzchniowych. Pozwani nie płacili powódce pełnej ceny sprzedaży zakupionych towarów, gdyż potrącali z nią należności z tytułu bonusów oraz wynagrodzenia za wykonywane na jej rzecz usługi marketingowe i reklamowe. W przekonaniu strony powodowej pozwani w rzeczywistości nie świadczyli na jej rzecz jakichkolwiek usług, zaś wystawiane z tego tytułu faktury VAT miały charakter pozorny i miały na celu ukrycie niedozwolonych opłat.

Pozwani wnieśli o oddalenie powództwa w całości oraz zasądzenie kosztów postępowania.

Zarządzeniami z dnia 8 listopada 2012 r. sprawy o sygn. akt XVI GC 520/12 oraz XVI GC 530/12 zostały połączone do wspólnego rozpoznania i rozstrzygnięcia ze sprawą o sygn. akt XVI GC 500/12. W dniu 13 listopada 2012 r. do sprawy o sygn. akt XVI GC 500/12 dołączono sprawę o sygn. akt XVI GC 580/12, zaś w dniu 28 lutego 2013 r. także sprawę o sygn. akt XVI GC 510/12.

Wyrokiem z dnia 20 maja 2015 r. Sąd Okręgowy w Warszawie w punkcie pierwszym (rzymskim) podpunkcie pierwszym zasądził od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.” spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M. kwotę 19 008,82 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od dnia 26 lipca 2011 roku do dnia zapłaty; w podpunkcie drugim oddalił powództwo w pozostałej części; w podpunkcie trzecim koszty postępowania zniósł wzajemnie między stronami.

W punkcie drugim (rzymskim) podpunkcie pierwszym zasądził od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością R.” spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M. kwotę 197,75 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od dnia 3 maja 2011 roku do dnia zapłaty; w podpunkcie drugim oddalił powództwo w pozostałej części; w podpunkcie trzecim ustalił, że koszty postępowania ponosi powód w 89% oraz pozwany w 11%, szczegółowe ich rozliczenie pozostawiając referendarzowi sądowemu.

W punkcie trzecim (rzymskim) podpunkcie pierwszym zasądził od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T.” spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M. kwotę 6 576,45 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od dnia 30 sierpnia 2011 roku do dnia zapłaty; w podpunkcie drugim oddalił powództwo w pozostałej części; w podpunkcie trzecim ustalił, że koszty postępowania ponosi powód w 70% oraz pozwany w 30%, szczegółowe ich rozliczenie pozostawiając referendarzowi sądowemu.

W punkcie czwartym (rzymskim) podpunkcie pierwszym zasądził od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością P. I” spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M. kwotę 14 598,66 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od dnia 19 lipca 2011 roku do dnia zapłaty; w podpunkcie drugim oddalił powództwo w pozostałej części; w podpunkcie trzecim ustalił, że koszty postępowania ponosi powód w 58% oraz pozwany w 42%, szczegółowe ich rozliczenie pozostawiając referendarzowi sądowemu.

W punkcie piątym (rzymskim) podpunkcie pierwszym zasądził od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością G. I” spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M. kwotę 8 574,62 zł wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od dnia 2 sierpnia 2011 roku do dnia zapłaty; w podpunkcie drugim oddalił powództwo w pozostałej części; w podpunkcie trzecim ustalił, że koszty postępowania ponosi powód w 59% oraz pozwany w 41%, szczegółowe ich rozliczenie pozostawiając referendarzowi sądowemu.

Sąd Okręgowy ustalił, że E. oraz pozwani (...) sp. z o.o. S., (...) sp. z o.o. R., (...) sp. z o.o. T., (...) sp. z o.o. (...) sp. z o.o. G. I współpracowali ze sobą w ten sposób, że powódka sprzedawała pozwanym towary w celu ich dalszej odsprzedaży konsumentom w należących do tych pozwanych sklepach wielkopowierzchniowych.

W dniu 29 maja 2006 r. powódka zawarła z pozwanymi (...) sp. z o.o. S., (...) sp. z o.o. R., (...) sp. z o.o. T. oraz (...) sp. z o.o. P. I umowę handlową, której przedmiotem była regulacja warunków współpracy handlowej dotyczącej asortymentu dostarczanego przez powódkę (tj. dostawcę) pozwanym (tj. odbiorcom). Na podstawie pkt 1 i 2 powyższej umowy powódka zobowiązała się do udzielenia pozwanym następujących bonusów:

- „ bonusu kwartalnego warunkowego” w wysokości 4% wartości obrotu netto, płatnego po zakończeniu każdego kwartału pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w danym kwartale obrotu w wysokości 100 000 zł (pkt 2.2 umowy),
- „ bonusu rocznego warunkowego” w wysokości 3% wartości obrotu netto, płatnego pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w roku kalendarzowym obrotu w wysokości 440 000 zł (pkt 2.3 umowy)
- „ bonusu za wzrost obrotu” w wysokości od 1,2% do 2% wartości całego obrotu w przypadku osiągnięcia określonego poziomu obrotu od 2 500 000 zł do 3 500 000 zł (pkt 2.4 umowy).

W kolejnych latach strony kontynuowały współpracę poprzez zawieranie analogicznych umów handlowych, modyfikując wysokość udzielanych bonusów. Na podstawie umowy handlowej z dnia 16 marca 2009 r. zawartej z każdym z pięciu pozwanych powódka udzieliła pozwanym bonusu kwartalnego warunkowego w wysokości 6% obrotu oraz bonusu rocznego warunkowego w wysokości 3 % obrotu.

Do każdej kolejnej umowy handlowej strony zawierały dodatkowo odrębną umowę w przedmiocie świadczenia usług marketingowych. I tak w dniu 29 maja 2006 r. powódka zawarła z pozwanymi (...) sp. z o.o. S., (...) sp. z o.o. R., (...) sp. z o.o. T. oraz (...) sp. z o.o. P. I umowę marketingową, na podstawie której pozwani zobowiązali się do świadczenia na jej rzecz w sposób ciągły usług marketingowych i reklamowych, obejmujących w szczególności: ekspozycję w sklepie – polegającą na organizacji i stałej kontroli ekspozycji towarów powódki w sposób zapewniający ich najkorzystniejszą prezentację oraz ekspozycję przykasową – polegającą na umieszczeniu towarów w specjalnie oznaczonym miejscu w ciągu kas lub jego sąsiedztwie. Strony mogły dowolnie modyfikować zakres świadczonych usług, w szczególności pozwani mogli świadczyć na rzecz powódki także usługi reklamowe o charakterze okolicznościowym (pkt 2.2 umowy). Z tytułu powyższych usług powódka zobowiązana była uiszczać na rzecz pozwanych określone w pkt 3. umowy wynagrodzenie w wysokości 2% obrotu rozliczanego półrocznie tytułem budżetu na centralne akcje reklamowe oraz wynagrodzenie stałe w wysokości 6 500 zł na działania marketingowe ustalane indywidualnie, 5 000 zł na działania marketingowe związane z reotwarciem marketu oraz 500 zł tytułem logo.

Analogiczne postanowienia zawierała także zawarta przez powódkę i każdego z pozwanych umowa marketingowa z dnia 16 marca 2009 r.

Sąd I instancji ustalił, że poza powyższymi ogólnymi umowami marketingowymi strony kilkakrotnie zawierały odrębne porozumienia w dotyczące realizacji wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, których przedmiotem miała być dodatkowa ekspozycja produktów E. (...) na terenie marketów pozwanych i z tytułu których powódka zobowiązywała się uiszczać na rzecz pozwanych dodatkowe wynagrodzenie.

Przedstawiciel powodowej spółki uczestniczył w negocjacjach postanowień powołanych wyżej umów, nie miał jednak realnego wpływu na ich treść. W kolejnych latach współpracy wysokość obciążeń dodatkowymi opłatami wzrastała. Powódka występowała z propozycjami obniżenia poziomu obciążenia opłatami, jednak pozwani nie wyrazili na to zgody. Pozwani nie świadczyli na rzecz powódki żadnych usług, za które pobierali dodatkowe opłaty. Akceptacja opłacania wynagrodzenia z ich tytułu była warunkiem podjęcia i kontynuowania współpracy, w przeciwnym wypadku pozwani odmawiali składania zamówień.

W trakcie współpracy stron pozwani nie realizowali usług, które były przedmiotem umów marketingowych. Sprzedaż dostarczanych im przez powódkę produktów odbywała się poprzez umieszczenie ich egzemplarzy na półkach sklepowych, bądź w specjalnie eksponowanych koszkach lub paletach z uwidocznionym logo powódki.

Pozwani obciążali powódkę fakturami, które opiewały na należności z tytułu bonusów i usług za dodatkową ekspozycję produktów. Zapłata tych należności następowała w ten sposób, że pozwani pobierali je z należnych powódce płatności z tytułu ceny za sprzedaż towaru, a pozostała po pobraniu suma była wpłacana na rachunek bankowy powódki.

Łączny koszt opłat uiszczonych przez powódkę na rzecz (...) sp. z o.o. S. wyniósł 38 415,45 zł. Na powyższą kwotę składały się następujące należności:

- kwota 9 641,87 zł z tytułu bonusów kwartalnych warunkowych
- kwota 7 652,99 zł z tytułu bonusów rocznych warunkowych
- kwota 2 111,77 zł z tytułu bonusu za wzrost obrotu
- kwota 5 444,86 zł z tytułu reklamy centralnej
- kwota 13 563,96 zł z tytułu ekspozycji produktów

Łączny koszt opłat uiszczonych przez powódkę na rzecz (...) sp. z o.o. R. wyniósł 1 789,33 zł. Na powyższą kwotę składały się następujące należności:

- kwota 324,19 zł z tytułu bonusów kwartalnych warunkowych
- kwota 862,35 zł z tytułu bonusów rocznych warunkowych
- kwota 405,04 zł z tytułu bonusu za wzrost obrotu
- kwota 197,75 zł z tytułu reklamy centralnej

Łączny koszt opłat uiszczonych przez powódkę na rzecz (...) sp. z o.o. T. wyniósł 21 583,26 zł. Na powyższą kwotę składały się następujące należności:

- kwota 6 699,44 zł z tytułu bonusów kwartalnych warunkowych
- kwota 6 432,23 zł z tytułu bonusów rocznych warunkowych
- kwota 1 875,14 zł z tytułu bonusu za wzrost obrotu
- kwota 3 892,45 zł z tytułu reklamy centralnej

- kwota 2 684 zł z tytułu ekspozycji produktów

Łączny koszt opłat uiszczonych przez powódkę na rzecz pozwanego (...) sp. z o.o. P. I wyniósł 34 251,38 zł. Na powyższą kwotę składały się następujące należności:

- kwota 8 658,54 zł z tytułu bonusów kwartalnych warunkowych
- kwota 9 046,14 zł z tytułu bonusów rocznych warunkowych
- kwota 1 948,04 zł z tytułu bonusu za wzrost obrotu
- kwota 4 117,70 zł z tytułu reklamy centralnej
- kwota 10 480,96 zł z tytułu wsparcia marketingowego

Natomiast łączny koszt opłat uiszczonych przez powódkę na rzecz (...) sp. z o.o. G. I wyniósł 20 987,65 zł. Na powyższą kwotę składały się następujące należności:

- kwota 6 650,02 zł z tytułu bonusów kwartalnych warunkowych
- kwota 4 907,07 zł z tytułu bonusów rocznych warunkowych
- kwota 855,94 zł z tytułu bonusu za wzrost obrotu
- kwota 3 991,08 zł z tytułu reklamy centralnej
- kwota 4 583,54 zł z tytułu ekspozycji produktów

Powódka złożyła do Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy w W. pięć wniosków o zawiązanie do próby ugodowej:

1. wniosek z dnia 25 marca 2011 r. z udziałem (...) sp. z o.o. S. w sprawie o zapłatę kwoty 38 415,45 zł. Odpis wniosku w powyższej sprawie został pozwanemu doręczony w dniu 25 lipca 2011 r. Na rozprawie w dniu 17 sierpnia 2011 r. w sprawie o sygn. akt XV GCo 268/11 przewodniczący stwierdził, że do zawarcia ugody nie doszło.
2. wniosek z dnia 24 marca 2011 r. z udziałem (...) sp. z o.o. R. w sprawie o zapłatę kwoty 1 790 zł. Odpis wniosku w powyższej sprawie został pozwanemu doręczony w dniu 2 maja 2011 r. Na rozprawie w dniu 10 czerwca 2011 r. w sprawie o sygn. akt XV GCo 240/11 przewodnicząca stwierdziła, że do zawarcia ugody nie doszło.
3. wniosek z dnia 17 maja 2011 r. z udziałem (...) sp. z o.o. T. w sprawie o zapłatę kwoty 21 583,26 zł. Odpis wniosku w powyższej sprawie został pozwanemu doręczony w dniu 29 sierpnia 2011 r. Na rozprawie w dniu 21 września 2011 r. w sprawie o sygn. akt XV GCo 405/11 przewodniczący stwierdził, że do zawarcia ugody nie doszło.
4. wniosek z dnia 17 maja 2011 r. z udziałem (...) sp. z o.o. P. I w sprawie o zapłatę kwoty 34 251,38 zł. Odpis wniosku w powyższej sprawie został pozwanemu doręczony w dniu 18 lipca 2011 r. Na rozprawie w dniu 26 sierpnia 2011 r. w sprawie o sygn. akt XV GCo 391/11 przewodnicząca stwierdziła, że do zawarcia ugody nie doszło.
5. wniosek z dnia 25 marca 2011 r. z udziałem (...) sp. z o.o. G. I w sprawie o zapłatę kwoty 20 987,65 zł. Odpis wniosku w powyższej sprawie został pozwanemu doręczony w dniu 1 sierpnia 2011 r. Na rozprawie w dniu 26 września 2011 r. w sprawie o sygn. akt XV GCo 254/11 przewodniczący stwierdził, że do zawarcia ugody nie doszło.

Sąd Okręgowy wskazał, że w każdej z połączonych spraw powódka dochodziła roszczenia o zwrot bezprawnie uzyskanych korzyści z tytułu dokonania przez pozwaną czynu nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z 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 przyjęcie towaru do sprzedaży. Nie jest dopuszczalne pobieranie od przedsiębiorcy opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze sprzedażą towarów ostatecznym odbiorcom, bowiem

kupujący nie spełnia już w tym momencie żadnych świadczeń na rzecz sprzedawcy, a wszelkie działania promocyjno – marketingowe mają w rzeczywistości na celu korzystne sprzedanie przez kupującego własnego towaru.

Sąd Okręgowy wskazał, iż stosownie do treści art. 20 u.z.n.k. roszczenia z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji ulegają przedawnieniu z upływem lat trzech, przy czym termin przedawnienia biegnie oddzielnie co do każdego naruszenia. Cytowany przepis nie reguluje początku biegu przedawnienia roszczeń z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji. Stosując art. 442¹ k.c. per analogiam przyjąć należy, że w stosunku do wszystkich majątkowych roszczeń opartych na ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przedawnienie rozpoczyna swój bieg z chwilą, gdy poszkodowany dowiedział się o czynie nieuczciwej konkurencji i o osobie ponoszącej odpowiedzialność za jego popełnienie. Obie te przesłanki muszą zostać spełnione łącznie, tzn. uprawniony powinien mieć świadomość wszystkich elementów konstytutywnych przysługujących mu roszczeń [tak wyrok SN z dnia 16 marca 2005 r., II CK 538/04]. Natomiast wiedza poszkodowanego o czynie nieuczciwej konkurencji powinna być na tyle dokładna, aby umożliwić mu spełnienie wymogów z art. 187 § 1 k.p.c., tj. dokładne określenie żądania pozwu, przytoczenie uzasadniających je okoliczności faktycznych [wyrok Sądu Najwyższego z dnia 13 stycznia 2004 r., V CK 172/03, LEX nr 182118].

Bieg terminu przedawnienia w połączonych sprawach rozpoczął się od chwili powstania po stronie powódki roszczenia o zwrot uzyskanych przez pozwanych korzyści, a więc od chwili powstania po stronie pozwanych przysporzenia na skutek dokonania czynu nieuczciwej konkurencji. Z uwagi na brak wykazania przez którąkolwiek ze stron konkretnego dnia, w którym dokonano kompensat kwot kwestionowanych przez powodową spółkę w każdym z pięciu powództw należało przyjąć, że miało ono miejsce nie wcześniej, niż po upływie trzydziestodniowego terminu płatności wskazanego w opiewających na te kwoty fakturach. Tym samym pierwsze przysporzenia po stronie pozwanych, w związku z którym wystawiono faktury VAT (sygn. akt XVI GC 500/12: k. 50; sygn. akt XVI GC 510/12: k. 21; sygn. akt XVI GC 520/12: k. 21; sygn. akt XVI GC 530/12: k. 26; sygn. akt XVI GC 580/12: k. 23) nastąpiło w dniu 25 kwietnia 2008 r., zaś kolejne następowały w terminach późniejszych. Zgodnie z art. 123 § 1 pkt 1 k.c. bieg przedawnienia przerywa się przez każdą czynność przed sądem lub innym organem powołanym do rozpoznawania spraw. Mając na względzie powyższe Sąd uznał, iż powódka przerwała bieg przedawnienia wszystkich roszczeń dochodzonych niniejszym pozwem składając do Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy kolejne wnioski o zawezwanie do próby ugodowej (sygn. akt XV GCo 268/11: wniosek k 2-7; sygn. akt XV GCo 240/11: wniosek k. 2-6; sygn. akt XV GCo 405/11: wniosek k. 2-7; sygn. akt XV GCo 391/11: wniosek k. 2-7; sygn. akt XV GCo 254/11: wniosek k. 2-7). Zgodnie zaś z art. 124 § 1 i 2 k.c. po każdym przerwaniu przedawnienia biegnie ono na nowo. W razie przerwania przedawnienia przez czynność w postępowaniu przed sądem, przedawnienie nie biegnie na nowo dopóki postępowanie nie zostanie zakończone. Postępowania z wniosku powódki o zawezwanie do próby ugodowej zostały zakończone po przeprowadzeniu rozpraw w dniach 17 sierpnia 2011 r., 10 czerwca 2011 r., 21 września 2011 r., 26 sierpnia 2011 r. oraz 26 września 2011 r., zatem dopiero od tych dni można mówić o ponownym rozpoczęciu biegu terminu przedawnienia roszczeń powódki. Pozwy w połączonych sprawach zostały wniesione w dniu 9 lipca 2012 r. lub 23 lipca 2012 r., toteż zarzut przedawnienia Sąd I instancji uznał za chybiony.

Sąd Okręgowy stwierdził, że z brzmienia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wynika, że nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnienie dostępu do rynku. Kwalifikacja takiego działania jako utrudniającego dostęp do rynku została dokonana przez samego ustawodawcę.

Sąd Okręgowy doszedł do przekonania, że powódka nie miała realnego wpływu na treść podpisanych umów handlowych i marketingowych, ani też realnych możliwości rezygnacji ze świadczenia dodatkowych opłat, pod rygorem zerwania współpracy. Gdyby jakiegokolwiek negocjacje były faktycznie między stronami możliwe, oczywistym jest, iż powódka dążyłaby do likwidacji opłat lub przynajmniej ustalenia ich na jak najniższym poziomie, tymczasem jak wynika z zeznań świadków M. M. i J. M., oraz treści samych umów handlowych i marketingowych, wysokość opłat w kolejnych latach współpracy wzrastała. Co istotne, jak zeznała świadek J. M., jeśli powódka nie godziła się na podpisywanie umów lokalnych o świadczenie usług promocyjnych w ramach konkretnego marketu, to dany sklep w ogóle odmawiał składania zamówień. Powyższe pozwala na przyjęcie, że przewidziane w umowach handlowych i

marketingowych dodatkowe opłaty były jednostronnie narzucone przez pozwanych i bez ich ponoszenia nie byłaby możliwa współpraca handlowa stron. Pozwani wykorzystywali swoją silniejszą pozycję na rynku, aby narzucać warunki współpracy mniejszemu przedsiębiorcy, jakim była powodowa spółka. W rezultacie nie sposób zatem twierdzić, że strony prowadziły negocjacje co do treści łączących je umów, a powódka w sposób dobrowolny przyjęła takie warunki współpracy.

Sąd Okręgowy doszedł do przekonania, że pozwani pobierali od powódki opłaty za świadczenia związane ze sprzedażą towarów, jednak jedynie w odniesieniu do opłat z tytułu usług marketingowych. Bezsporne jest to, że powódka obciążała pozwanych fakturami z tytułu sprzedaży towarów. Rozliczenie z tytułu wzajemnie wystawionych faktur odbywało się poprzez pomniejszenie zapłaty ceny sprzedaży o wartość obciążeń z tytułu usług i bonusów. Opisany sposób rozliczenia został przewidziany w punkcie 2.5.1 lub 2.5 każdej z kolejnych umów handlowych.

W ocenie Sądu I instancji pozwani nie udowodnili faktycznego wykonywania jakichkolwiek usług na rzecz powódki. W obu połączonych sprawach pozwane spółki ograniczyły się jedynie do przedstawienia nieczytelnych fotografii ekspozycji sklepowej (sygn. akt XVI GC 500/12; sygn. akt XVI GC 520/12; sygn. akt XVI GC 530/12; sygn. akt XVI GC 580/12), bez wskazania kiedy i w którym miejscu zostały one zrobione. Nie przedstawiono także żadnych danych na temat tego jakie konkretnie czynności były podejmowane w ramach usług, gdzie i ile razy miały one miejsce ani jaka była ich rzeczywista wartość. Zdaniem Sądu działania polegające na ustawieniu towarów w odpowiednim miejscu sklepu nie sposób uznać za świadczenie ekwiwalentne w stosunku do pobieranych z tego tytułu opłat. Powyższe jest czynnością, którą i tak musieliby podjąć, żeby zakupiony od powódki towar sprzedać finalnym odbiorcom. Decyzje pozwanych odnośnie umiejscowienia i oznaczenia konkretnych towarów w ich sklepach należą do zwykłej działalności sprzedawców, a ponadto leżą w ich wyłącznym interesie, gdyż zwiększają szanse na sprzedaż tych towarów i uzyskanie w tego tytułu przychodu. Dostarczane przez powódkę i sprzedawane przez pozwanych towary w chwili wystawienia ich w przestrzeni handlowej sklepu stanowiły już własność pozwanych, w związku z czym to na nich spoczywało ryzyko gospodarcze związane z ich zakupem przez klientów finalnych i to w ich interesie ekonomicznym leżało zwiększenie obrotów oraz osiągnięcie zysku z prowadzonej działalności gospodarczej. Obarczanie powodowej spółki koniecznością ponoszenia opłat z tytułu działalności marketingowej sklepu wielkopowierzchniowego (ekspozycja towarów) należy zakwalifikować jako przerzucanie na dostawcę kosztów tej działalności. W tej sytuacji brak jest podstaw do przyjęcia, że w zamian za poniesione opłaty powódka otrzymywała od pozwanych ekwiwalentne świadczenie.

W ocenie Sądu Okręgowego, przewidziane w umowach stron bonusy kwartalne, roczne oraz za wzrost obrotu były w istocie sposobem retroaktywnej modyfikacji cen, po jakich powódka sprzedawała swoje towary pozwanemu, nie mogą być więc rozumiane jako wskazana w art. 15 ust. 4 u.z.n.k. inna niż marża handlowa opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Wprowadzenie do umowy postanowienia zastrzegającego zapłatę bonusów warunkowych kwartalnego i rocznego oraz za wzrost obrotu w wysokości określonej z góry, a także brak powiązania opłat z ich tytułu z jakimkolwiek świadczeniem wzajemnym pozwanych pozwala na uznanie, że w ten sposób strony skonstruowały mechanizm określania ceny sprzedaży, a co za tym idzie wysokości marży. W świetle zasady swobody umów, wynikającej z art. 353¹ k.c., podmioty, które zamierzają przez dany okres pozostawać w stałych stosunkach handlowych, mogą umówić się, co do tego, jak będzie kształtować się treść przyszłych szczegółowych umów zawieranych między nimi, w tym również mogą określić zasady kształtowania ceny w przyszłych umowach sprzedaży. Nie jest tu wykluczone uzależnienie wysokości ceny jednostkowej towaru od ogólnej wielkości lub wartości obrotu pomiędzy stronami w danym przedziale czasowym.

Na marginesie powyższych rozważań Sąd I instancji zaznaczył, że w całości przychylił się do stanowiska Naczelnego Sądu Administracyjnego wyrażonego w uchwale z dnia 25 czerwca 2012 r. [I FPS 2/12, ONSAiWSA 2013/6/85], zgodnie z którym „decydująca dla oceny charakteru określonego świadczenia powinna być nie nazwa, lecz treść tego świadczenia dokonana na podstawie obiektywnej analizy całokształtu okoliczności faktycznych. Nazwanie zatem przez strony umowy danego świadczenia premią nie wyłącza możliwości uznania go za rabat w rozumieniu art. 29 ust. 4 ustawy o podatku od towarów i usług”. W przedmiotowej sprawie bonusy kwartalne, roczne oraz od obrotu posiadały

cechy rabatu rzutującego na wielkość marży handlowej, nie można więc uznać, że potrącenie przez pozwanych należności z tego tytułu za opłatę niedopuszczalną.

Reasumując, Sąd Okręgowy uznał za czyny nieuczciwej konkurencji działania pozwanych polegające na pobieraniu od (...) spółki z o.o. opłat z tytułu ekspozycji towarów, reklamy centralnej oraz wsparcia marketingowego.

Zgodnie z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w razie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji przedsiębiorca, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści na zasadach ogólnych. Skutkiem działania pozwanych w postaci pobrania wynagrodzenia za usługi reklamy centralnej i dodatkowej ekspozycji w łącznej wysokości odpowiednio 19 008,82 zł przez (...) sp. z o.o. S., 197,75 zł przez (...) sp. z o.o. R., 6 576,45 zł przez (...) sp. z o.o. T., 14 598,66 zł przez (...) sp. z o.o. P. I oraz 8 574,62 zł przez (...) sp. z o.o. G. I z przysługującego powódce wynagrodzenia za dostarczone towary po stronie każdego z pozwanych nastąpiło przysporzenie w postaci zmniejszenia pasywów. Równocześnie zaś po stronie powódki nastąpiło zubożenie w postaci otrzymania wynagrodzenia mniejszego, niż było jej należne. Sama zaś czynność pobrania została dokonana bez podstawy prawnej. Pozwanym w istocie nie przysługiwała wiarygodność z tytułu świadczonych usług – ich istnienie bowiem było fikcją mającą za zadanie ukrycie poboru dodatkowych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Pobranie powyższych kwot stanowiło tym samym delikt z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Świadczenia te należało więc uznać za bezpodstawnie uzyskane przez pozwanych kosztem powódki, dlatego sąd I instancji zasądził ich zwrot w punktach 1. części I., II., III., IV. i V wyroku.

W zakresie roszczeń o zapłatę odsetek Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 455 k.c. w zw. z art. 481 § 1 k.c., zasądzając je od dni następujących po doręczeniu każdemu z pozwanych odpisów wniosków o zawiązanie do próby ugodowej. W pozostałym zakresie roszczenia o zapłatę odsetek zostały oddalone.

Wobec przyjęcia, że pobranie od powódki przez pozwanych bonusów kwartalnych warunkowych, bonusów rocznych warunkowych oraz bonusów za wzrost obrotu w łącznej kwocie odpowiednio 19 406,63 zł przez (...) sp. z o.o. S., 1 591,58 zł przez (...) sp. z o.o. R., 15 006,81 zł przez (...) sp. z o.o. T., 19 652,72 zł przez (...) sp. z o.o. P. I oraz 12 413,03 zł przez (...) sp. z o.o. G. I nie stanowiło czynu nieuczciwej konkurencji, roszczenia powódki o zwrot powyższych należności sąd I instancji oddalił.

O kosztach procesu Sąd Okręgowy rozstrzygnął odrębnie dla każdej z połączonych spraw na podstawie art. 108 k.p.c.

Apelację od powyższego wyroku wnieśli powód oraz pozwani.

Powód zaskarżył wyrok w części, to jest pkt I ppkt 2 i 3, pkt II ppkt 2 i 3, pkt III ppkt 2 i 3, pkt IV ppkt 2 i 3 i pkt V ppkt 2 i 3 i zarzucił naruszenie:

1) art. 232 k.p.c. i 233 § 1 k.p.c. w związku z art. 229 k.p.c. i 230 k.p.c., polegające na błędnej ocenie zgromadzonego w aktach materiału dowodowego, z pominięciem wskazań logiki i doświadczenia życiowego, w odniesieniu do tzw. „bonusów”:

- przez uznanie tych „bonusów” za część marży (element ceny) w sytuacji gdy były one pobierane przez pozwanych rocznie, kwartalnie oraz warunkowo cały czas od tego samego wolumenu sprzedaży co oznacza, że od tej samej wartości sprzedaży raz był pobierany przez pozwanych bonus kwartalny, ponownie roczny i ponownie warunkowy;
- przez uznanie przez sąd, że pozwani przekroczyli progi sprzedaży uprawniające ich do pobierania bonusów podczas gdy powód kwestionował tę okoliczność a pozwani jej nie wykazali;
- przez uznanie „bonusów” za rabaty wbrew przyznaniu przez pozwanych wyrażonym w odpowiedziach na pozew, że pozwani bonusy rozumieją jako usługę;

- przez przyjęcie przez sąd, że „bonus” jako „rabat” może być wyrażony nie w odniesieniu do konkretnego towaru (rodzaju towaru) ale łącznie do wszystkich rodzajów sprzedanego towaru niezależnie od jego ilości, ceny katalogowej, jako wartość globalna całego obrotu zrealizowanego pomiędzy powodem a pozwanym co w uniemożliwia określenie i rozliczenie rabatu dla poszczególnego towaru.

2) art. 353¹ k.c. w zw. z art. 536 § 1 k.c. i art. 3 ust. 1 pkt 1) i 6) ustawy o cenach przez ich błędną wykładnię i przyjęcie, że „bonusy” jakie naliczali pozwani powodowi były elementem marży podczas gdy były one dokumentowane notami księgowymi nie zawierającymi podatku od towarów i usług a z art. 3 ust. 1 pkt 1) ustawy o cenach (wówczas obowiązującej ale i obecnie również w ustawie o informowaniu o cenach towarów i usług - art. 3 ust. 2) wynika wprost, że w cenie musi być zawarty podatek od towarów i usług co oznacza a contrario, że bonusy już choćby z tego względu nie mogły być elementem ceny; nadto, obowiązujące do dnia 31.12.2010 r. przepisy o podatku od towarów i usług umożliwiały dokumentowanie rabatów tylko w formie faktury korygującej sprzedawcy a nie w formie noty odbiorcy;

3) art. 65 k.c. przez przyjęcie przez sąd, że z umów zawartych pomiędzy powodem a pozwanymi wynikało, że „bonus” jest „rabatem” podczas gdy literalna i logiczna wykładnia zapisów dotyczących „bonusów” do takiego wniosku prowadzić nie może;

4) art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, polegające na jego błędnym zastosowaniu.

W konkluzji skarżący wniósł o zmianę wyroku poprzez zasądzenie od pozwanych na rzecz powoda odpowiednio:

- od (...) sp. z o.o. S. sp. k. dalszej kwoty 19,406,63 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 26 lipca 2011 roku do dnia zapłaty;
- od (...) sp. z o.o. R. sp. k. dalszej kwoty 1.591,58 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 3 maja 2011 roku do dnia zapłaty;
- od (...) sp. z o.o. T. sp. k. dalszej kwoty 15.006,81 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 30 sierpnia 2011 roku do dnia zapłaty;
- od (...) sp. z o.o. P. I sp. k. dalszej kwoty 19.652,72 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 19 lipca 2011 roku do dnia zapłaty;
- od (...) sp. z o.o. G. I sp. k. dalszej kwoty 12.413,03 zł wraz z ustawowymi odsetkami liczonymi od dnia 2 sierpnia 2011 roku do dnia zapłaty,

nadto wniósł o zasądzenie od pozwanych zwrotu kosztów postępowania.

Każdy z pozwanych złożył apelację zaskarżając wyrok w części uwzględniającej powództwo w stosunku do niego.

Zarzuty podniesione w tych apelacjach są tożsame.

Pozwani zarzucili:

1. nieważność postępowania wobec nienależytego umocowania pełnomocnika powoda, który to brak nie może być sanowany na obecnym etapie postępowania poprzez ew. zatwierdzenie czynności przez stronę (art. 379 pkt 2 KPC w zw. z art. 97 § 2 KPC), naruszenie art. 252 kodeksu spółek handlowych poprzez jego niezastosowanie i nierozpoznanie zarzutów pozwanych dotyczących nieważności uchwały nr (...) z dnia 30.04.2012 r. o powołaniu M. M. na stanowisko Prezesa Zarządu Powoda, uchwały nr (...) z dnia 30.04.2012 r. o powołaniu A. K. na stanowisko Członka Zarządu Powoda oraz uchwały (...) z dnia 4.09.2013 r. o powołaniu A. B. na stanowisko Prezesa zarządu Powoda,

2. naruszenie przepisów postępowania, mające wpływ na wynik postępowania, to jest:

a) art. 228 KPC i 233 § 1 KPC poprzez pominięcie faktów notoryjnych przy wyrokowaniu, a opisanych szerzej w uzasadnieniu apelacji, a także poprzez dokonanie oceny dowodów zebranych w sprawie niezgodnie z ich treścią oraz sprzecznie z zasadami logiki i doświadczenia życiowego, jak również z naruszeniem zasady wszechstronnej oceny materiału dowodowego, prowadzące do błędnych ustaleń faktycznych, iż:

- wierzytelności Pozwanego z faktur i not obciążeniowych objętych pozwem zostały potrącone z wierzytelnościami Powoda z tytułu zapłaty ceny za dostarczony towar, a tym samym nastąpiło zubożenie Powoda, podczas gdy Powód nie przedstawił dowodu na okoliczność zapłacenia Pozwanemu należności objętych pozwem, w szczególności na okoliczność potrącenia wierzytelności Pozwanego z tytułu usług marketingowych i opłat za reklamę centralną z wierzytelnościami Powoda z tytułu faktur sprzedażowych,
- warunki umów zostały narzucone przez Pozwanego, podczas gdy umowy były negocjowane,
- korzystne zbycie zakupionych od Powoda towarów finalnemu odbiorcy stanowi wyraz realizacji wyłącznie własnego interesu Pozwanego, po dokonaniu zakupu kupujący nie spełnia już żadnych świadczeń na rzecz sprzedawcy, a ogół podejmowanych wówczas przez niego działań promocyjno-marketingowych dotyczących odsprzedawanych towarów służy korzystnemu zbyciu ich przez kupującego finalnemu odbiorcy, podczas gdy wskazana działalność marketingowa przekładała się na zwiększenie ilości sprzedawanego towaru Powoda, zwiększoną ilość zamówień u Powoda, promocję marki Powoda i zwiększenie jej rozpoznawalności, a także zapewnienie stałego rynku zbytu dla Powoda,
- odpowiednie lokowanie sprzedawanych towarów na paletach i w koszach z wyróżnionym logo Powoda lub jego nazwą handlową nie stanowi usług o charakterze marketingowym, podczas gdy przedstawione działania stanowią odpłatną usługę marketingową,
- usługi promocyjne i marketingowe nie były wykonywane na rzecz Powoda, logo Powoda nie było wyróżniane, podczas gdy z zebranego materiału dowodowego (zeznania świadków, zdjęcia) wynika, iż usługi marketingowe były wykonywane na rzecz Powoda, było promowane logo Powoda lub jego nazwa handlowa,

b) art. 328 § 2 KPC poprzez brak właściwego wyjaśnienia podstawy prawnej wyroku;

3. naruszenie prawa materialnego, to jest:

a) art. 353¹ kodeksu cywilnego poprzez nieuwzględnienie woli i swobody stron w zakresie ułożenia stosunku prawnego wedle własnego uznania oraz uznanie, że Powód nie miał realnych możliwości rezygnacji z korzystania z usług dodatkowych oraz przewidzianych umowami bonusów pod rygorem zerwania z nim współpracy, podczas gdy powód nie zgłaszał jakichkolwiek zastrzeżeń do współpracy, a intencją stron było nie tylko uregulowanie kwestii związanych z ceną dostarczanych produktów, ale także uregulowanie wzajemnej współpracy, w tym w zakresie promowania dostarczanych przez Powoda produktów i jego logo,

b) art. 5 KC poprzez zasądzenie na rzecz Powoda kwot wynikających z wystawionych przez Pozwanego faktur, podczas gdy uwzględnienie żądań Powoda jest sprzeczne z zasadami współżycia społecznego, gdyż strony ponad 10 lat współpracowały ze sobą a Powód godził się na te obciążenia i nigdy ich nie kwestionował uznając, że pomimo tych obciążeń dociera do szerszego grona klientów, a tym samym zwiększa się jego dostęp do rynku,

c) art. 20 UZNK poprzez jego zastosowanie w sprawie w zakresie ustalenia terminu przedawnienia roszczeń o zwrot uiszczonych opłat oraz art. 554 KC poprzez jego niezastosowanie w sprawie, co doprowadziło do błędnego ustalenia, że dochodzone roszczenia nie uległy przedawnieniu,

d) art. 18 ust. 1 pkt 5 UZNK w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK w zw. z art. 405 KC w zw. z art. 230 KPC w zw. z 410 KC w zw. z art. 6 KC poprzez niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że Pozwany uzyskał korzyść majątkową kosztem Powoda w wysokości opłat objętych żądaniem pozwu, podczas gdy Powód nie przedstawił dowodu na okoliczność zapłacenia

Pozwanemu należności objętych pozwem, a nadto Powód doliczał wartość obciążeń do ceny, po jakiej sprzedawał towar Pozwanemu i Pozwany płacił Powodowi cenę wyższą o te obciążenia,

e) art. 6 KC w zw. z art. 15 ust. 1 pkt. 4 UZNK poprzez przyjęcie, że ciężar udowodnienia okoliczności, które miałyby wyłączyć kwalifikację określonego świadczenia jako świadczenia niedopuszczalnego w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK spoczywa na Pozwanym podczas gdy Pozwanego taki ciężar dowodu nie obciąża to na Powodzie spoczywa ciężar wykazania, iż Pozwany popełnił czyn nieuczciwej konkurencji, wskutek czego utrudnił Powodowi dostęp do rynku,

f) art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK w zw. z art. 6 KC poprzez zasądzenie kwot żądanych w pozwie mimo braku wykazania przez Powoda utrudnienia mu przez Pozwanego dostępu do rynku,

g) art. 18 ust. 1 pkt. 5 w zw. z art. 15 ust. 1 pkt. 4 UZNK poprzez ich błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie, polegające na przyjęciu przez Sąd I instancji, że naliczanie przez Pozwanego należności związanych z usługami marketingowymi i reklamą centralną stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji, co uprawnia Powoda do żądania wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści na zasadach ogólnych,

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

i) art. 3 ust. 1 UZNK poprzez jego niezastosowanie, to jest poprzez brak zbadania, czy działania Pozwanego były sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, a także czy zagrażały lub naruszały interes Powoda,

j) art. 6 KC przez przyjęcie, że Pozwany nie udowodnił faktu wykonywania usług marketingowych, podczas gdy Powód potwierdził fakt wykonania tych usług przez zaakceptowanie swoim podpisem na porozumieniach dotyczących świadczenia przez Pozwanego na rzecz Powoda usług marketingowych i nie kwestionował faktu wykonania usług aż do złożenia w 2011 r. wniosku o zawiązanie do próby ugodowej, a Pozwany wykazał fakt wykonania usług dokumentacją zdjęciową i zeznaniami świadków,

k) art. 455 KC w zw. z art. 481 § 1 KC poprzez niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że wniosek o zawiązanie do próby ugodowej stanowił wezwanie Pozwanego do spełnienia świadczenia, a tym samym że odsetki należą się Powodowi już od dnia następnego po doręczeniu Pozwanemu tego wniosku, podczas gdy Powód może domagać się odsetek najwcześniej od dnia doręczenia Pozwanemu pozwu,

l) zasady swobody przedsiębiorczości określonej w art. 49 TFUE, poprzez jej niezastosowanie w sprawie,

m) klauzuli konwergencyjnej zawartej w art. 3 ust. 2 Rozporządzenia Rady nr 1/2003 z dnia 16.12.2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu Ustanawiającego Unię Europejską, poprzez jej niezastosowanie w sprawie.

W konkluzji skarżący wnieśli o: uchylenie wyroku, zniesienie postępowania w zakresie dotkniętym nieważnością, to jest w całości (od wniesienia pozwu) oraz przekazanie sprawy Sądowi I instancji do ponownego rozpoznania, z pozostawieniem temu Sądowi rozstrzygnięcia o kosztach postępowania apelacyjnego, alternatywnie zmianę zaskarżonego wyroku poprzez oddalenie powództwa i zasądzenie od powoda na rzecz każdego z pozwanych kosztów procesu,

ewentualnie, uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy Sądowi I instancji do ponownego rozpoznania.

Jednocześnie skarżący wnieśli o:

1. zwrócenie się przez Sąd Apelacyjny z pytaniem do Trybunału Sprawiedliwości UE (dalej: TSUE) o to, czy art. 49 TFUE oraz art. 3 ust. 2 Rozporządzenia Rady nr 1/2003 z dnia 16.12.2002 r. stoi na przeszkodzie stosowaniu takiej wykładni przepisu art. 15 ust 1 pkt 4 UZNK, zgodnie z którą:

a) pobieranie innych niż marża handlowa opłat, takich jak opłaty za usługi marketingowe związane z promocją logo lub nazwy handlowej (firmy) dostawcy, także w przypadku sprzedaży przez odbiorcę towarów stanowiących już jego własność jest czynem nieuczciwej konkurencji niezależnie od tego, czy wskutek pobierania takich opłat następuje utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku,

b) pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży stanowi czyn nieuczciwej konkurencji bez jednoczesnego badania i ustalenia, czy działanie takie jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami oraz czy zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy,

2. przedstawienie Sądowi Najwyższemu do rozstrzygnięcia zagadnień prawnych budzących poważne wątpliwości:

a) czy w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK (przy uwzględnieniu zasady swobody umów, unijnej swobody przedsiębiorczości zagwarantowanej w art. 49 TFUE oraz treści klauzuli konwergencyjnej zawartej w art. 3 ust. 2 Rozporządzenia Rady nr 1/2003 z dnia 16.12.2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu Ustanawiającego Unię Europejską) konieczne jest - dla ustalenia popełnienia przez przedsiębiorcę czynu nieuczciwej konkurencji - badanie przez sąd przesłanki „utrudniania dostępu do rynku”, a nadto czy jest konieczne badanie przesłanek wskazanych w art. 3 UZNK, to jest występowania „działań sprzecznych z prawem lub dobrymi obyczajami” oraz „zagrożenia lub naruszenia interesu innego przedsiębiorcy lub klienta”, a w przypadku odpowiedzi pozytywnej, kto powinien okoliczności te udowodnić: przedsiębiorca, któremu zarzuca się popełnienie czynu nieuczciwej konkurencji, czy też przedsiębiorca, który zarzuca innemu przedsiębiorcy popełnienie czynu nieuczciwej konkurencji,

b) czy w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK czynem nieuczciwej konkurencji jest pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży w sytuacji, gdy w wyniku prowadzonej współpracy przedsiębiorca uzyskał łatwiejszy i szerszy dostęp do rynku.

Sąd Apelacyjny zważył:

Wnioski pozwanych o zwrócenie się przez Sąd Apelacyjny z pytaniem do Trybunału Sprawiedliwości UE oraz o przedstawienie Sądowi Najwyższemu do rozstrzygnięcia zagadnień prawnych budzących poważne wątpliwości, zostały przez Sąd Apelacyjny pominięte albowiem postawione we nioskach pytania do Trybunału Sprawiedliwości UE w świetle poczynionych ustaleń faktycznych pozbawione są doniosłości prawnej, zaś rozważenie przez Sąd Najwyższy przedstawionych przez apelujących zagadnień prawnych nie wpłynie na rozstrzygnięcie niniejszej sprawy.

Wszystkie apelacje podlegają oddaleniu na podstawie art. 385 k.p.c.

Podniesiony przez pozwanych zarzut nieważności postępowania jest chybiony. Pełnomocnik powoda był należycie umocowany w postępowaniu przed sądem I instancji.

Sąd Apelacyjny podziela stanowisko wyrażone w uchwale 7 sędziów Sądu Najwyższego z 18.09.20213. sygn. akt III CZP 13/13, iż wyrok sądu stwierdzający nieważność sprzecznej z ustawą uchwały wspólników spółki z o.o. lub uchwały walnego zgromadzenia spółki akcyjnej ma charakter konstytutywny, co oznacza, iż dopóki uchwała taka nie zostanie prawomocnym wyrokiem sądu unieważniona, dopóty jest ważna i skuteczna. Wobec braku wyroku stwierdzającego nieważność uchwały nr(...) z 30.04.2012r. o powołaniu M. M. na stanowisko Prezesa zarządu powodowej spółki, uchwały nr (...) z 30.04.2012r. o powołaniu A. K. na stanowisko członka zarządu tej spółki i uchwały nr(...) z 4.09.2013r. o powołaniu A. B. na stanowisko Prezesa zarządu powoda, brak jest podstaw do przyjęcia, że pełnomocnictwo złożone przez adwokata I. M. udzielone zostało przez osoby nie upoważnione do reprezentowania powódki. W niniejszym postępowaniu pozwany nie przysługuje zarzut z art.252 k.s.h., zatem Sąd I instancji nie był

zobowiązany do jego rozpoznania. Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z 18.02.2016r. sygn. I CSK 156/15, LEX nr 2023924, artykuł 252 k.s.h. stanowi regulację szczególną i wprowadził szczególną postać sankcji nieważności, różniącą się od tradycyjnie rozumianej nieważności bezwzględnej w rozumieniu art. 58 k.c., bliższą konstrukcji nieważności względnej, określanej również jako "unieważnialność", "wzruszalność" lub "zaczepialność". Prawo do wytoczenia powództwa o stwierdzenie takiej nieważności ograniczone jest podmiotowo i czasowo.

Ustalenia faktyczne poczynione przez sąd I instancji są prawidłowe i Sąd Apelacyjny przyjmuje je za własne.

Odnosnie apelacji pozwanych.

Zarzut naruszenia art. 233 par. 1 k.p.c. jest bezzasadny. Powódka załączyła do pozwu noty obciążeniowe oraz faktury wystawione przez pozwaną wskazujące jako sposób zapłaty kompensatę a świadek B. M. (k.219) zeznała, że należności z faktur wystawianych przez pozwaną były potrącane z należnościami powódki z tytułu ceny za towar. Tak samo zeznała księgowa powódki J. M. (k.217). Pozwana nie kwestionowała i nie podważyła tych zeznań, zatem prawidłowo przyjął sąd I instancji, że fakt pobrania przez pozwaną opłat będących przedmiotem niniejszego sporu został wykazany. Pobranie polegało na tym, że pozwana uiszczając cenę pomniejszała zapłatę o kwoty wskazane w wystawionych przez nią notach i fakturach, przez co osiągała bezpodstawną korzyść polegającą na redukcji swego długu względem powódki.

Zarzuty pozwanej odnoszące się do ustaleń faktycznych sądu I instancji stanowią zwykłą polemikę z tymi ustaleniami. Pozwana nie wykazuje, że konkretne dowody zostały przez ten sąd ocenione niezgodnie z zasadami wiedzy i doświadczenia życiowego, oraz że wyciągnięte na ich podstawie wnioski są sprzeczne z logiką i doświadczeniem życiowym. Apelacja ta zawiera jedynie twierdzenia pozwanej, które wymagają udowodnienia i które nie znajdują oparcia w zgromadzonym materiale. Rację ma sąd I instancji, że lokowanie towarów w koszach i na paletach nie stanowi usług o charakterze marketingowym bądź promocyjnym na rzecz pozwanej, ale stanowi przejaw zwykłych czynności związanych z bieżącą działalnością handlową pozwanej. Umieszczenie przy towarze danych o jego cenie, parametrach i producencie stanowi niezbędne minimum informacji, które sprzedający zobowiązany jest przekazać potencjalnym nabywcom. Powódka nie posiada specjalnego logo, jak zeznał świadek (...), „Logo powoda to sama nazwa E.”, zatem umieszczenie tej nazwy przy produktach pochodzących od powódki nie stanowiło żadnej usługi promocyjnej na jej rzecz. Ewentualne zamieszczenie towaru powódki w gazetce stanowiło reklamę produktów oferowanych przez pozwaną do sprzedaży w jej sklepach za określoną przez nią cenę, słusznie zatem przyjął sąd I instancji, że nie jest usługą na rzecz powódki . Pobieranie opłat z tego tytułu wypełnia dyspozycję art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Pozwana nie wykazała, że prowadziła działalność marketingową w stosunku do produktów powódki, która przełożyła się na zwiększoną ilość zamówień sprzedawanego towaru, zatem w sposób nieuprawniony powołuje się na tę okoliczność.

W ramach swobody kontraktowej określonej art. 353¹ k.c. strony nie mogą skutecznie umówić się co do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji przez jedną z nich. Samo tylko nazwanie dodatkowych opłat opłatami za usługi, nie decyduje o rzeczywistym charakterze tych opłat. Zawarcie umowy dotyczącej dodatkowych usług wykonywanych przez nabywcę towaru na rzecz zbywcy jest dopuszczalne, jednak w sprawie niniejszej nie chodzi o zasadę ale o to, czy takie usługi były rzeczywiście świadczone przez stronę pozwaną na rzecz powódki. Sąd Apelacyjny podziela stanowisko sądu I instancji, że powódka wykazała, iż pozwana nie wywiązała się z przyjętego w tym względzie zobowiązania. Zarzut naruszenia art. 353¹ k.c. oraz art. 5 k.c. nie został przez stronę pozwaną udowodniony.

Chybiony jest zarzut naruszenia art. 20 UZNK, wbrew wywodom apelacji dla przedawnienia roszczeń objętych pozwem nie ma zastosowania art. 554 k.c. Sąd Apelacyjny w całości podziela w tym zakresie rozważania sądu I instancji i poczynione przez ten sąd ustalenia.

Chybiony jest zarzut naruszenia art. 18 ust. 1 pkt 5 UZNK w zw. z art. 15 ust.1 pkt 4 UZNK w zw. z art.405 k.c. pobieranie przez pozwaną opłat nie znajdujących uzasadnienia w ponoszonych przez nią kosztach związanych ze sprzedażą towarów nabytych od powódki prowadzi do uzyskiwania przez nią korzyści materialnej kosztem powódki oraz rodzi po stronie pozwanej obowiązek liczenia się z obowiązkiem zwrotu tych opłat, zatem pozwana nieskutecznie podnosi, że powódka nie wykazała, iż pozwana jest bezpodstawnie wzbogacona.

Rację ma sąd I instancji, że usługi świadczone przez kupującego na rzecz sprzedawcy towaru muszą mieć charakter rzeczywisty i nie mogą zmierzać wyłącznie do realizacji własnego interesu kupującego. Pobieranie opłat za usługi fikcyjne jest nieuczciwe i sprzeczne z dobrymi obyczajami kupieckimi, zatem wypełnia dyspozycją art. 3 UZNK. Nie sposób na gruncie niniejszej sprawy stwierdzić, że działanie strony pozwanej nie narusza interesu powódki, która zmuszona była uiszczać opłaty za usługi, które bezpośrednio przyczyniały się do zwiększenia obrotu i w konsekwencji zysku przede wszystkim strony pozwanej, a które nie miały bezpośredniego przełożenia na zakres owych usług i wyników finansowych osiąganych przez powódkę. Pobieranie tych opłat przez stronę pozwaną utrudniało powódce dostęp do rynku już choćby przez to, że aby móc zbywać towary na rynku kreowanym przez stronę pozwaną musiała ponosić dodatkowe ciężary finansowe bez stosownego ekwiwalentu. W tej sytuacji zarzut naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK jest nieuzasadniony. Powódka wykazała, że pobieranie przez pozwaną opłat nie mających ekwiwalentu w usługach pozwanej, będących de facto opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży utrudniało powódce dostęp do rynku.

W niniejszej sprawie nie znajdzie zastosowania rozporządzenie Komisji WE nr 2790/1999 z dnia 22.12.1999r. w sprawie stosowania art. 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych. Rozporządzenie to odnosi się do przeciwdziałania praktykom monopolowym i wchodzi w skład antymonopolowej regulacji unijnej skierowanej przeciwko poczynaniom zagrażającym konkurencyjnej strukturze wspólnego rynku. Pozwana nie wykazała, iż doszło do naruszenia przez sąd I instancji zasady swobody przedsiębiorczości określonej w art. 49 TFUE.

Podsumowując, zarzuty pozwanych dotyczące naruszenia wskazanych przez nich przepisów prawa materialnego są nieuzasadnione. Sąd I instancji prawidłowo przyjął, że pozwani popełnili czyny nieuczciwej konkurencji określone w art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK i prawidłowo zastosował art. 18 ust. 1 pkt 5 UZNK w zw. z art. 405 k.c. Chybiony jest także zarzut naruszenia art. 455 k.c. w zw. z art. 481 par. 1 k.c. Wezwanie do próby ugodowej, które w dostateczny sposób konkretyzuje roszczenie, stanowi jednocześnie wezwanie do spełnienia świadczenia, zatem rozstrzygnięcie sądu I instancji w przedmiocie odsetek za opóźnienie nie narusza prawa.

Odnosnie apelacji powódki.

Chybiony jest zarzut naruszenia art. 233 par. 1 k.p.c. i art. 232 k.p.c. w zw. z art. 229 k.p.c. i 230 k.p.c. Powódka nie wykazała, że sąd I instancji oceniając zgromadzone dowody uchybił zasadom wiedzy, logiki bądź doświadczenia życiowego, albo że dokonał oceny wybiórczej z pominięciem istotnych fragmentów materiału dowodowego. Rację ma sąd I instancji, że bonusy od obrotu: kwartalny, roczny, za wzrost obrotu ponad określony limit, miały charakter cenotwórczy.

Rację ma sąd I instancji, że w sytuacji, gdy strony pozostają w stałych stosunkach handlowych, możliwe jest uzależnienie ceny towaru od ogólnej wielkości lub wartości obrotu pomiędzy nimi w danym przedziale czasowym. Bonus jako rabat może być wyrażony nie w odniesieniu do konkretnego towaru ale łącznie do wszystkich rodzajów towaru sprzedanego w danym okresie jako wartość globalna obrotu zrealizowanego między stronami.

O tym, że bonusy kształtowały cenę sprzedaży przekonują zeznania świadków B. M. i J. M.. Świadek B. M. zeznała, że cennik skalkulowany przez powódkę uwzględniał obciążenia wynikające ze współpracy z pozwaną. Obciążenia procentowe były procentowo włączone do cennika (zeznania k.219 i 219v). Świadek zeznała także, że udzielanie rabatów jest praktyką handlową i że „chodzi o ich wysokość”. Świadek J. M. - księgowa powódki zeznała, że obciążenia procentowe, które były znane na początku roku, były elementem ceny towaru, podwyższały one cenę towarów powódki

(k.217), a M. M. -Prezes zarządu powódki zeznał, że w rozpatrywanym okresie cena produktów powódki była rynkowa (k.347).

Sama nazwa świadczenia „bonus” nie jest wystarczająca do przyjęcia, że stanowił on niedozwoloną opłatę półkową, decydujące znaczenia ma walor ekonomiczny takiego świadczenia oraz zgodna wola stron przy zawieraniu umowy. Z ekonomicznego punktu widzenia bonusy rzutowały na cenę towaru, jeśli zaś idzie o zgodną wolę stron, to Prezes zarządu powódki M. M. zeznał, że bonusy były opłatami półkowymi ale jednocześnie stwierdził, że kupcy pozwanej oczekiwali, iż cena produktów powódki będzie niższa niż u konkurencji, jeżeli kupcowi cena nie odpowiadała, to nie kupował (k.347), co oznacza, iż powódka starała się odpowiednio obniżyć cenę swoich towarów, tak by była ona dla danego kupca atrakcyjna. Samo tylko twierdzenie świadka, że bonusy były opłatami półkowymi, nie jest wystarczające do przyjęcia, że istotnie tak było. Świadek nie wskazał okoliczności, które to jego twierdzenie mogłyby uzasadnić. Nie wskazał jaką praktykę miała powódka gdy idzie o rabaty i upusty w kontaktach handlowych z innymi kontrahentami.

Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z dnia 17 grudnia 2015 r. I CSK 1061/14, jeżeli dochodzi do zastrzeżenia w umowach o współpracy tzw. premii pieniężnej, która mogłaby obciążyć finansowo dostawcę towarów, to dla ewentualnego przyjęcia po stronie współpracującego z dostawcą kupującego czynu deliktu nieuczciwej konkurencji należałoby wyjaśnić dwa elementy. Po pierwsze, czy zastrzeżenie takie nie stanowi deliktu utrudnienia przedsiębiorcy (dostawcy) dostępu do rynku towarowego w rozumieniu art. 15 ust. 1 u.z.n.k. Po drugie, czy pojawia się tu nieuczciwy charakter takiego utrudnienia, tj. sprzeczny z dobrymi obyczajami (art. 15 ust. 1 i ust. 3 u.z.n.k.)

Powódka nie udowodniła, że bonus kwartalny w wysokości 4% pod warunkiem uzyskania w kwartale obrotu w wysokości 100.000 zł., oraz bonus roczny w wysokości 3% pod warunkiem uzyskania obrotu w wysokości 440.000 zł. rocznie i bonus za wzrost obrotu ponad ustalony przez strony limit, naruszają dobre obyczaje handlowe i nie są zgodne ze stosowaną przez nią praktyką w zakresie kształtowania ceny towaru. Nie wykazała także, jakie obroty osiągała prowadząc współpracę z pozwaną. Z doświadczenia życiowego wynika, że wielu sprzedawców stosuje upusty w sytuacji gdy sprzedaje danemu nabywcy więcej towaru bo uważa to za opłacalne.

Powódka nie wykazała też, że wkalkulowanie bonusów w cenę towaru utrudniało jej dostęp do rynku, że zmniejszało atrakcyjność jej towaru dla ostatecznego nabywcy i wpływało na obniżenie popytu.

Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z 24.02.2016r., LEX nr 2015121, możliwe jest takie zastrzeżenie premii pieniężnej dla kupującego ze strony sprzedawcy rzeczy do dalszej odsprzedaży w obrocie między przedsiębiorcami, która jako rabat posprzedażowy nie będzie stanowić opłaty niedozwolonej, lecz elementu ceny (marży). Jednakże z okoliczności zawarcia konkretnej umowy między stronami i źródeł pokrycia zastrzeżonej premii może się ona okazać taką niedozwoloną opłatą wtedy, jeżeli rabat będzie "zakamuflowaną" opłatą pod postacią marży, tą marżą w rzeczywistości nie będąc. Jako kryteria, które pozwoliłyby odróżnić marżę handlową od "innej opłaty" według art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., wskazane zwłaszcza zostały: wyraźna dysproporcja między kwotą uzyskaną z zastosowaniem rabatu a typowymi marżami wynikającymi z umów sprzedaży, mających za przedmiot podobne towary; brak ustalenia przesłanek udzielenia lub wysokości rabatu w umowie stron i pozostawienie tej kwestii jednostronnej decyzji kupującego; treść umowy i sposób jej wykonania; oczywiste skrzywdzenie jednej ze stron ze względu na wykorzystanie przewagi ekonomicznej przez kontrahenta, co zostało uznane za kryterium pomocnicze, stanowiące granicę swobody kształtowania ceny, choć bez bezpośredniego nawiązania do art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Powódka nie wykazała, aby istniała wyraźna dysproporcja między kwotą uzyskaną przez nią z zastosowaniem bonusów a typowymi marżami wynikającymi z umów sprzedaży, mających za przedmiot podobne towary, zaś przesłanki udzielenia i wysokości bonusów zostały precyzyjnie określone w umowie stron.

Dlatego, brak jest podstaw do przyjęcia, że rozstrzygnięcie sądu I instancji oddalające żądanie powódki o zasądzenie zwrotu opłat pobranych tytułem bonusów jest wadliwe.

W sytuacji, gdy obciążenia z tytułu bonusów wliczane były w cenę towarów, nie dochodziło do uzyskania przez pozwaną korzyści materialnej kosztem powódki. Przeciwnie pozwana ową cenę uiszczala. Nie doszło zatem do bezpodstawnego

wzbogacenia pozwanej, nie zostały spełnione przesłanki z art. 18 ust. 1 pkt 5 UZNK w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK w zw. z art. 405 k.c..

W art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., przez odesłanie do zasad ogólnych należy rozumieć odesłanie do zasad ogólnych dotyczących bezpodstawnego wzbogacenia. W doktrynie wskazuje się przy tym, że 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, czy istniał po jego stronie obowiązek liczenia się z obowiązkiem zwrotu korzyści (art. 409 in fine k.c.).

Skoro bonusy warunkowe od obrotu stanowiły element cenotwórczy, nie sposób przyjąć, że pozwana popełniła delikt nieuczciwej konkurencji oraz, że po stronie pozwanej istniał obowiązek liczenia się z obowiązkiem zwrotu korzyści w postaci pobranych bonusów.

W szeregu wypowiedziach Sąd Najwyższy zajął stanowisko, iż rabat posprzedażowy czy też premia pieniężna liczona od obrotu stanowią mechanizm kształtujący cenę a zatem uchylający się spod kwalifikacji jako opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży. Pogląd taki został wypowiedziany m.in. w wyrokach: z dnia 20 lutego 2014 r. I CSK 236/13, z dnia 6 czerwca 2014 r., III CSK 228/13, z dnia 17 kwietnia 2015 r. I CSK 136/14 (niepubl.). Sąd Najwyższy wskazywał, że "zbywanie większej ilości towaru po niższej cenie nie stanowi działań sugerujących naruszenie reguł konkurencji", a zastosowanie rabatu (premi) liczonych od obrotu czy też wartości sprzedaży w oznaczonym przedziale czasowym prowadzi do obniżenia ceny jednostkowej towaru i w konsekwencji wzrostu marży jaką uzyskuje nabywca towaru i sieć. Skutkiem jest zaś obniżenie przez dostawcę ceny dostarczanych towarów. Trafnie też Sąd Okręgowy wskazał na uchwałę składu siedmiu sędziów Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 25 czerwca 2012 r., I FPS 2/12 (ONSAiWSA 2013 /6/85), w której wypowiedziano pogląd, że wypłata kontrahentowi premii pieniężnej z tytułu osiągnięcia określonej wielkości sprzedaży lub terminowości regulowania należności stanowi rabat w rozumieniu art. 29 ust. 4 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług, zmniejszający podstawę opodatkowania. Dokonując oceny prawnej premii i rabatu, Naczelny Sąd Administracyjny zwrócił uwagę, że tak rabaty jak i premie pieniężne kształtują cenę, za którą dostawca sprzedaje towar, ich gospodarczy rezultat jest więc tożsamy. Jakkolwiek powołana uchwała została podjęta w celu rozstrzygnięcia wątpliwości natury podatkowej, przydatność wykładni dokonanej w uchwale oraz w kolejnych, tworzących już ugruntowaną linię orzeczniczą, wyrokach Naczelnego Sądu Administracyjnego (por. m.in. wyroki NSA z dnia 30 stycznia 2013 r. I FSK 481/12, z dnia 14 stycznia 2014 r. I FSK 124/13), dla cywilnoprawnej kwalifikacji tych "opłat" na gruncie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie budzi wątpliwości.

Wbrew zarzutowi apelacji, w umowie łączącej strony bonusy nie były powiązane z żadnymi usługami i nie były traktowane jako wynagrodzenie za usługi. Nie ma też żadnych podstaw do przyjęcia że określenie „bonus” sugeruje, iż chodzi o opłaty nie stanowiące rabatu oraz, że pozwani przyznali taką okoliczność, przyznanie bowiem nie może rodzić wątpliwości i pochodzić musi od organu uprawnionego do reprezentowania osoby prawnej. Powódka nie zaoferowała dowodów na okoliczność zwyczajów handlowych dotyczących bonusów, wskazujących na brak traktowania bonusów jako czynników kształtujących cenę towaru, zaś ekonomicznym skutkiem bonusu jest niewątpliwie obniżenie ceny sprzedaży.

Jeśli powódka twierdzi, że określone progi obrotu uprawniające pozwaną do pobrania bonusów nie zostały przekroczone, to powódkę, zgodnie z art. 6 k.c., obciąża ciężar dowodu tej okoliczności, przy czym ciężarowi temu nie sprostała. Podobnie powódka nawet nie podjęła próby wykazania, że uiszczanie bonusów utrudniało jej dostęp do rynku.

Zasada swobody umów wyrażona w art. 353¹ k.c. nie daje podstaw do konstruowania roszczenia o zobowiązanie drugiej strony do zawarcia umowy sprzedaży na określonych przez siebie warunkach tylko z powodu różnicy zdań co do ceny. Spór co do ceny, zwykle powstający po ustaniu, często wieloletniej współpracy, nie może przekształcić uzgodnionych rabatów w niedozwoloną opłatę. Gdyby jednak taki sposób ustalania ceny (ostatecznej) rodził wątpliwość, w szczególności co do ekwiwalentności świadczeń (art. 487 § 2 k.c.), to nawet przy założeniu, że nie chodzi tu o subiektywnie ujmowaną ekwiwalentność świadczeń, ale uzasadnione oczekiwanie stron, że z wymiany świadczeń

odniosą korzyść, brak byłoby podstaw do oceny takich postanowień umownych w płaszczyźnie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Fakt, iż bonusy dokumentowane były notą obciążeniową sam przez się nie jest wystarczający do przyjęcia, że chodzi o opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży, inną niż marża handlowa. Pozwana odwołuje się do interpretacji organów podatkowych oraz do wyroku NSA z dnia 15.06.2010r. I FSK 1022/09 stanowiącego, iż osiągnięcie przez nabywcę towarów określonej umownie wielkości obrotów z danym sprzedawcą nie stanowi usługi i nie podlega opodatkowaniu podatkiem VAT. Nie było natomiast przeszkód aby powódka po otrzymaniu noty z tytułu bonusu wystawiła fakturę korygującą. Z faktu, że tego nie czyniła, nie może wywodzić korzystnych dla siebie skutków prawnych. Zarzut naruszenia art. 353¹ k.c. w zw. z art. 536 § 1 k.c. i art. 3 ust. 1 pkt 1) i 6) ustawy o cenach nie został wykazany.

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

Mając na uwadze wynik sporu przed sądem II instancji, Sąd Apelacyjny na podstawie art. 100 k.p.c. zniósł wzajemnie między stronami koszty procesu za II instancję.

Beata Kozłowska Ewa Kaniok Jolanta de Heij-Kaplińska