

Sygn. akt VII AGa 358/19

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 3 stycznia 2020 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie VII Wydział Gospodarczy

w składzie:

Przewodniczący - Sędzia Teresa Mróz

Sędzia Krzysztof Tucharz

Sędzia Agata Zajac (spr.)

Protokolant prot. sąd. Bartłomiej Sama

Po rozpoznaniu w dniu 13 grudnia 2019 r. w Warszawie na rozprawie

sprawy z powództwa (...) sp. z o.o. w W.

przeciwko (...) S.A. w W.

o zapłatę

na skutek apelacji powoda od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 24 stycznia

2019 r. sygn. akt XVI GC 5 18/18

I. oddala apelację;

II. zasądza od W. Sp. Z o.o. w W. na rzecz (...) S.A. W W. kwotę 8 100 (osiem tysięcy sto) zł tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

Sygn. akt VII AGa 358/19

UZASADNIENIE

Pozwem z 17 maja 2018 r. (...) sp. z o.o. z siedzibą w W. (dalej - W.) wniosła o zasądzenie od pozwanej (...) SA z siedzibą w W. (dalej - O.) kwoty 614.538,97 zł wraz z odsetkami ustawowymi za opóźnienie od dnia wytoczenia powództwa do dnia zapłaty oraz zasądzenie zwrotu kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Pozwana Spółka wniosła o oddalenie powództwa w całości i zasądzenie zwrotu kosztów zastępstwa procesowego według norm prawem przepisanych.

Wyrokiem z dnia 24 stycznia 2019 r. Sąd Okręgowy w Warszawie oddalił powództwo i zasądził od powódki na rzecz pozwanej kwotę 10.817 zł tytułem zwrotu kosztów procesu.

Powyższe rozstrzygnięcie Sąd Okręgowy oparł na następujących ustaleniach faktycznych:

W dniu 12 stycznia 2011 r. pomiędzy (...) SA w W. (dalej – (...) S.A.), jako klientem, a (...) sp. z o.o. w W. (dalej - M.), jako kontrahentem, została zawarta umowa nr (...) (dalej – umowa z (...) S.A.), której przedmiotem było wykonywanie przez kontrahenta na zlecenie (...) S.A. usług w zakresie doradztwa i planowania kampanii oraz zakupu przestrzeni

reklamowych, zgodnie z umową i każdorazowymi założeniami (...) S.A., uzgodnionymi z kontrahentem na piśmie, w tym zwłaszcza z briefem mediowym/zleceniem pracy oraz media planem (§ 2 ust. 1 umowy z (...) S.A.).

Świadczenie przez kontrahenta usług będących przedmiotem umowy z (...) S.A. polegało w szczególności m.in. na:

- opracowywaniu strategii mediowych kampanii (§ 2 ust. 1 pkt 1);
- planowaniu i dokonywaniu zakupu przestrzeni reklamowych (w tym sponsoringu polegającego na emisji billboardów sponsorskich), przy czym pod pojęciem przestrzeni reklamowej należało rozumieć powierzchnię zajmowaną pod reklamę w prasie lub czas zajęty przez reklamę w radio, telewizji, kinach, na ekranach i monitorach cyfrowych, a także powierzchnię lub czas zajmowany przez reklamę we wszystkich mediach elektronicznych, w tym w Internecie i intranecie, a także powierzchnię zajmowaną przez reklamę w reklamie zewnętrznej oraz na innych nośnikach reklamowych (§ 2 ust. 1 pkt 2);
- prowadzeniu na rzecz (...) S.A. negocjacji z właścicielami przestrzeni reklamowych (pod pojęciem właścicieli przestrzeni reklamowych należało rozumieć podmiot, który jest dysponentem przestrzeni reklamowych, uprawniony do zawarcia umowy sprzedaży przestrzeni reklamowej, w tym nadawcy programów i brokerzy), zgodnie z instrukcjami (...) S.A., w szczególności w zakresie uzyskania najkorzystniejszych dla (...) warunków emisji reklam, cen, upustów, a także terminów płatności (§ 2 ust. 1 pkt 3);
- zawieraniu w imieniu własnym na rzecz (...) S.A. umów z właścicielami przestrzeni reklamowych lub z brokerami z zastrzeżeniem, że (...) S.A. ma prawo zawrzeć umowy na zakup przestrzeni reklamowych we własnym imieniu (§ 2 ust. 1 pkt 5);
- nadzorowaniu prawidłowego wykonywania umów przez właścicieli przestrzeni reklamowych (§ 2 ust. 1 pkt 6);
- współpracy ze wskazanymi przez (...) S.A. podmiotami, w szczególności z innymi agencjami reklamowymi, brokerami, bądź właścicielami przestrzeni reklamowych (§ 2 ust. 1 pkt 15).

Zgodnie z § 3 ust. 8 umowy z (...) S.A., w celu prawidłowego przeprowadzenia kampanii, kontrahent zobowiązany był zwracać umowy za zakup przestrzeni reklamowej zgodnie z pisemnie zaakceptowanym media planem, oraz przedstawiać do wglądu (...) S.A. treść zawartych umów na każdorazowe żądanie (...) S.A., przy czym (...) S.A. zobowiązała się pokrywać koszty zakupu przestrzeni reklamowej dokonane przez kontrahenta od właścicieli przestrzeni reklamowych lub brokerów według zasad określonych w § 6 umowy.

Zgodnie z § 5 ust. 1 umowy z (...) S.A., z tytułu wykonania uprzednio zaakceptowanych przez (...) S.A. usług objętych przedmiotem umowy oraz przeniesienia własności egzemplarzy materiałów agencyjnych, (...) S.A. zobowiązała się zapłacić kontrahentowi wynagrodzenie obejmujące:

- 1) wynagrodzenie prowizyjne („Prowizja”) pokrywające wszystkie prace i usługi (...) sp. z o.o. na rzecz (...) S.A. wykonywane w ramach umowy (ujęte w § 2 ust. 4 z wyłączeniem pkt 16, 17, 18, 19) na żądanie (...) S.A. i w uzgodnionym terminie, wynoszące określony procent od wydatków netto (...) S.A. przeznaczonych na emisje i ekspozycje stosownie do skonkretyzowanych w tym przepisie przypadków;
- 2) jednorazowy fakultatywny bonus roczny (wyplacany na podstawie półrocznej oceny kontrahenta) w wysokości 0,5 % od wydatków netto (...) S.A. przeznaczony na emisje i ekspozycje w mediach („Bonus”) powiększony o podatek od towarów i usług (...) w wysokości przewidzianej przez obowiązujące przepisy prawa polskiego;
- 3) bonus z tytułu oszczędności, zwany dalej „małym bonusem” w wysokości 20 % od wartości oszczędności (...) S.A. wynikających z poprawy warunków rabatowych w standardowych mediach (...) (...).

W § 6 ust. 1 umowy z (...) S.A. strony postanowiły m.in., że (...) sp. z o.o. z tytułu zakupu czasu i przestrzeni zleconych do emisji w danym miesiącu w trybie i na zasadach opisanych w umowie, będzie wystawiać dla (...) S.A. faktury VAT

za poszczególne kampanie wraz z należnym wynagrodzeniem kontrahenta na podstawie zaakceptowanych przez (...) S.A. media planów oraz zawartych zamówień.

Wszelkie płatności miały być dokonywane na rzecz kontrahenta zgodnie z postanowieniami umowy przez (...) S.A. w terminie 30 dni od dnia doręczenia (...) S.A. przez kontrahenta prawidłowo wystawionych faktur VAT, chyba że krótszy termin płatności wynikałby z przyjętych przez kontrahenta za uprzednią zgodą klienta, zobowiązań wobec właścicieli przestrzeni reklamowej mediów (§ 6 ust. 4 umowy z (...) S.A.).

Strony postanowiły w § 6 ust. 7, że w przypadku zwłoki (...) S.A. w płatnościach Prowizji, (...) sp. z o.o. będzie przysługiwać prawo dochodzenia odsetek w wysokości ustawowej, a w odniesieniu do płatności z tytułu zakupu czasu lub przestrzeni reklamowej, kontrahentowi będzie przysługiwać prawo dochodzenia od (...) S.A. zapłaty odsetek wyłącznie w przypadku, gdy właściciel powierzchni reklamowej obciąży kontrahenta notą odsetkową i o ile kontrahent podjął uprzednio niezbędne kroki w celu uniknięcia obciążenia odsetkami z tytułu nieterminowych płatności z tytułu zakupu czasu lub przestrzeni reklamowej.

Umowa została zawarta na czas określony, tj. na okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2014 r. (§ 17 ust. 1 umowy z (...) S.A. w zw. z Aneksem nr (...) z 02.01.2013 r.).

W dniu 18 lutego 2011 r. pomiędzy (...) sp. z o.o. w W. (dalej - (...)(...)), jako klientem, a (...) sp. z o.o., jako kontrahentem, została zawarta umowa nr (...) (dalej – umowa z (...) (...)), której przedmiotem było wykonywanie przez kontrahenta na zlecenie (...) (...) usług w zakresie doradztwa i planowania kampanii oraz zakupu przestrzeni reklamowych, zgodnie z umową i każdorazowymi założeniami (...) (...), uzgodnionymi z kontrahentem na piśmie, w tym zwłaszcza z briefem mediowym/zleceniem pracy oraz media planem (§ 2 ust. 1 umowy z (...) (...)). Treść i układ redakcyjny umowy z (...) (...) był taki sam, jak w umowie z (...) S.A., a uprawnienia i obowiązki stron, oraz czas trwania umowy, określono tak samo, jak w powyżej przytoczonych postanowieniach umowy z (...) S.A.

W dniu 4 lutego 2011 r. (...) (...) zawarła z (...) sp. z o.o., jako kontrahentem, umowę nr (...), której przedmiotem było świadczenie przez kontrahenta usług doradczych na rzecz (...) (...), w zakresie projektu (...) (Zwrot z Inwestycji Marketingowych) – modelowanie efektywności elementów marketingu mika dla (...). Umowa została wykonana, a wynagrodzenie zapłacone.

W trakcie realizacji umów zawartych z (...) S.A. i z (...) (...), (...) S.A., jako spółka przejmująca, dokonała połączenia w trybie art. 492 § 1 pkt 1 k.s.h., poprzez przejęcie całego majątku (...) sp. z o.o. (spółki przejmowane) na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy (...) S.A. z 7 listopada 2013 r.

(...) S.A. po dokonaniu przejęcia, zmieniła nazwę firmy na (...) S.A., co zostało ujawnione w KRS wpisem z 31 grudnia 2013 r.

(...) sp. z o.o., w trakcie realizacji umów zawartych z (...) S.A. i z (...) (...), świadczyła usługi zarówno na rzecz (...) S.A. i (...) (...), a w roku 2014 – na rzecz (...) S.A.

(...) sp. z o.o. wystawiała faktury VAT na rzecz (...) S.A. i (...) (...), a w roku 2014 – na rzecz (...) S.A., przy czym faktury te, stosownie do postanowień umownych (§ 6 ust. 1 umowy z (...) S.A. i umowy z (...) (...)), składały się z dwóch części:

- a) „Media” – ta część odpowiadała kosztom zakupu czasu lub przestrzeni reklamowych należnym właścicielom powierzchni reklamowych,
- b) (...) / „Wynagrodzenie Agencji” – ta część obejmowała wynagrodzenie należne (...) sp. z o.o., tj. prowizję w zmiennej wysokości, każdorazowo uzależnioną od wysokości kosztów danej kampanii reklamowej za świadczone przez powódkę usługi określone przez strony postępowania w § 2 ust. 4 z wyłączeniem pkt 16, 17, 18, 19 umów.

Za zakup czasu, przestrzeni reklamowych właściciele czasoprzestrzeni reklamowych wystawiali faktury VAT na rzecz (...) sp. z o.o. (działającej w charakterze pośrednika pomiędzy (...) S.A., (...) S.A. a właścicielami czasoprzestrzeni reklamowych), a (...) sp. z o.o. należności te refakturowała na rzecz (...) S.A. i (...) (...), a w roku 2014 na (...) S.A.

(...) S.A. i (...) (...), a w roku 2014 – (...) S.A. wpłacały (...) sp. z o.o. kwoty należne właścicielom czasoprzestrzeni reklamowych tytułem kosztów zakupu czasu lub przestrzeni reklamowych, a (...) sp. z o.o. przekazywała następnie te kwoty właścicielom czasoprzestrzeni reklamowych.

(...) sp. z o.o. wykonywała usługi na rzecz (...) S.A. i (...) (...), a w roku 2014 – (...) S.A., zgodnie z postanowieniami umownymi, jednakże pozwana i jej poprzednicy prawni dokonywali zapłaty za należności wynikające z faktur VAT wystawianych przez (...) sp. z o.o. po terminach płatności określonych w umowie.

Na podstawie art. 7 ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z 12 czerwca 2003 r. i na podstawie art. 7 ust. 1 ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z 8 marca 2013 r., (...) sp. z o.o. naliczyła (...) S.A., (...) S.A. następujące odsetki w wysokości odsetek za zwłokę określonej na podstawie art. 56 ustawy z 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja podatkowa:

a) w kwocie 4.892,48 zł z tytułu odsetek za zwłokę w zapłacie prowizji (wynagrodzenia),

b) w kwocie 614.538,97 zł z tytułu odsetek za zwłokę w zapłacie należności dla właścicieli czasoprzestrzeni reklamowych („Media”).

(...) S.A. na skutek ugody zawartej z (...) sp. z o.o. w dniu 25 sierpnia 2017 r., dokonała potrącenia części przysługującej jej wierzytelności z wierzytelnością (...) sp. z o.o. obejmującą kwotę 4.892,48 zł tytułu odsetek za zwłokę w zapłacie prowizji na skutek czego wierzytelność w kwocie 4.892,48 zł uległa umorzeniu. (...) S.A. jednocześnie oświadczyła w treści ugody, że nie uznaje wierzytelności (...) sp. z o.o. w łącznej wysokości 614.538,97 zł tytułem odsetek naliczanych w wyniku opłacenia przez (...) S.A. z opóźnieniem faktur VAT dotyczących płatności refakturowanych należności dla właścicieli przestrzeni reklamowych.

(...) sp. z o.o. nie przedłożyła (...) S.A. not odsetkowych wystawionych przez właścicieli powierzchni reklamowych, a (...) S.A. nie zapłaciła (...) sp. z o.o. kwoty 614.538,97 zł z tytułu odsetek za zwłokę w zapłacie należności dla właścicieli czasoprzestrzeni reklamowych („Media”) obliczonych stosownie do art. 7 ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z dnia 12 czerwca 2003 r., jak i z tytułu odsetek za zwłokę w zapłacie należności dla właścicieli czasoprzestrzeni reklamowych („Media”) z tytułu odsetek za zwłokę w zapłacie należności dla właścicieli czasoprzestrzeni reklamowych („Media”).

W dniu 19 lutego 2015 r., (...) sp. z o.o. złożyła w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie wniosek o zawiązanie (...) S.A. do próby ugodowej o zapłatę kwoty w łącznej wysokości 2.432.276 zł obejmującej wierzytelność w kwocie 614.538,97 zł, jednak do zawarcia ugody nie doszło, co zostało stwierdzone w protokole z posiedzenia z 11 czerwca 2015 r.

W dniu 3 stycznia 2018 r., (...) sp. z o.o. zmieniła nazwę na (...) sp. z o.o.

Dokonując powyższych ustaleń faktycznych Sąd Okręgowy opierał się na zgodnych twierdzeniach stron oraz złożonych do akt dokumentów. Za okoliczności bezsporne Sąd Okręgowy uznał: zawarcie i treść umów zawartych przez powódkę z pozwaną i poprzednikami prawnymi pozwanej, przekształcenia podmiotowe pozwanej spółki, świadczenie usług przez powódkę na rzecz pozwanej i jej poprzedników prawnych, wystawianie faktur VAT przez powódkę z podziałem w nich należności na dwie części, dokonywanie zapłat przez pozwaną i jej poprzedników prawnych na rzecz powódki po upływie płatności określonym w postanowieniach umownych, wysokość odsetek naliczonych przez powódkę z tytułu dokonywania zapłat po określonych terminach płatności, dokonanie przez pozwaną potrącenia przysługującej jej względem powódki wierzytelności z wierzytelnością powódki opiewającą m.in. na kwotę 4.892,48 zł z tytułu odsetek

za opóźnienie w zapłacie prowizji (wynagrodzenia), brak dokonania zapłaty kwoty 614.538,97 zł z tytułu odsetek za zwłokę w zapłacie należności dla właścicieli czasoprzestrzeni reklamowych („Media”).

Za wiarygodne Sąd Okręgowy uznał zeznania świadka P. P. wskazując, iż były one logiczne, spójne i znajdowały potwierdzenie w dokumentacji złożonej do akt sprawy i twierdzeniach stron.

Sąd Okręgowy oddalił wniosek dowodowy strony pozwanej zawarty w pkt 2 pisma procesowego datowanego na dzień 4 września 2018 r., gdyż okoliczność, na którą miał być przeprowadzony dowód, tj. czy wynagrodzenie właścicieli powierzchni reklamowych przekazywane im było po dokonaniu wpłaty przez pozwaną, czy też wcześniej ze środków własnych powódki, nie była między stronami bezsporna. Powódka w piśmie procesowym z dnia wprost wskazał, że „faktury wystawiane przez powoda pozwanemu składał się z dwóch części: a) „media”, która odpowiada kosztom zakupu czasu lub przestrzeni reklamowych – kwoty na były następnie przekazywane dysponentom czasu lub przestrzeni reklamowych na podstawie wystawianych przez te pomioty faktur VAT”.

W tak ustalonym stanie faktycznym Sąd Okręgowy uznał, że powództwo o zasądzenie kwoty 614.538,97 zł wraz z odsetkami ustawowymi za opóźnienie od dnia wytoczenia powództwa do dnia zapłaty wywodzone z art. 7 ust. 1 ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z 8 marca 2013 r., a stanowiące odsetki od dokonywanych przez pozwaną i jej poprzedników prawnych zapłaty należności na rzecz powódki za „Media” (tj. należności właścicieli za zakup czasoprzestrzeni reklamowej) po określonych w umowach terminach płatności nie zasługuje na uwzględnienie.

Sąd Okręgowy zauważył, że strona pozwana nie kwestionowała wysokości dochodzonej kwoty z tytułu odsetek, prawidłowości i sposobu jej wyliczenia, przyznała, że M. wykonała na jej rzecz umówione usługi, otrzymała wystawione przez M. poszczególne faktury dołączone do akt sprawy, M. dokonała zapłaty za należności wynikające z poszczególnych faktur w datach wynikających z poszczególnych wydruków bankowości elektronicznej dołączonych do akt sprawy, wystąpiły opóźnienia w płatności na rzecz (...) sp. z o.o. w liczbie dni wynikającej z zestawów dokumentów oraz wskazanej w zestawieniu stanowiącym załącznik nr 2 do pozwu (k. 20-29), a tym samym, że kwota z tytułu odsetek za zwłokę w zapłacie należności dla właścicieli czasoprzestrzeni reklamowych („Media”) wynikającej z dołączonych do akt sprawy faktur została określona przez powoda na kwotę 614.538,97 w sposób prawidłowo.

Spór w niniejszej sprawie dotyczył kwestii prawnej, a więc tego, czy powódka była uprawniona naliczać pozwanej spółce i jej poprzednikom prawnym odsetki na podstawie ustaw o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (w brzmieniu ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z dnia 12 czerwca 2003 r. i w brzmieniu ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z dnia 8 marca 2013 r. – dalej łącznie zwane ustawą o terminach zapłaty) za dokonywane po terminach płatności wpłaty na rzecz powódki tytułem przekazywanych dalej należności dla właścicieli za koszt zakupu czasu lub przestrzeni reklamowych, tj. czy przepisy ustaw o terminach zapłaty mają zastosowanie do kwot oznaczonych na fakturach VAT terminem „Media”.

Zdaniem Sądu Okręgowego, zarówno ustawa o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z dnia 12 czerwca 2003 r. (Dz.U. Nr 139, poz. 1323 ze zm. – dalej ustawa o terminach zapłaty z 2003 r.) mająca zastosowanie do transakcji handlowych zawartych przed 28 kwietnia 2013 r., jak i ustawa o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z dnia 8 marca 2013 r. (Dz.U. z 2013 r. poz. 403 – dalej ustawa o terminach zapłaty z 2013 r.) mająca zastosowanie do transakcji handlowych zawartych po 28 kwietnia 2013 r., określały szczególne uprawnienia wierzyciela i obowiązki dłużnika w związku z terminami zapłaty w transakcjach handlowych (art. 1 w/w ustaw o transakcjach handlowych).

Stosownie do przepisu art. 2 ustawy o terminach zapłaty z 2003 r. oraz art. 4 pkt 1 ustawy o terminach zapłaty z 2013 r., transakcja handlowa w rozumieniu tychże ustaw, oznacza umowę, której przedmiotem jest odpłatna dostawa towaru lub odpłatne świadczenie usługi, jeżeli strony tej umowy zawierają ją w związku z wykonywaną działalnością.

W ocenie Sądu Okręgowego, mając na względzie postanowienia umów zawartych między stronami oraz treść przepisów obu ustaw o terminach zapłaty, przepisy tych ustaw nie mają zastosowania do należności oznaczonych na fakturach VAT, jako „Media”, tj. do kwot za których nieterminową zapłatę powódka żąda zasądzenia skapitalizowanych odsetek w wysokości odsetek za zwłokę określanej na podstawie art. 56 ordynacji podatkowej

stosownie do brzmienia art. 7 ustawy o terminach zapłaty z 2003 r. i art. 7 ust. 1 ustawy o terminach zapłaty z 2013 r. obowiązujących w dacie realizacji umów.

„Świadczenie usług”, zgodnie z ogólnym rozumieniem zarówno na gruncie prawa polskiego, jak również prawa Unii Europejskiej, oznacza wszelką działalność inną, niż produkcja i handel. W piśmiennictwie wskazuje się, że nie uważa się za usługę świadczeń polegających na zapłacie ceny albo wynagrodzenia, a także świadczeń, których treścią jest przeniesienie prawa albo oddanie rzeczy (prawa) w czasowe używanie innej osobie (tak Łukasz Cudny w komentarzu do art. 4 ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych w „Ustawa o terminach zapłaty. Komentarz” pod red. dr. hab. Konrada Osajdy, Legalis 2018).

Zdaniem Sądu Okręgowego, ponoszony przez pozwaną na rzecz właścicieli koszt zakupu czasoprzestrzeni reklamowych czy zapłata ceny za sprzedaż przez nich powierzchni reklamowych nie stanowił usługi w rozumieniu ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych. Strony ustaliły, że przedmiotem usługi powódki stosownie do 2 umowy jest m. in.: planowanie i dokonywanie zakupu przestrzeni reklamowych, prowadzenie w tym celu negocjacji z właścicielami przestrzeni reklamowych, nadzorowanie wykonywania umów przez właścicieli przestrzeni reklamowych stałe raportowanie o powyższym stronie pozwanej. Powódka była zobowiązana zawierania umów z właścicielami powierzchni reklamowych we własnym imieniu, ale na rzecz pozwanej spółki oraz przekazywania właścicielom wpłaconych uprzednio przez pozwaną kwot na poczet tych kosztów. Stanowiło to określoną przez strony w umowie usługę w § 2 ust. 4 umów i za tą usługę powódka otrzymała stosowne wynagrodzenie określone przez strony jako wynagrodzenie prowizyjne w § 5 umowy. Strona pozwana uznała i rozliczyła się z pozwaną z tytułu odsetek za zwłokę za zwłokę w zapłacie prowizji (wynagrodzenia) zgodnie z art. 7 ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych w zawartej przez strony ugodzie pozasądowej z dnia 25 sierpnia 2018 r.

Sąd Okręgowy zauważył, że odsetki przewidziane w art. 7 ust. 1 ustawy w o terminach zapłaty z 2013 r. (i analogicznie w art. 7 ustawy o terminach zapłaty z 2003 r.) mają charakter odsetek za opóźnienie, a obowiązek ich zapłaty związany jest z nieprawidłowym wykonywaniem zobowiązania, tj. z niedokonaniem zapłaty w terminie za spełnienie świadczenia określonego w umowie. W okresie po upływie terminu zapłaty dłużnik korzysta z kapitału wierzyciela bez jego zgody, także odsetki za opóźnienie stanowią wynagrodzenie za korzystanie z kapitału (J. Jastrzębski, Odsetki za opóźnienie a kara umowna, Pal. 2004, nr 7-8, s. 56). W literaturze przyrównuje się pozycję dłużnika, który nie spełnił w terminie świadczenia, do pożyczkobiorcy, na rzecz którego pożyczkodawca spełnił świadczenie, obaj mają bowiem możliwość dysponowania „cudzym” kapitałem, który powiększa ich majątek (S. Kowalski, Charakter prawny odsetek za opóźnienie, Pr.Sp. 2003, nr 2, s. 43; E. Marcisz w komentarzu do art. 7 ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych, LEX 2014).

Dyrektywa 2011/7/UE oraz przyjęte w celu jej implementacji akty (w Polsce - kolejne ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych) i podjęte przez państwa członkowskie działania faktyczne prowadzą pośrednio do zmniejszenia opóźnień w płatnościach oraz do skracania umownych terminów zapłaty. Efekt ten ma zostać osiągnięty przez stworzenie warunków, w których opóźnienie w zapłacie i nadmiernie odległe terminy umowne stają się mniej atrakcyjnym sposobem finansowania działalności (M. Chudzik, Komentarz do ustawy z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U.03.139.1323), SIP 2003). Zatem zasadnicze regulacje przyjęte w ustawach o terminach zapłaty w transakcjach handlowych nie mają na celu wyeliminowania z obrotu kredytu handlowego, a tylko zwalczanie pewnej praktyki, która ukształtowała się w związku z jego uzyskiwaniem (M. Gutowski, Ustawa o terminach zapłaty w transakcjach handlowych a uzgodnienia zmierzające do wyeliminowania powstania odsetek, PPH 2004, nr 10, s. 38). Przyjęte środki mają w głównej mierze wyeliminować praktyki wymuszania darmowego kredytu, a nie wymuszania kredytu w ogóle [patrz też R. Tollik, Krótki komentarz do ustawy z 6 września 2001 r. o terminach zapłaty w obrocie gospodarczym (Dz. U. Nr 129, poz. 1443), Pal. 2002, nr 9-10, s. 62]. Sąd Okręgowy podzielił wyrażany w doktrynie pogląd, że praktyki zastrzegania w umowie bardzo odległego terminu zapłaty, opóźniania zapłaty czy zastrzegania bardzo niskich odsetek prowadzą w konsekwencji właśnie do nieuzasadnionego taniego lub darmowego korzystania z kapitału innego podmiotu. Odsetki mają więc zagwarantować odpowiednie wynagrodzenie kredytodawcom, którzy ze względu na słabą pozycję ekonomiczną nie są często w stanie

wynegocjować uczciwych warunków. (E. Marcisz w komentarzu do art. 7 ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych, LEX 2014)

Mając na uwadze rolę odsetek ustalonych w przedmiotowych ustawach Sąd Okręgowy uznał, że koszty zakupu czasoprzestrzeni reklamowych (część określana w wystawianych przez powódkę na rzecz pozwanej fakturach VAT terminem „ Media”), nie są objęte zakresem zastosowania ustaw o terminach zapłaty. Są to koszty należne właścicielom powierzchni reklamowych, które stosownie do § 3 ust.8 w zw. z § 6 ust. 1 umów zawartych z (...) S.A. i z (...) (...), obowiązana była pokrywać pozwana spółka na podstawie faktur VAT wystawianych przez powódkę. Zatem koszty te nie stanowiły „wynagrodzenia” powódki (tj. nie stanowiły formy ekwiwalentnego świadczenia pozwanej) za usługę w postaci zawierania przez stronę powodową w imieniu własnym i na rzecz poprzedników prawnych pozwanej (od 2014 r. na rzecz pozwanej) umów z właścicielami przestrzeni reklamowych, lecz koszty te stanowiły kwoty należne właścicielom czasoprzestrzeni reklamowych za ich sprzedaż. Wynagrodzenie powódki za usługi w zakresie doradztwa i planowania kampanii medialnych oraz zakup czasu lub przestrzeni reklamowych (wynagrodzenie stanowiło świadczenie wzajemne pozwanej, które należało się powódce za świadczone przez nią usługi), stosownie do § 5 i § 6 ust. 1 umów zawartych z z (...) S.A. i z (...) (...), w wystawianych fakturach VAT było określane terminem „ Prowizja” /”Wynagrodzenie Agencji”.

W ocenie Sądu Okręgowego, skoro kwoty wpłacane przez pozwaną na poczet kosztów zakupu czasu i przestrzeni reklamowych (pozycja „ Media”) nie stanowiły wynagrodzenia powódki za wykonane usługi (elementy i zasady ustalania wysokości wynagrodzenia określono w § 5 umów zawartych z (...) S.A. i z (...) (...), lecz stanowiły koszty należne właścicielom powierzchni reklamowych, to brak jest podstaw, aby przyjąć, że powódce należały się odsetki na podstawie art. 7 ustaw o terminach zapłaty transakcjach handlowych. Pozwana dokonując zapłaty za „ Media” po terminach płatności, nie korzystała w tym czasie z kapitału powódki, lecz z kapitału, który pozwana zobowiązana była zapłacić właścicielom powierzchni reklamowych za pośrednictwem powódki i kwoty te przekazywał po dokonanej zapłacie ich na rzecz powódki przez pozwaną.

Zdaniem Sądu Okręgowego, z uwagi na brak podstaw do zastosowania w niniejszej sprawie przepisów ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych bezzasadny jest podniesiony przez powódkę zarzut nieważności postanowienia umowy zawartego w § 6 ust. 7 umów, gdyż brak podstaw do zastosowania przepisów art. 9 ustawy o terminach zapłaty z 2003 r. oraz art. 13 ustawy o terminach zapłaty z 2013 r.

Z uwagi na powyższe Sąd Okręgowy oddalił powództwo w całości, orzekając o kosztach postępowania na podstawie przepisu art. 98 § 1 i 3 k.p.c. i art. 108 § 1 zd. 1 k.p.c.

Apelację od wyroku Sądu Okręgowego wniosła powodowa Spółka, zaskarżając wyrok w całości i zarzucając:

1. naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. przez dokonanie błędnej oceny materiału dowodowego w postaci:
 - a. umowy nr (...) z dnia 12 stycznia 2011 r. zawartej pomiędzy (...) Sp. z o.o. a (...) (dalej: (...)),
 - b. umowy nr (...) z dnia 18 lutego 2011 r. zawartej pomiędzy (...) Sp. z o.o. a (...) Sp. z o.o. (dalej (...)),
 - c. zeznań świadka P. P.,
 - d. faktur VAT znajdujących się w aktach sprawy

z pominięciem reguł interpretacyjnych wynikających z art. 65 §1 oraz 65 §2 k.c., a w konsekwencji błędne ustalenie, że świadczenia Powoda, którym na wystawianych fakturach odpowiadała pozycja „Media” nie były usługami świadczonymi przez Powoda na rzecz Pozwanego oraz jego prawnego poprzednika - (...) Sp. z o.o. (dalej: usługi świadczone na rzecz Pozwanego), podczas gdy świadczenia te były usługami świadczonymi przez Powoda na rzecz Pozwanego;

2. naruszenie art. 2 ustawy z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U. Nr 139, poz. 1323 z późn. zmianami) poprzez przyjęcie, że Umowa (...) i Umowa (...) (w zakresie odnoszącym się do zakupu czasu i przestrzeni w mediach) nie są transakcjami handlowymi podczas gdy definicja zawarta w powyższym przepisie przydaje przymiot transakcji handlowej umowie jako całości;

3. naruszenie art. 7 ustawy z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U. Nr 139, poz. 1323 z późn. zmianami) poprzez przyjęcie, że przedmiotowym zakresem zastosowania tego przepisu nie są objęte kwoty kosztów zakupu czasu i przestrzeni w mediach określone w Umowie (...) i Umowie (...), podczas gdy przepis ten znajduje zastosowanie do wszelkich płatności, których ekwiwalentem jest (verba legis) „świadczenie niepieniężne”;

4. naruszenie art. 9 w związku z art. 7 ustawy z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U. Nr 139, poz. 1323 z późn. zmianami) poprzez jego niezastosowanie do § 6 ust. 7 Umowy (...) oraz §6 ust. 7 Umowy (...), podczas gdy przepis ten znajduje zastosowanie w ustalonym przez Sąd I instancji stanie faktycznym a jego zastosowanie powinno prowadzić do uznania, że wskazane wyżej postanowienia umowne są nieważne;

5. naruszenie art. 4 punkt 1 ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U. z 2013 r., poz. 403 z późn. zmianami) poprzez przyjęcie, że Umowa (...) i Umowa (...) (w zakresie odnoszącym się do zakupu czasu i przestrzeni w mediach) nie są transakcjami handlowymi podczas gdy definicja zawarta w powyższym przepisie przydaje przymiot transakcji handlowej umowie jako całości;

6. naruszenie art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U. z 2013 r., poz. 403 z późn. zmianami) poprzez przyjęcie, że przedmiotowym zakresem zastosowania tego przepisu nie są objęte kwoty kosztów zakupu czasu i przestrzeni w mediach określone w Umowie (...) i Umowie (...), podczas gdy przepis ten znajduje zastosowanie do wszelkich płatności, których ekwiwalentem jest (verba legis) „świadczenie wierzyciela”;

7. naruszenie art. 13 w związku z art. 7 ust. 1 ustawy dnia 8 marca 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U. z 2013 r., poz. 403 z późn. zmianami) poprzez jego niezastosowanie do §6 ust. 7 Umowy (...) oraz §6 ust. 7 Umowy (...), podczas gdy przepis ten znajduje zastosowanie w ustalonym przez Sąd I instancji stanie faktycznym a jego zastosowanie powinno prowadzić do uznania, że wskazane wyżej postanowienia umowne są nieważne;

8. nierozpoznanie istoty sprawy poprzez naruszenie art. 7 ustawy z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U. Nr 139, poz. 1323 z późn. zmianami) oraz art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (Dz. U. z 2013 r., poz. 403 z późn. zmianami) poprzez przyjęcie, że przedmiotowym zakresem zastosowania tych przepisów nie są objęte kwoty kosztów zakupu czasu i przestrzeni w mediach określone w Umowie (...) i Umowie (...), czego skutkiem było nie rozstrzygnięcie przez Sąd I instancji o zarzucie Powoda, że zawarte w §6 ust. 7 Umowy (...) i Umowy (...) postanowienia ograniczające Powoda w dochodzeniu odsetek w wysokości ustawowej (w przypadku zwłoki w zapłacie należności przez Pozwanego) nie mają znaczenia dla rozstrzygnięcia w przedmiotowej sprawie podczas gdy prawidłowa interpretacja art. 7 ustawy z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych oraz art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych prowadzi do wniosku, że przedmiotowym zakresem zastosowania tych przepisów są objęte wszystkie składowe wynagrodzenia Powoda za świadczone usługi na podstawie Umowy (...) i Umowy (...), w tym kwoty kosztów zakupu czasu i przestrzeni w mediach określone w przedmiotowych Umowach co z kolei implikuje stwierdzenie, że rozpoznanie powyższego zarzutu (dotyczącego nieważności §6 ust. 7 Umowy (...) i Umowy (...)) miało znaczenie dla rozstrzygnięcia w przedmiotowej sprawie.

Wskazując na powyższe powód wniósł o zmianę zaskarżonego wyroku poprzez zasądzenie na rzecz powoda od pozwanego kwoty 614.538,97 złotych wraz z odsetkami ustawowymi za opóźnienie od dnia wytoczenia powództwa do dnia zapłaty, a także o zasądzenie kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego, według norm przepisanych za obie instancje, ewentualnie - na wypadek uznania przez Sąd, że Sąd I instancji nie rozpoznał istoty

sprawy - o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania sadowi I instancji, pozostawiając temu sadowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania za I i II instancję.

Pozwana wniosła o oddalenie apelacji i zasądzenie kosztów postępowania apelacyjnego.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja powódki nie zasługuje na uwzględnienie.

Za bezzasadny należy uznać przede wszystkim zarzut naruszenia art. 233 § 1 k.p.c., w ramach którego skarżący zarzuca dokonanie błędnej oceny materiału dowodowego „z pominięciem reguł interpretacyjnych wynikających z art. 65 §1 oraz 65 §2 k.c.”

Przepis art. 233 § 1 k.p.c. określa bowiem zasady oceny wiarygodności i mocy (wartości) dowodowej przeprowadzonych w sprawie dowodów, zatem może zostać naruszony w wyniku nieuwzględnienia przez sąd przy ocenie poszczególnych dowodów zasad logicznego rozumowania, doświadczenia życiowego, całokształtu zebranego materiału dowodowego, przeprowadzenia określonych dowodów niezgodnie z zasadami procedury cywilnej, na przykład niezgodnie z zasadą bezpośredniości. Konsekwencją uchybienia powyższym zasadom oceny dowodów może być wadliwość ustaleń faktycznych stanowiących podstawę rozstrzygnięcia, jednak nie ocena kwestii prawnych.

Tymczasem przepisy art. 65 k.c. dotyczą zasad wykładni oświadczeń woli, dokonywanej na etapie stosowania prawa materialnego, nie jest zatem możliwe naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. polegające na pominięciu zasad wykładni określonych w art. 65 k.c.

O ile bowiem wadliwość ustaleń faktycznych jest zawsze wynikiem uchybień procesowych, to zarzut naruszenia prawa materialnego nie może być skutecznie uzasadniany próbą zwalczania ustaleń faktycznych.

W orzecnictwie Sądu Najwyższego utrwalony jest pogląd, że postawienie zarzutu obrazy art. 233 § 1 k.p.c. wymaga wykazania, przy użyciu wyłącznie argumentów jurystycznych, że Sąd rażąco naruszył ustanowione w wymienionym przepisie zasady oceny wiarygodności i mocy dowodów i że naruszenie to miało wpływ na wynik sprawy (por. m.in. wyroki Sądu Najwyższego z dnia 14 stycznia 2000 r., I CKN 1169/99, OSNC 2000/7-8 poz. 139 i z dnia 10 kwietnia 2000 r., V CKN 17/2000, OSNC 2000/10 poz. 189).

Jak wskazał Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 13 października 2004 r. III CK 245/04 postawienie zarzutu naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. wymaga wykazania przez skarżącego uchybienia podstawowym regułom służącym ocenie wiarygodności i mocy poszczególnych dowodów, tj. regułom logicznego myślenia, zasadzie doświadczenia życiowego i właściwego kojarzenia faktów.

Nie może więc być uznany za zasadny zarzut naruszenia art. 233 § 1 k.p.c., który nie odnosi się do oceny dowodów dokonanej przez Sąd Okręgowy, zwłaszcza że skarżący powołuje dowody uznane przez Sąd Okręgowy za w pełni wiarygodne i będące podstawą poczynionych w sprawie ustaleń faktycznych.

Z uwagi na powyższe Sąd Apelacyjny przyjmuje w całości za własne ustalenia faktyczne wskazane przez Sąd Okręgowy jako podstawa rozstrzygnięcia.

Nie ma też w ocenie Sądu Apelacyjnego podstaw do uznania, że wykładnia treści zawartych umów dokonana przez Sąd Okręgowy narusza zasady określone w art. 65 k.c.

Nie ulega wątpliwości, że zawarte umowy stanowiły umowy zlecenia, treść umów jest jasna i jednoznaczna, strony wyraźnie w każdej z umów wyodrębniły zakres świadczeń spełnianych przez powoda, obejmujących m.in. zawieranie w imieniu własnym na rzecz (...) S.A. umów z właścicielami przestrzeni reklamowych lub z brokerami. Z treści umowy jednoznacznie też wynika, że pozwana, oprócz wynagrodzenia za świadczone przez powoda usługi określonego jako

pro wizja, zobowią zała się pokrywać koszty zakupu przestrzeni reklamowej dokonane przez kontrahenta od właścicieli przestrzeni reklamowych lub brokerów według zasad określonych w umowie.

Jak trafnie ustalił Sąd Okręgowy, za zakup czasu, przestrzeni reklamowych właściciele czasoprzestrzeni reklamowych wystawiali faktury VAT na rzecz powoda, który należności te refakturował na rzecz pozwanego, a wcześniej jego poprzedników prawnych. Zleceniodawcy wypłacali powodowi kwoty należne właścicielom czasoprzestrzeni reklamowych tytułem kosztów zakupu czasu lub przestrzeni reklamowych, a powód przekazywał następnie te kwoty właścicielom czasoprzestrzeni reklamowych.

Trafnie zatem Sąd Okręgowy uznał, że powód jedynie pośredniczył w przekazywaniu środków pieniężnych między pozwanym a podmiotami będącymi właścicielami czasoprzestrzeni reklamowych, otrzymując za świadczone usługi odrębne wynagrodzenie i nie angażując w te rozliczenia własnego kapitału.

Wbrew zarzutom skarżącego, taki sposób rozliczeń wynika także z treści zeznań świadka P. P., przy czym bezzasadne jest oparcie oceny charakteru prawnego rozliczeń między stronami tylko na wyrwanym z kontekstu i przytoczonym w uzasadnieniu apelacji jednym zdaniu pochodzącym z zeznań świadka.

Istotne znaczenie ma przede wszystkim treść umowy, w której strony odrębnie także określiły skutki zwłoki w odniesieniu do płatności wynagrodzenia powoda w postaci prowizji oraz w odniesieniu do płatności z tytułu zakupu czasu lub przestrzeni wskazując, że w przypadku zwłoki pozwanego w płatnościach prowizji powodowi będzie przysługiwać prawo dochodzenia odsetek w wysokości ustawowej, a w odniesieniu do płatności z tytułu zakupu czasu lub przestrzeni reklamowej, powodowi będzie przysługiwać prawo dochodzenia od pozwanego zapłaty odsetek wyłącznie w przypadku, gdy właściciel powierzchni reklamowej obciąży kontrahenta notą odsetkową i o ile kontrahent podjął uprzednio niezbędne kroki w celu uniknięcia obciążenia odsetkami z tytułu nieterminowych płatności z tytułu zakupu czasu lub przestrzeni reklamowej.

W korelacji z postanowieniami umów pozostaje też treść faktur wystawianych przez powoda, które odrębnie określały kwoty odpowiadające kosztom zakupu czasu lub przestrzeni reklamowych należnym właścicielom powierzchni reklamowych a odrębnie należne powodowi wynagrodzenie w postaci prowizji.

Nie ma zatem żadnych podstaw do uznania, że kwoty wskazane w fakturach stanowiły całość wynagrodzenia należnego powodowi, skoro wyodrębnioną część należności powód otrzymywał od pozwanego celem przekazania jej w całości właścicielom powierzchni reklamowych.

W konsekwencji bezzasadne są także podniesione w apelacji zarzuty naruszenia prawa materialnego, tj. przepisów ustaw z 2003 r. i z 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych.

W art. 2 ustawy z 12 czerwca 2003 r. transakcja handlowa została zdefiniowana jako umowa, której przedmiotem jest odpłatne dostarczanie towaru lub odpłatne świadczenie usług, jeżeli strony umowy zawierają ją w związku z wykonywaną przez siebie działalnością gospodarczą lub zawodową.

W art. 4 ustawy z 8 marca 2013 r. wskazano, że transakcją handlową jest umowa, której przedmiotem jest odpłatna dostawa towaru lub świadczenie usługi, zawierana przez określone w art. 2 ustawy podmioty w związku z wykonywaną działalnością.

Definicje te są w ocenie Sądu Apelacyjnego zbieżne, zaś wykładnia celowościowa i funkcjonalna przepisów ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych nie daje podstaw do uznania, że definicją tą objęty jest każdy wzajemny obrót pieniężny między podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą.

Jak wskazał Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 15 listopada 2017 r. II CSK 122/17 dostawa towarów oraz świadczenie usług oznacza realizację świadczeń niepieniężnych (art. 7 ustawy z 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych), za które przysługuje świadczenie pieniężne (cena, opłata, czynsz, wynagrodzenie).

Przyczyną wprowadzenia przepisów o terminach zapłaty w umowach zawieranych między przedsiębiorcami była konieczność przeciwdziałania tzw. zatorom płatniczym w gospodarce, która spowodowała uchwalenie pierwszej ustawy na ten temat w Polsce już w 2001 r., a zjawisko nieterminowego płacenia za świadczenia ujawniła się w państwach członkowskich Unii Europejskiej z taką siłą, że w 2011 r. została przyjęta dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 lutego 2011 r., 2011/7/UE o terminach zapłaty w transakcjach handlowych. Jej rezultatem jest obowiązująca obecnie ustawa z dnia 8 marca 2013 r.

Ustawa o terminach zapłaty dotyczy transakcji handlowych, których rozumienie zostało wyjaśnione w tej ustawie. Według art. 4 pkt 1 jest to umowa, której przedmiotem jest odpłatna dostawa towaru lub odpłatne świadczenie usługi, jeżeli strony, o których mowa w art. 2, zawierają ją w związku z wykonywaną działalnością. Stronami tej umowy są co do zasady - przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy o swobodzie działalności gospodarczej z dnia 2 lipca 2004 r. oraz podmioty z nimi zrównane.

Niewątpliwie stronami umów w sprawie niniejszej są przedsiębiorcy, jednak przedmiot świadczenia – kwota należna osobie trzeciej i jej przekazywana - nie stanowi ani odpłatnej dostawy towarów, ani odpłatnego świadczenia usług. Jak wskazał Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wskazanego wyżej wyroku, zgodnie z utrwalonym rozumieniem tych pojęć, zarówno na gruncie polskiego prawa, jak również w ujęciu prawnoporównawczym, w tym mając na uwadze wspomnianą dyrektywę europejską, dostawa towarów oznacza sprzedaż i inne postacie odpłatnego rozporządzenia rzeczami, zwanymi towarami, do których zalicza się wszelkie przedmioty mające wartość majątkową, także np. odpady i energie (zob. wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z dnia 10 grudnia 1968 r. w sprawie 7/68 Komisja v. Włochy, Lexis.pl nr 369652). Z kolei świadczenie usług oznacza najogólniej wszelką odpłatną działalność inną niż produkcja i handel. Pojęcia te nie mają ustawowych definicji i nie planuje się ich konstruować, oddając ich rozumienie orzecznictwu i doktrynie. Zgodnie jednak twierdzi się, że dostawa towarów oraz świadczenie usług oznacza realizację świadczeń niepieniężnych (art. 7 u.t.z.t.h.), za które przysługuje świadczenie pieniężne (cena, opłata, czynsz, wynagrodzenie). Nie mieści się w tym wzajemny obrót pieniężny.

Zarówno postanowienia Dyrektywy 2000/35/WE z dnia 29 czerwca 2000 r. oraz Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 lutego 2011 r., 2011/7/UE o terminach zapłaty w transakcjach handlowych, jak i przepisy będących ich implementacją ustaw z 2003 r. i z 2013 r. wyraźnie wskazują, że należne odsetki dotyczą opóźnienia w spełnieniu świadczenia pieniężnego będącego zapłatą za dostarczony towar lub wynagrodzeniem za świadczone usługi, chodzi zatem o świadczenie pieniężne odpowiadające niepieniężnemu świadczeniu drugiej strony umowy.

Kwota, jaką powód miał zgodnie z umową przekazać właścicielom czasoprzestrzeni reklamowych nie stanowiła zaś świadczenia pieniężnego spełnianego przez pozwanego na rzecz powoda w zamian za wykonaną przez powoda usługę, gdyż to wynagrodzenie zostało przez strony określone i rozliczone jako osobna pozycja.

Odrębną kwestią jest ocena, czy właścicielom czasoprzestrzeni reklamowych przysługiwało żądanie zapłaty odsetek na podstawie ustawy o terminach zapłaty.

W wyroku z dnia 6 sierpnia 2015 r. V CSK 668/14 Sąd Najwyższy uznał, na gruncie przepisów ustawy z dnia 12 czerwca 2003 r., że zakres pojęcia umowy o świadczenie usług obejmuje umowy zlecenia, umowy o dzieło, zaś przy przyjęciu, że celem ustawy jest szeroka ochrona wierzyciela, pojęcie umów o świadczenie usług obejmuje także umowy o czasowe korzystanie z rzeczy, np. najmu, dzierżawy, które w ścisłym znaczeniu nie są umowami o świadczenie usług.

Ocena ta nie ma jednak żadnego znaczenia dla zasadności roszczenia powoda, brak bowiem podstaw do uznania, że odsetki takie należą się powodowi, który jedynie przekazywał środki pieniężne między odrębnymi podmiotami.

Ratio legis obowiązujących dotychczas ustaw o terminach zapłaty w transakcjach handlowych było i jest ustalenie zasad korzystania z cudzego kapitału, które po spełnionym świadczeniu powinno być w rękach wierzyciela ale z

różnych powodów nie jest. W związku z tym, żądać odsetek na podstawie ustawy o terminach zapłaty może jedynie ten podmiot, który spełnił świadczenie i nie dostaje w zamian umówionego wynagrodzenia.

Sąd Apelacyjny w pełni podziela zatem stanowisko Sądu Okręgowego, że do skutków opóźnienia w spełnieniu świadczenia pieniężnego pozwanego objętego wystawionymi przez powoda fakturami w części określonej jako „Media” nie mają zastosowania przepisy ustaw o terminach zapłaty w transakcjach handlowych z 2003 i 2013 r., wobec czego całkowicie bezzasadne są zarzuty naruszenia art. 9 w związku z art. 7 ustawy z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych oraz art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych.

Mając powyższe na względzie Sąd Apelacyjny oddalił apelację powoda jako bezzasadną na podstawie art. 385 k.p.c.

O kosztach postępowania apelacyjnego orzeczono na podstawie art. 98 k.p.c.

Agata Zając Teresa Mróz Krzysztof Tucharz