

Sygn. akt *XVI GC 294/14*

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 30 czerwca 2015 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie Wydział XVI Gospodarczy w składzie:

Przewodniczący: SSO Mirosława Kamińska

Protokolant: Magdalena Ostapiuk

po rozpoznaniu w dniu 30 czerwca 2015 r. w Warszawie

na rozprawie sprawy z powództwa **R. G., K. S.**

przeciwko **(...), - spółka z ograniczoną odpowiedzialnością** z siedzibą w W.

o zapłatę

orzeka:

1. powództwo oddala

2. zasądza od powodów solidarnie na rzecz pozwanego 7217 (siedem tysięcy dwieście siedemnaście złotych) tytułem zwrotu kosztów postępowania

SSO M. Kamińska

Sygn. akt XVI GC 294/14

UZASADNIENIE

Wniesionym w dniu 2 grudnia 2013 roku pozwem powodowie R. G., K. S. wniesli o orzeczenie nakazem zapłaty w postępowaniu upominawczym, aby pozwany „ (...), Sp. z o.o. i spółka” spółka komandytowa z siedzibą w W. (obecnie „ (...), - spółka z ograniczoną odpowiedzialnością” z siedzibą w W.) zapłacił na ich rzecz kwotę 330 788,69 złotych wraz z odsetkami ustawowymi od dat i kwot wskazanych w petitum pozwu do dnia zapłaty. Ponadto wniesli, aby Sąd zasądził na ich rzecz koszty postępowania, w tym koszty zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

W uzasadnieniu pozwu wskazano, iż strony niniejszego sporu prowadziły współpracę handlową w oparciu o umowę nr (...), jej załączników oraz aneksu. Warunki umowy zawartej między stronami nie podlegały negocjacom. Na mocy rzeczony umowy strona powodowa miała dokonywać sprzedaży i dostarczać stronie pozwanej swoje towary tj. artykuły dziecięce i rowery, a ta uiszczać za nie cenę. Zatem była to zdaniem powodów typowa umowa sprzedaży. W dalszej kolejności powodowie podnieśli, iż niniejsze postępowanie jest zasadne bowiem pozwany obciążał powodów opłatami o charakterze niedozwolonym, innymi niż te pobierane z tytułu marży handlowej z tytułu: usług promocyjnych, usługi (...) oraz usługi zarządzania budżetem marketingowym. Same umowy natomiast nie przewidywały żadnego konkretnego ekwiwalentu dla przedmiotowych opłat w postaci jakichkolwiek konkretnych usług, nie można bowiem tego stwierdzić przez ogólne pojęcia użyte w umowie. Zatem z powyższego wynika, iż w niniejszym postępowaniu nie powinien być badany fakt wykonywania tychże usług. Nawet gdyby jednak przyjąć iż zostały w umowie skonkretyzowane to ich wykonywanie należy uznać za fikcję. Ponadto należy zaznaczyć, iż usługi te, gdyby Sąd uznał za wykonywane były świadczone przez stronę pozwaną na rzecz własnych towarów, bowiem od momentu ich przyjęcia stawały się jej własnością.

Nakazem z dnia 21 stycznia 2014 roku wydanym w postępowaniu upominawczym referendarz sądowy w Sądzie Okręgowym w Warszawie XVI Wydział Gospodarczy orzekł zgodnie z żądaniem pozwu.

W sprzeciwie z dnia 18 lutego 2014 roku pozwany podniósł, iż świadczył na rzecz strony powodowej sporne usługi: promocyjne, (...) oraz zarządzania budżetem marketingowym, a warunki ich świadczenia zostały uregulowane w umowie, które była umową szeroko rozumianej współpracy handlowej, a nie jedynie ramowej umowy sprzedaży. Wszystkie warunki współpracy natomiast zostały uzgodnione między stronami w toku negocjacji, a o braku możliwości wynegocjowania nowych warunków nie może świadczyć okoliczność, iż pierwotnie przedkładane były projekty wzorca umów, które mogły być modyfikowane. Ponadto powodowie mogli wносить propozycje i postulaty w toku codziennej współpracy, nie tylko na poziomie ustalania ogólnych warunków. Powodowie ponadto nie udowodnili jakoby działania pozwanego utrudniały im dostęp do rynku, uniemożliwiając rynkową konfrontację sprzedawanych towarów.

W dalszych pismach strony podtrzymały swoje stanowisko w sprawie.

Sąd ustalił następujący stan faktyczny:

W dniu 29 października 2010 roku pomiędzy Zamawiającym, „ (...) , Sp. z o.o. i spółka” spółką komandytową z siedzibą w W. (obecnie :, (...), - spółka z ograniczoną odpowiedzialnością” z siedzibą w W.), a Dostawcą – R. G. i K. S. działającymi pod firmą (...) Spółka cywilna doszło do zawarcia umowy o współpracę handlową nr (...). (okoliczność bezsporna, ponadto: umowa z dnia 29 października 2010 roku wraz z załącznikami i aneksem – od k. 25-80)

Powodowie prowadzili wówczas działalność w zakresie m.in. dostawy akcesoriów licencjonowanych. Na mocy w/w umowy natomiast, powodowie zobowiązali się do dostawy swoich towarów do placówek handlowych pozwanej za wynagrodzeniem oraz dokonywania sprzedaży tychże produktów w/w podmiotowi. Natomiast pozwany będący stroną niniejszej umowy zobligował się do kupna ich towarów oraz świadczenia na ich rzecz określonych usług. Ponadto do w/w umowy dołączono załączniki stanowiące jej integralną część, w tym m.in. zał. Nr (...) o nazwie „(...)”, nr (...) Warunki handlowe i płatności, Porozumienie o Warunkach handlowych, Porozumienie dotyczące usługi (...). W dalszej kolejności natomiast zawarto aneks do przedmiotowej umowy. (okoliczność bezsporna, umowa o współpracę handlową wraz z załącznikami oraz aneks- k.25-80).

Zgodnie z treścią umowy z dnia 29 października 2010 roku określono pojęcia zarządzania budżetem marketingowym oraz usługi (...). (umowa o współpracy handlowej z dnia 29 października 2010 roku wraz z załącznikami – od k.25-80). Nastąpiło to w załączniku nr (...) do umowy o współpracę strony wprowadziły definicję pojęcia „zarządzania budżetem marketingowym” będącym usługą polegającą na zarządzaniu portfelem działań promocyjnych i reklamowych poprzez dobór odpowiednich środków marketingowych w celu wspierania promocji i reklamy m.in. poprzez udostępnienie powierzchni w placówkach handlowych pozwanego do ekspozycji plakatów lub innych materiałów powodów, udostępnienie powierzchni w placówkach handlowych pozwanego w celu przeprowadzenia przez pozwanego promocji towarów powodów, umieszczenie dodatkowej wkładki o produktach czy marce powodów czy umieszczeniu informacji o produktach powodów na stałym nośniku reklamy czy w tematycznym katalogu, dystrybucje gazetek wydawanych przez pozwanego, przygotowanie planu promocji gazetkowych.

W załączniku zostało także zdefiniowane pojęcie „ usługi (...)”, która polegała na umożliwieniu korzystania z części portalu internetowego (...) i pozwalająca generować różnorakie raporty dotyczące artykułów powodów, w szczególności umożliwiała dostęp do danych sprzedażowych (pkt 1.13 załącznika do umowy).

(umowa o współpracę handlową wraz z załącznikami oraz aneksem - k. 25 -80)

W załączniku nr (...) do umowy z dnia 29 października 2010 roku o nazwie Porozumienie o warunkach handlowych skonkretyzowano, iż w okresie rozliczeniowym rocznym w sposób procentowy od obrotu naliczone zostanie wynagrodzenie dla pozwanego z tytułu świadczonych usług zarządzania budżetem marketingowym oraz Usługi (...). Zgodnie natomiast z brzmieniem załącznika nr (...) do w/w umowy o współpracę handlową o nazwie „Porozumienie

dot. usługi (...)” wskazano, iż usługa ta miała polegać na otrzymaniu dostępu do danych spółek z grupy (...) poprzez różne systemy i aplikacje za pomocą tokena.

(umowa o współpracę handlową wraz z załącznikami oraz aneksem - k. 25-80)

W umowie z dnia 29 października 2010 roku przewidziano, iż płatność na rzecz dostawcy będzie dokonywana zgodnie ze specyfikacją płatności, na podstawie wystawianych faktur w drodze potrącenia wzajemnych wierzytelności. Tytuł przelewu lub specyfikacja przelewu stanowiły oświadczenie danego Zamawiającego o dokonaniu potrącenia. (umowa o współpracę handlową wraz z załącznikami oraz aneksem - k. 25- 80)

Z inicjatywą podpisania umowy z dnia 29 października 2010 roku wyszła strona powodowa. Projekt umowy z dnia 29 października 2010 roku natomiast został przedłożony stronie powodowej, która nie zgłosiła do niego żadnych zastrzeżeń pomimo istnienia takowej możliwości. (zeznania świadka M. M., k. 328 -330) W/w podmioty ustalały również poprzez korespondencję mailową wzajemne rozliczenia oraz sposób prowadzenia akcji promocyjnych (korespondencja e - mailowa między stronami, k.225-239). Pozwany świadczył na rzecz powodów przewidziane w w/w umowach usługi zarządzania budżetem marketingowym oraz (...). (zeznania świadka M. M., k. 328 -330). Usługa zarządzania budżetem marketingowym przejawiała się przede wszystkim w umieszczaniu dostarczonych przez powodów produktów w gazetkach reklamowych oraz logo marki objętej licencją. (zeznania świadka M. M., k. 328 -330, gazetki reklamowe, k.216 -223). Ponadto w zakresie usługi (...) powodowie otrzymali kod dostępu do bazy danych sieci (...) i mogli tym samym monitorować sprzedaż swoich towarów w ramach sieci (...) na obszarze całej Polski. (zeznania świadka M. M., k. 328 -330). Pozwany świadczył również usługi promocyjne polegające na dodatkowej ekspozycji produktów strony powodowej na halach pozwanego. (zeznania świadka M. M., k. 328 -330)

Z tytułu świadczonych przez pozwanego usług wystawiane były faktury, a następnie z tytułu świadczonych usług dokonywane kompensaty. Powyższe stwierdzone zostały fakturami i uwidocznione w specyfikacjach. (okoliczność bezsporna, specyfikacje płatności – k.90-92, 95 -96,100-104, 106 – 107,110-111, 116 -117,122-14,128-129, 136 – 138,146-148, 152-156, 158 -159). Pozwany wystawił faktury VAT:

- za usługi zarządzania budżetem marketingowym (faktury VAT, k. 98, 108, 114,119,126, 131,133,142,144,151
- za usługi promocyjne (faktury VAT, k.89,94,97, 105, 113,121,130,135,139,140,143,157
- za usługi (...) (faktury VAT, k.99, 109,115,120,127,132,134,141,145,150

Pismem wystosowanym w dniu 16 września 2013 roku powodowie wezwali pozwanego do zapłaty kwoty 261 977,63 złote wraz z ustawowymi odsetkami z tytułu dokonania czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobraniu opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży innej niż marża handlowa w nieprzekraczalnym terminie do dnia 23 września 2013 roku wskazując iż po jego bezskutecznym upływie wystąpią na drogę sądową. (wezwanie do zapłaty, k.162 -163)

Powyższy stan faktyczny, Sąd ustalił na podstawie powołanych wyżej dowodów z dokumentów i zeznań świadka. Wiarygodność zgromadzonych w sprawie dokumentów, jak i zeznania świadka M. M. nie była przez strony kwestionowana. Pozostałe dokumenty natomiast nie miały istotnego znaczenia dla rozstrzygnięcia rzeczowej sprawy. Ponadto Sąd postanowił oddalić dowód z opinii biegłego z zakresu marketingu i reklamy na okoliczność ekwiwalentności świadczonych przez pozwanego na rzecz powoda usług reklamowych i promocyjnych konstatując, iż dowód ten nie jest konieczny do rozstrzygnięcia sprawy, a kwestie które miałyby zostać poruszone w opinii zostały stwierdzone za pomocą innych środków dowodowych. Ponadto Sąd pominął dowód z końcowego przesłuchania stron gdyż okoliczności sporne zostały dostatecznie wyjaśnione

Sąd zważył, co następuje:

Powództwo nie zasługiwało na uwzględnienie.

Bezsporne w niniejszej sprawie było, że strony łączyła umowa o współpracy handlowej z dnia 29 października 2010 roku, na podstawie której strona powodowa zobowiązała się do dostawy swoich towarów, a pozwana zobowiązała się do zapłaty za nie ceny. Ponadto strona pozwana zobowiązała się na rzecz strony powodowej do świadczenia dodatkowych usług za odrębnym wynagrodzeniem. Bezspornym było także, że rozliczenia stron dokonywane były na zasadzie kompensaty wzajemnych wierzytelności pieniężnych. Niniejszym pozwem natomiast powodowie dochodzili zwrotu potrąconych z tego tytułu należności, a które ich zdaniem zostały pobrane tytułem innych niż marża opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz. U. z 2003 r. Nr 153 poz. 1503, z póź. zm. – dalej: „u.z.n.k.”) czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta, które może się materializować m.in. w utrudnianiu dostępu do rynku (art. 3 ust. 2 ustawy) zdefiniowanym w art. 15 ustawy. Stosownie zaś do 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. Jak wynika z przytoczonego przepisu, z czynem z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy mamy zatem do czynienia wówczas, gdy spełnione zostaną dwie przesłanki faktyczne, to jest uwarunkowanie przyjęcia do sprzedaży towaru od wyrażenia zgody na uiszczenie innych niż marża handlowa opłat oraz faktyczne ich pobieranie.

W ocenie Sądu powodowie nie wykazali jednak istnienia pierwszej z nich, tj. iż warunkiem podjęcia przez strony współpracy handlowej i jej kontynuacji było wyrażenie przez nich zgody na dokonywanie przez pozwanego potrąceń z tytułu świadczonych przez niego następujących usług: promocyjnych, zarządzania budżetem promocyjnym oraz usługi (...). Dla weryfikacji prawdziwości twierdzeń strony powodowej w tym zakresie nieprzydatne były w szczególności dołączone do pozwu dowody w postaci korespondencji mailowej prowadzonej między stronami już po zawarciu umowy z dnia 29 października 2010 roku, które to miały świadczyć o niezadowoleniu powodów z warunków w/w umowy. Przede wszystkim bowiem należy zwrócić uwagę, iż w/w korespondencja wskazuje już na relacje istniejące między stronami po podpisaniu umowy, a nie przed jej zawarciem, zatem nie odzwierciedla okoliczności, którą chcieli udowodnić powodowie iż nie mieli wpływu na warunki zawartej następnie umowy z dnia 29 października 2010 roku. Na przyjęcie, że pozwany narzucił powodom treść postanowień umowy bez możliwości ich negocjacji nie pozwalają również pozostałe dowody przeprowadzone w toku postępowania. Powyższej okoliczności przeczą zeznania świadka M. M., który zeznał, że umowa miała zostać podpisana z inicjatywy strony powodowej, która po przedłożeniu jej projektu umowy przez (...) nie wносиła o jakiegokolwiek zmiany w jej brzmieniu. W ocenie Sądu strona powodowa nie udowodniła zatem, aby jej zgoda na świadczenie przez pozwanego dodatkowych usług i przyznanie wynagrodzenia z tego tytułu było warunkiem nawiązania współpracy handlowej z pozwanym. Już więc z tego tylko powodu nie było podstaw do podzielenia stanowiska strony powodowej, iż pozwany popełnił czyn nieuczciwej konkurencji polegający na utrudnieniu powodom dostępu do rynku poprzez pobranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

W dalszej kolejności wskazać należy, że wbrew twierdzeniom powodów art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie stoi – co do zasady – na przeszkodzie w nawiązaniu relacji umownych, z których będzie wynikał obowiązek świadczeń pieniężnych ze strony sprzedawcy lub dostawcy. W pierwszej kolejności wskazania wymaga, iż w granicach swobody kontraktowej, ukonstytuowanej w art. 353¹ k.c., nie jest wykluczone kreowanie stosunków, w których zasadnicze prawa i obowiązki właściwe umowie dostawy czy sprzedaży zostaną uzupełnione o elementy dodatkowe. Jeśli w konsekwencji przyjęcia takich rozwiązań dostawca zostanie obciążony opłatami, które znajdują swój ekwiwalent w świadczeniach sklepu wielkopowierzchniowego, to odwoływanie się wprost do zakazu z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie jest możliwe. Artykuł 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wyklucza pobieranie tylko takich świadczeń, które nie znajdują rzeczywistego uzasadnienia w świadczeniach kupującego (dostawcy), innych niż te, których obowiązek spełnienia wynika z zawartej umowy sprzedaży bądź dostawy. Tym niemniej, jeśli pobieranie od dostawcy towarów zastrzeżonych opłat nie znajduje rzeczywistego uzasadnienia w świadczeniach czy usługach na rzecz tego dostawcy, istnieje możliwość zakwalifikowania pobieranych opłat jako tzw. opłat półkowych. Przedsiębiorca nabywający towar musi jednak spełniać na rzecz zbywcy świadczenia niezwiązane z realizacją własnego interesu dotyczącego

przedmiotu umowy i niezwiązane ze standardową sprzedażą towarów finalnym odbiorcom, np. na życzenie dostawcy umieszczać w sklepie reklamy o treści przez niego określonej lub z nim uzgodnionej, albo dokonywać szczególnej akcji promocyjnej. Ciężar udowodnienia okoliczności, które miałyby wyłączyć uznanie określonego świadczenia jako świadczenia niedopuszczalnego w świetle omawianej regulacji, spoczywa na przedsiębiorcy, który twierdzi, że omawiane unormowanie nie ma zastosowania (vide: E. Nowińska, M. du Vall w: Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Lexis Nexis, Warszawa 2008, s. 195).

Zdaniem Sądu pozwana wykazała, że taka sytuacja miała miejsce w rozpoznawanej sprawie w odniesieniu do świadczonych przez nią na rzecz powodów usług. Podnieść przede wszystkim należy, że pozwany faktycznie wykonywał na rzecz powodów sporne usługi. Pozwany, dysponując odpowiednim zapleczem, kadrami i doświadczeniem, podejmował na rzecz powodów działania, których powodowie ze względu na ograniczenia organizacyjne i finansowe nie byliby w stanie podjąć samodzielnie. Działania zarządzania budżetem marketingowym polegały m.in. na wydawaniu gazetek, w których zamieszczano produkty dostarczane przez powodów z umiejscowieniem znaków towarowych, którymi posługiwali się powodowie m.in. (...). Bez znaczenia natomiast pozostaje okoliczność nieuwidocznienia marki powodów na tychże produktach, bowiem przekaz marketingowy miał koncentrować się na wizerunku określonego produktu, który podlegał sprzedaży konsumentowi, co też się stało. Pozwany wykazał wykonanie przez niego uzgodnionych z powodami akcji promocyjnych poprzez dołączone gazетки reklamowe, których treści nie kwestionowali, a także przy pomocy zeznań świadka M. M., który w pozwanej spółce był tzw. category manager. Jego zeznania wskazują również, iż na rzecz powodów wykonywane były akcje promocyjne polegające na umieszczaniu dodatkowych ekspozycji na halach z produktami dostarczonymi przez powodów. Z jego zeznań wynika również, iż powodowie mieli możliwość korzystania z bazy (...), do której wchodziło się przy pomocy uzyskanego tokena i rzeczywiście ten dostęp został im umożliwiony. Nierelevantną natomiast w niniejszej sprawie stanowi kwestia czy faktycznie powodowie z tej bazy korzystali czy też nie. Istotnym natomiast było czy faktycznie zostało im to umożliwione, co było zgodne z treścią definicji usługi (...) zawartej w załączniku nr (...) do umowy z dnia 29 października 2010 roku. W tym momencie należy również wspomnieć, iż Sąd nie zgodził się z argumentacją strony powodowej jakoby definicje usług wykonywane przez pozwanego opisane w umowie i załącznikach do niej nie były określone nieostro i w związku z tym nie powinno się kwestii ich świadczenia w ogóle rozpatrywać. Zdaniem Sądu bowiem opis w/w definicji wskazany w załączniku nr (...) do umowy nie nastrocza jakichkolwiek problemów z ich rozumieniem, co odzwierciedlało się z resztą w wykonywaniu ich w takowy sposób przez pozwanego.

Abstrahując od powyższego wskazania wymaga ponadto, iż za niezasadny należało uznać także zarzut powodów, iż pozwany utrudniał im dostęp do rynku, w tym również w drodze pobierania niedozwolonych opłat. Samo utrudnianie dostępu do rynku należy rozumieć jako stawianie przeszkód, barier, przeszkadzanie czy też zakłócanie równowagi rynkowej. Przeszkody te muszą być nakierowane na działalność gospodarczą innych podmiotów na danym rynku, dlatego sprawcą czynu może być wyłącznie przedsiębiorca. Działania te mogą polegać na stwarzaniu ograniczeń bądź natury faktycznej, bądź prawnej. Mają na celu zwiększenie własnej pozycji rynkowej naruszydela, prowadzącej w efekcie do osiągnięcia większych zysków kosztem konkurencji. (postanowienie Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 3 marca 2014 roku o sygn. akt V ACa 486/13)

W związku z tym podkreślenia wymaga przede wszystkim, iż jak wskazano powyżej opłat pobieranych przez pozwanego nie da się uznać za niedozwolone wobec ekwiwalentności świadczeń obu stron, jak również zastrzeżenia tych opłat świadczonych celem uzyskania większej sprzedaży produktów dostarczonych przez stronę powodową pozwanemu. Ponadto powód nie udowodnił jakoby działania pozwanego uniemożliwiały mu rynkową konfrontację z innymi produktami tego typu i dostęp do finalnego odbiorcy.

Na koniec należy ponadto odnieść się do zarzutu strony powodowej, iż o okoliczności pobierania przez pozwanego opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, a nie za wykonywane usługi świadczy okoliczność uzależnienia ich wysokości od wielkości obrotu. W świetle bowiem zasady swobody umów, wynikającej z [art. 353¹ k.c.](#) podmioty, które zamierzają przez dany okres czasu 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 istniejących między nimi opłat, w tym uzależniając je od wartości obrotu pomiędzy stronami w danym przedziale czasowym, co miało miejsce w rozpatrywanej sprawie.

Mając na uwadze powyższe rozważania, wobec uznania, że warunki umowy łączącej strony niniejszego postępowania nie zostały powodom narzucone, a dobrowolnie przez niego przyjęte w ramach swobody kontraktowania wyrażonej w art. 353¹ k.c., brak było podstaw do uznania, że pozwany dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji. Zbędne w dalszej kolejności zatem stało się odnoszenie chociażby do kwestii odsetek stanowiących świadczenie uboczne wobec faktu oddalenia przez Sąd roszczenia głównego.

O kosztach procesu Sąd orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c. w zw. z art. 99 k.p.c. Z uwagi na oddalenie powództwa w całości, powodów należało uznać za stronę przegrywającą i zasądzić od nich solidarnie na rzecz pozwanego koszty procesu. Na koszty poniesione przez pozwanego złożyła się kwota 17 złotych tytułem opłaty skarbowej od udzielonego pełnomocnictwa oraz kwota 7 200 złotych tytułem wynagrodzenia pełnomocnika procesowego obliczona w oparciu o § 6 pkt 7 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności adwokatów oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu.

SSO M. Kamińska