

Sygn. akt I ACa 149/13

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 22 maja 2013 r.

Sąd Apelacyjny w Gdańsku – I Wydział Cywilny

w składzie:

Przewodniczący:	SSA Bogusława Sieruga
Sędziowie:	SA Ewa Giezek SA Barbara Lewandowska (spr.)
Protokolant:	sekr. sąd. Małgorzata Naróg - Kamińska

po rozpoznaniu w dniu 8 maja 2013 r. w Gdańsku na rozprawie

sprawy z powództwa (...) C.-B., S.

spółki jawnej w K.

przeciwko (...) – HANDEL spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w G.

o zapłatę

na skutek apelacji powoda od wyroku Sądu Okręgowego w Gdańsku

z dnia 19 grudnia 2012 r. sygn. akt IX GC 144/12

I/ oddała apelację;

II/ zasądza od powoda na rzecz pozwanego kwotę 900 (dziewięćset) złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

Na oryginale właściwe podpisy.

I ACa 149/13

UZASADNIENIE

Wyrokiem z dnia 19 grudnia 2012 r. Sąd Okręgowy w Gdańsku oddalił powództwo (...) C.-B., (...) spółki jawnej w K. przeciwko (...) -HANDEL spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w G. o zapłatę kwoty 12.250 zł z tytułu zwrotu nienależnie pobranych opłat za usługi marketingowe.

Sąd Okręgowy ustalił, że w dniu 2 grudnia 2010 r. pomiędzy stronami zawarta została umowa dystrybucyjna, na podstawie której pozwany jako hurtownik kupował produkty od powoda celem ich dalszej odsprzedaży do sklepów działających na terenie P.. Umowa określała warunki współpracy handlowej stron, w tym – zasady płatności za

towar, upusty, a także warunki wyłączności. W umowie tej przewidziano nadto zapłatę przez dostawcę (powoda) dystrybutorowi (pozwanemu) opłaty wstępnej w kwocie 10.000 zł netto płatnej w dwóch ratach i niepodlegającej zwrotowi w razie rozwiązania umowy, za wprowadzenie do obrotu 25 indeksów. Powód zobowiązał się nadto do uczestnictwa w minimum dwóch gazetkach reklamowych wydawanych przez pozwanego oraz w akcjach promocyjnych z dodatkowym upustem w czasie trwania promocji.

Do zawarcia umowy doszło w wyniku negocjacji prowadzonych przez T. W. w imieniu powoda i J. R. w imieniu pozwanego. Powód jest producentem przetworów w owoców leśnych. Posiada kilka oddziałów w Polsce. Jego celem było rozszerzenie działalności na (...). Pozwany zaś prowadzi działalność hurtową, współpracując z wieloma sklepami, również sieciowymi, którym dostarcza i sprzedaje towar kupiony wcześniej od producentów.

Zadaniem pozwanego było wprowadzenie produktów powoda do jak największej ilości punktów sprzedaży przy pomocy swoich przedstawicieli handlowych. Wiązało się to z przeprowadzaniem akcji reklamowych produktów powoda w sklepach, z którymi pozwany współpracował. Strony ustaliły, że tzw. opłata wstępna nie jest uzależniona od obrotów uzyskanych przez pozwanego ze sprzedaży towarów powoda. Przedstawiciele handlowi pozwanego promowali towar powoda w sklepach, dla których pozwany był dostawcą towaru – przekonywali sukcesywnie kierowników sklepów do zakupu tych produktów, udostępniali je do degustacji, sprawdzali, czy są one właściwie eksponowane na półkach. Wymagało to zwiększonego nakładu pracy.

W dniach (...) r. i (...) r. pozwany wystawił powodowi faktury VAT na kwoty, odpowiednio, 6.100 zł i 6.150 zł brutto tytułem ustalonych opłat marketingowych, w umowie określonych jako „opłata wstępna”. Faktury miały 30-dniowe terminy płatności, a ich treść nie była kwestionowana przez powoda. W dniu (...) r. powód wypowiedział pozwanemu umowę dystrybucyjną z dnia (...) roku ze skutkiem na dzień (...) r. z uwagi na niedotrzymanie terminów płatności za towar. W ramach rozliczenia stron pozwany potrącił należności z obu wskazanych wyżej faktur za „opłatę wstępna” z wierzycelnością powoda z tytułu zapłaty za towar. Powód zakwestionował skuteczność tego potrącenia, stwierdzając, że objęte nim kwoty stanowią świadczenie nienależne wynikające z czynu nieuczciwej konkurencji, określonego w art.15 ust.1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej: u.z.n.k.). W niniejszym procesie domaga się zwrotu kwoty potrąconej, w łącznej wysokości 12.250 zł.

Mając na uwadze powyższe okoliczności faktyczne Sąd pierwszej instancji ocenił powództwo jako niezasadne. Sąd ten zważył, że ustanowiony we wskazanym przepisie u.z.n.k. zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży nie wyłącza zasady swobody umów, pozwalającej na zawarcie przez strony dodatkowego porozumienia, zobowiązującego stronę kupującą do odpłatnego świadczenia, poza umową sprzedaży, dodatkowej usługi polegającej na działalności promującej i reklamującej towar dostawcy, zwłaszcza w sytuacji, gdy relacje handlowe pomiędzy stronami mają charakter stały. Sąd pierwszej instancji podzielił pogląd pozwanego, że na podstawie art.15 ust.1 pkt 4 u.z.n.k. zakazane jest pobieranie tylko takich opłat, które nie znajdują rzeczywistego uzasadnienia w świadczeniach kupującego.

Zdaniem Sądu orzekającego w ustalonym w sprawie stanie faktycznym zarzuty powoda są bezpodstawne, bowiem pozwany podjął, poprzez swoich przedstawicieli handlowych, rzeczywiste czynności zmierzające do sprzedaży produktów powoda do sklepów, z którymi sam współpracował jako dostawca towaru – hurtownik. Sąd zważył, że wprowadzanie do kolejnych sklepów nowych produktów, w tym – produktów powoda, wymagało zwiększonego nakładu pracy. Sąd orzekający wziął pod uwagę, że umowa stron była umową starannego działania, zatem świadczenie, do którego zobowiązał się pozwany i które wykonywał, pozostaje ekwiwalentne w stosunku do świadczenia pieniężnego, do którego zobowiązany był powód. Zdaniem Sądu Okręgowego niezasadne są zarzuty powoda, że działania pozwanego stanowiły czyn nieuczciwej konkurencji. Nie ma przy tym dowodów, które świadczyłyby o utrudnianiu powodowi dostępu do rynku lub o uniemożliwianiu renegotjacji umowy. Z tych przyczyn spełnionego przez powoda świadczenia Sąd ten nie uznał za nienależne i, nie znajdując podstaw do nakazania jego zwrotu, w oparciu o art.405 k.c. w związku z art.410 k.c. a contrario oraz art.15 ust.1 pkt 4 u.z.n.k., oddalił powództwo.

W apelacji od przedstawionego wyroku powód zarzucił naruszenie prawa procesowego w postaci art.233 k.p.c. poprzez błędne ustalenie, sprzeczne z całością materiału dowodowego oraz ze wskazaniem wiedzy i doświadczenia życiowego, że pozwany reklamował towar powoda i jego firmę, a także poprzez sprzeczne i niedostateczne wyjaśnienie sposobu zawarcia umowy, tym bardziej, że powód zeznał, iż umowa została przygotowana przez stronę pozwaną. Skarżący zarzucił nadto naruszenie prawa materialnego, tj. art.3 w związku z art.15 i art.18 u.z.n.k. przez jej błędną wykładnię i uznanie, że pobranie opłat w przedmiotowej sprawie nie stanowi deliktu oraz naruszenie art.58 k.c. przez jego błędną wykładnię i uznanie, że umowa łącząca strony i zawierająca elementy deliktu (w przedmiocie opłat innych niż marża handlowa) jest ważna, obowiązująca oraz uznanie, iż nie jest sprzeczna z ustawą ani nie ma na celu jej obejścia.

Formułując powyższe zarzuty powód wnosił o zmianę zaskarżonego wyroku i uwzględnienie powództwa w całości oraz o zasądzenie na jego rzecz od pozwanego kosztów procesu za obie instancje, ewentualnie – o przekazanie sprawy Sądowi pierwszej instancji w celu jej ponownego rozpatrzenia.

W odpowiedzi na apelację pozwany wnosił o jej oddalenie i o zasądzenie na jego rzecz od powoda kosztów procesu za instancję odwoławczą.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja nie jest zasadna. Sąd Apelacyjny w pierwszym rzędzie podziela poczynione przez Sąd pierwszej instancji ustalenia faktyczne, czyniąc z nich oparcie faktyczne także dla własnego rozstrzygnięcia. Na aprobatę zasługuje również ocena prawna tych ustaleń, prawidłowa w świetle zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego.

W zakresie ustaleń stanu faktycznego powód kwestionował w apelacji dwie okoliczności, a mianowicie wadliwe, jego zdaniem, przyjęcie w oparciu o zeznania świadków, że pozwany faktycznie wykonywał na jego rzecz jakiegokolwiek czynności z zakresu reklamy produktów i na rzecz firmy powoda oraz fakt, że powód nie miał możliwości realnego negocjowania umowy, przygotowanej i przedstawionej mu do podpisu przez pozwanego. Należy zważyć, że w zakresie obu powyższych okoliczności faktycznych istotnych dla rozstrzygnięcia sporu Sąd orzekający przeprowadził dowody, jakie zostały mu zaoferowane przez strony.

Jeśli chodzi o przebieg negocjacji i sam sposób zawarcia umowy dystrybucyjnej z dnia 2 grudnia 2010 r., powód wnioskował wprawdzie o przeprowadzenie dowodu z zeznań świadka T. W. jako osoby prowadzącej z jego upoważnienia rozmowy przed zawarciem umowy, jednak ostatecznie cofnął ten wniosek dowodowy (v.K.141), poprzestając na dowodzie z przesłuchania stron. W ramach tego ostatniego dowodu przesłuchany został jednak jedynie przedstawiciel strony pozwanej, bowiem za stronę powodową bez usprawiedliwienia nie stawiała się żadna osoba ją reprezentująca, przez co Sąd orzekający zasadnie pominął jej zeznania w ramach tego dowodu na podstawie art.302 § 1 k.p.c. Władny był zatem Sąd pierwszej instancji dokonać ustaleń faktycznych w powyższym zakresie w oparciu o dowód z zeznań świadka J. R., prowadzącego ze stroną pozwaną negocjacje poprzedzające zawarcie umowy z powodem. Dowód ten nie potwierdza zarzutów skarżącej co do narzucenia jej przez pozwanego warunków umowy i ograniczenia w swobodzie kontraktowej.

Także w odniesieniu do drugiej kwestionowanej w apelacji okoliczności spornej, a mianowicie faktu rzeczywistego wykonywania przez pozwanego na rzecz powoda dodatkowych usług w zakresie reklamy i promocji, Sąd pierwszej instancji opierał się na dowodach wnioskowanych przez strony. Pozwany, na którym w tej mierze spoczywał ciężar dowodu zgodnie z art.6 k.c., przedstawił dowody w postaci zeznań świadków W. D., T. J., A. K., a także dowód z przesłuchania stron, na podstawie których Sąd pierwszej instancji prawidłowo ustalił, że działania takie – wskazane przez pozwanego – były prowadzone i że ich rezultatem, któremu skarżący nie zaprzecza, było wprowadzenie produktu powoda do 115 sklepów z wykazu przedłożonego do akt sprawy (v.K.87).

Zakwestionowanie przez powoda w apelacji prawidłowości oceny tych dowodów przez Sąd pierwszej instancji, a w konsekwencji – prawidłowości poczynionych ustaleń faktycznych, nie jest oparte o żadne konkretne zarzuty, lecz o ogólne stwierdzenie skarżącego, że zeznania świadków były niewiarygodne. Powód nie wskazał, o zeznania którego ze

świadków chodzi ani w jaki sposób Sąd orzekający uchybił zasadzie oceny dowodów, określonej w art.233 § 1 k.p.c. W tym stanie rzeczy zarzuty powoda skierowane wobec trafności ustaleń faktycznych dokonanych przez Sąd meriti muszą być uznane za gołosłowną polemikę z prawidłowymi ustaleniami tegoż Sądu.

Jako chybione ocenić należy również zarzuty apelacji, odnoszące się do naruszenia wskazanych w niej przepisów prawa materialnego. W warunkach faktycznych niniejszej sprawy zasadnie bowiem Sąd pierwszej instancji nie dopatrył się w spornych postanowieniach umowy łączącej strony deliktu przewidzianego w art.15 ust.1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.jedn. Dz.U. z 2003 r., Nr 153, poz.1503 ze zm. – u.z.n.k.), który to przepis – jak słusznie zauważył Sąd Okręgowy – nie ma na celu całkowitego wyłączenia swobody umów pomiędzy przedsiębiorcami w zakresie dodatkowych świadczeń odbiorcy towaru, za które dostawca wypłaca mu odrębne wynagrodzenie. Zakaz taki dotyczy bowiem wprowadzania do umów odpłatności innych niż marża handlowa za samo przyjęcie towaru do sprzedaży, ale już nie odnosi się do sytuacji, w których opłata ta ma charakter ekwiwalentu za rzeczywiście świadczone usługi, zwłaszcza świadczone w ramach stałej współpracy gospodarczej.

Zgodzić się należy z oceną, że pozwany, który nie posiada własnych sklepów, bowiem jest hurtownikiem, pełni rolę ogniwa pośredniego pomiędzy dostawcami towarów (takimi jak powód) a sklepami prowadzonymi przez innych przedsiębiorców. Nie jest sprzeczne z zasadą swobody kontraktowania ustalenie przez przedsiębiorców, że jeden z nich będzie sprzedawał kontrahentowi swoje produkty, zaś drugi będzie je cyklicznie kupował i dodatkowo podejmował działania, by znalazły one dalszy zbyt w poszczególnych sklepach prowadzonych przez innych przedsiębiorców. Pozwany wykazał, że w ramach takich działań, przy wykonywaniu tej części umowy dystrybucyjnej posługiwał się swoimi przedstawicielami handlowymi, których rolą było zachęcenie i nakłonienie prowadzących sklepy spożywcze i punkty gastronomii na (...) do tego, by przyjęli do sprzedaży produkty pochodzące od powoda. W ten sposób umowa zawarta przez strony przybrała charakter mieszany, bowiem łączyła w sobie elementy sprzedaży i umowy o świadczenie usług. Nie zostały podważone w tym względzie dowody pozwanego, z których wynika, że w ramach realizacji umowy podejmował takie działania, jak organizowanie prezentacji i degustacji produktów powoda w niektórych sklepach czy lokalach, wprowadzanie promocji cenowych, informowanie o mało znanej na rynku marce powoda i reklamowanie jej i jej produktów jako godnych polecenia. Przedstawiciele handlowi cyklicznie objeżdżali sklepy, rozmawiali z osobami je prowadzącymi i zachęcali do wprowadzenia towaru powoda do swojej oferty oraz negocjowali warunki wstawiania tam szaf reklamowych z produktami powoda. Większe sklepy wizytowane były przez przedstawicieli handlowych pozwanego raz w tygodniu, mniejsze zaś – co dwa tygodnie. Przedstawiciele sprawdzali, w jakim miejscu produkty powoda są eksponowane w danym sklepie, a w razie potrzeby podejmowali konieczne interwencje u osób prowadzących te sklepy. W wyniku prowadzenia takich działań przedstawicielom handlowym pozwanego udało się wprowadzić trudno zbywalne (zwłaszcza w czasie powszechnego kryzysu i zmniejszenia obrotów handlowych), bo mające charakter delikatesowy, produkty powoda do 115 sklepów na terenie objętym działalnością gospodarczą pozwanego. Podnieść należy, że powód nie odniósł się rzeczowo do argumentów podniesionych przez stronę pozwaną w odpowiedzi na pozew, w tym – do zestawienia sklepów, w których wprowadzono markę powoda, wydruków korespondencji mailowej, ograniczając się do podtrzymania dotychczasowych twierdzeń. Wyjaśnienia informacyjne powoda natomiast jednoznacznie wskazują, że sporne opłaty uważa on za nienależne z tej przyczyny, że nie przyniosły one pożądanego wzrostu obrotów (v.K.145) i że ten brak widocznych rezultatów stanowił w ocenie powoda uzasadnienie dla zakwestionowania w ogóle wykonania działań reklamowych przez pozwanego.

W sytuacji, gdy umowa stron miała charakter umowy starannego działania, nie zaś umowy rezultatu, niezadowolenie powoda z efektów starań marketingowych pozwanego nieprzekładających się na wzrost obrotów towarem mu dostarczanym, nie może mieć wpływu na ocenę charakteru opłaty przewidzianej w umowie stron za reklamę i promocję produktu powoda. Sąd Apelacyjny w pełni podzielił ocenę Sądu pierwszej instancji co do tego, że sporna opłata nie była świadczeniem nienależnym, pobranym w wyniku deliktu nieuczciwej konkurencji, lecz świadczeniem stanowiącym należny pozwanemu ekwiwalent za wykonywane dodatkowo usługi, których celem było zapewnienie powodowi możliwości sprzedaży jego towarów w (...) sklepach spożywczych lub punktach gastronomicznych przy wykorzystaniu kontaktów handlowych pozwanego jako działającego już na tym terenie przedsiębiorcy. Wobec wykazania przez pozwanego – przy pomocy dowodów z zeznań świadków, stron, zestawienia sklepów, a także

wydruków z maili (v. wydruk jednego z takich maili – K.90) że usługi takie były faktycznie świadczone, sporna opłata, jako zgodna z umową stron, nie mogła podlegać zwrotowi, bowiem nie było do tego podstaw.

Nie może przy tym ująć z pola widzenia to, że ustawowy zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży służyć ma ochronie przedsiębiorców przed utrudnianiem im dostępu do rynku. Cel taki wynika bowiem z treści art.15 ust.1 u.z.n.k. in principio. W stanie faktycznym przedmiotowej sprawy nie ma podstaw do stwierdzenia, że sporne opłaty były czynnikiem hamującym powodowi możliwości wejścia na rynek. Należy raczej uznać, że były, przynajmniej z założenia, elementem kosztu związanego ze wspomaganie powodzenia towarów powoda na rynku setek konkurujących ze sobą artykułów spożywczych niebędących produktami powszechnej potrzeby, lecz należących do segmentu towarów luksusowych (delikatesowych), trudniej zbywalnych. W takiej sytuacji zatem wynagrodzenie zapłacone przez powoda za spełnienie przewidzianego w umowie stron dodatkowego świadczenia niepieniężnego ze strony pozwanego nie stanowiło innej niż marża handlowa opłaty za samo przyjęcie towaru do sprzedaży (por. wyrok SN z dnia 25 października 2012 r., I CSK 147/12 – LEX nr 1231301).

Z przedstawionych wyżej względów Sąd drugiej instancji apelację powoda, jako bezzasadną, oddalił na mocy art.385 k.p.c. O kosztach postępowania apelacyjnego Sąd orzekł na zasadzie art.108 § 1 k.p.c. w związku z art.98 § 1 i 3 k.p.c. Koszty te stanowi kwota 900 zł z tytułu wynagrodzenia pełnomocnika pozwanego, określona na podstawie § 6 pkt 4 w związku z § 12 ust.1 pkt 2 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu (Dz.U. Nr 163, poz.1349 ze zm.).