

Sygn. akt: I AGa 238/19; I AGz 251/19

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 12 marca 2020 r.

Sąd Apelacyjny w Gdańsku I Wydział Cywilny

w składzie:

Przewodniczący: SSA Marek Machnij (spr.)

Sędziowie: SA Przemysław Banasik

SA Małgorzata Rybicka – Pakuła

Protokolant: stażysta Alicja Onichimowska

po rozpoznaniu w dniu 12 marca 2020 r. w Gdańsku

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w P.

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

o zapłatę

na skutek apelacji powoda i zażalenia pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego w Gdańsku

z dnia 6 czerwca 2019 r. sygn. akt IX GC 708/18

1) oddała apelację,

2) zasądza od powoda na rzecz pozwanej kwotę 4.050 zł (cztery tysiące pięćdziesiąt złotych) tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego,

3) zmienia zaskarżony wyrok w punkcie II (drugim) jedynie o tyle, że w miejsce kwoty 18.000 zł (osiemnaście tysięcy złotych) zasądza od powoda na rzecz pozwanej kwotę 18.017 zł (osiemnaście tysięcy siedemnaście złotych),

4) oddała zażalenie w pozostałym zakresie.

SSA Małgorzata Rybicka – Pakuła SSA Marek Machnij SSA Przemysław Banasik

Sygn. akt: I AGa 238/19; I AGz 251/19

UZASADNIENIE

Powód (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowo – akcyjna w P. wniósł o zasądzenie od pozwanej (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w G. kwoty 175.533,30 zł z odsetkami ustawowymi od bliżej wskazanych kwot i dat, twierdząc, że pozwana bezpodstawnie

potraciła te kwoty z jego należności w związku z pobieraniem opłat innych niż marża za przyjęcie towarów do sprzedaży (tzw. opłat półkowych).

Pozwana wniosła o oddalenie powództwa jako bezpodstawnego, twierdząc, że opiera się ono na nieprawdziwym i wybiórczym przedstawieniu okoliczności, dotyczących współpracy między stronami, a ponadto podniosła zarzut przedawnienia dochodzonych roszczeń.

W toku postępowania powodowa spółka została przejęta przez (...) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością w P..

Sąd Okręgowy w Gdańsku wyrokiem z dnia 6 czerwca 2019 r. oddalił powództwo i zasądził od powoda na rzecz pozwanego kwotę 18.000 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

Z dokonanych przez Sąd Okręgowy ustaleń faktycznych wynika, że spółka (...) (dalej: powódka) jest następcą prawnym (...) sp. z o.o. sp.k.a. (której poprzednikiem prawnym była (...) sp. z o.o. sp.k.a.), z którą połączyła się jako spółka przejmująca. Z kolei (...) sp. z o.o. sp.k.a. i (...) sp. z o.o. sp.k.a. były członkami grupy kapitałowej należącej do P. W. (1). Na mocy porozumienia z dnia 2 stycznia 2014 r. (...) sp. z o.o. sp.k.a. przeniosła na (...) sp. z o.o. sp.k.a. wszelkie prawa i obowiązki handlowe wynikające z umów zawartych z pozwaną (...) sp. z o.o., a na mocy trójstronnego porozumienia z dnia 5 lutego 2014 r. pozwana wyraziła zgodę na powyższe przejęcie praw i obowiązków.

W ramach prowadzonej współpracy powódka dostarczała pozwanej w okresie od stycznia 2011 r. do maja 2014 r. (w oparciu o zawarte między stronami umowy dostawy) różne produkty (m. in. M. B. M., M. P. M., M. S. C., M. K. M., M. E. G., M. S. S., M. (...), M. N. & S. M., M. B. M., M. E. S., M. C. P.). W umowach powódka zobowiązywała się do wytworzenia i dostarczenia periodycznie wyszczególnionych towarów, w terminie i według specyfikacji wynikającej z zamówień pozwanej. Powódka miała zamówić towar u producenta w C. i zorganizować jego dostawę, a finalnie sprzedać go pozwanej. Fabryka chińska wystawiała fakturę powódce, zaś towar był dostarczany do magazynu pozwanej w G. przy ul. (...). Następnie powódka wystawiała fakturę pozwanej, a pozwana wystawiała jej fakturę za wyprodukowanie reklamy. Wszystkie produkty zostały oznaczone marką pozwanej na kartonach, instrukcjach i samym urządzeniu (natryskowo w sposób trwały). Powódka miała swojej logo tylko na kartonie jako importer.

Ze względu na zakaz konkurencji zastrzeżony w umowach dostawy powódka nie mogła sprzedawać produktów innym kontrahentom (odnosiło się to jedynie do sprzętów elektronicznych). Wszystkie umowy (z wyjątkiem umowy z dnia 23 stycznia 2013 r.) zawierały postanowienie, że dostawca zobowiązuje się do zapłaty na rzecz odbiorcy określonej w nich kwoty, powiększonej o podatek VAT, należny według przepisów obowiązujących w momencie płatności, celem pokrycia kosztów produkcji reklamy towarów, których dotyczyły te umowy.

Towary, dostarczane pozwanej, były importowane z C., jako produkty tzw. „no name”, nieposiadające marki, reklamy, skryptu do reklamy i instrukcji. Pozwana przyjęła zasadę, że każdy dostawca produktów miał dostarczyć reklamy do oferowanych przez siebie towarów. Cena filmu reklamowego była wliczona w cenę dostawy produktów. Pozwana nie ponosiła kosztów filmów reklamowych. Ponieważ zazwyczaj były to reklamy zagraniczne, pozwana dostosowywała je do polskiego rynku (tłumaczenie na język polski, aktualizacja waluty, w jakiej podawano cenę). Pozwana sprzedawała produkty pod różnymi markami: część jako M., a część pod oryginalną marką producenta/dostawcy. Decydująca w tym zakresie była rozpoznawalność marki.

Powódka nie dysponowała odpowiednim zapleczem organizacyjnym umożliwiającym realizację reklam produktów we własnym zakresie. W związku z tym strony uzgodniły, że wspólnie zorganizują, a w początkowej fazie współpracy także wspólnie sfinansują (dotyczyło to dwóch towarów: bread maker i pasta maker), produkcję reklam przy wykorzystaniu potencjału organizacyjnego pozwanej. Współfinansowanie reklam przez pozwaną stanowiło wyjątek od przyjętej w teleshoppingu zasady przerzucającej te koszty na dostawcę. Ustalenia dotyczące podziałów kosztów produkcji reklam przeznaczonych dla towarów powódki miały charakter tymczasowy, bowiem docelowo całość tych kosztów

miał ponosić dostawca. Przy każdym towarze wprowadzonym na rynek produkowano film reklamowy. Pozwana nie obciążała powódki kosztami aktualizacji materiału reklamowego (zmiany ceny, akcji marketingowej).

Pozwana zleciła przygotowanie odpowiednich reklam wyspecjalizowanym podmiotom, takim jak (...) S.A. Oferowane przez ten podmiot stawki były dla pozwanej preferencyjne z uwagi na jej powiązanie kapitałowe z (...) S.A. (...) były kręcone przez (...) w K.. Koszty produkcji reklam były w każdym przypadku negocjowane z agencją reklamową, a ostateczny kosztorys był przekazywany powódce do akceptacji. Następnie koszty, wykazane w fakturze producenta reklamy, dzielono po połowie między powódkę i pozwaną. Strony ustaliły, że za dwa pierwsze produkty (mango bread maker, mango pasta maker), dostarczone przez powódkę, koszty reklamy będą pokryte po połowie. W dalszej części współpracy (od 2012 r.) powódka finansowała całość tych kosztów. Do rozliczenia z nią była brana pod uwagę wyłącznie rzeczywista nominalna kwota wyprodukowania reklamy, bez kosztów dodatkowych, marż lub narzutów pozwanej.

Powódka sprawdzała możliwości produkcji filmu reklamowego poza (...), brała również udział w produkcji filmów reklamowych dla jej produktów. Były one dedykowane dla konkretnego produktu, wobec czego nie były wykorzystywane przez pozwaną do reklamowania innych produktów ani nie były przez nią wykorzystywane po zakończeniu sprzedaży produktów powódki. W toku współpracy z pozwaną powódka nie kwestionowała zasadności obciążania jej kosztami reklam.

Podczas współpracy następowały opóźnienia w terminach dostaw, a także braki ilościowe i jakościowe po stronie powodowej. W styczniu 2012 r. dostarczyła ona pozwanej produkt K. (...), który był wybrakowany, przy czym nie była w stanie w odpowiednim terminie uzupełnić brakujących elementów. W związku z tym strony doszły do porozumienia, że pozwana zrealizuje przyjęte zamówienie, a w późniejszym terminie dośle klientom brakujące elementy odrębną przesyłką, natomiast powódka zobowiązała się do pokrycia powstałych z tego tytułu dodatkowych kosztów.

Pozwana wystawiła powódce tytułem kosztów produkcji reklam faktury na łączną kwotę 175.533,30 zł, którą powódka uregulowała w całości: albo rzecz dokonanie wpłaty (przelewu) na rzecz pozwanej, albo przez potrącenie z jej należności z tytułu dostawy.

W związku z pogarszającą się jakością towarów dostarczanych przez powódkę i rosnącą liczbą reklamacji ze strony klientów pozwana zaprzestała współpracy handlowej z powódką. W dniu 13 października 2014 r. powódka złożyła do Sądu Rejonowego w Gdyni wniosek o zawiązanie pozwanej do próby ugodowej, ale do zawarcia ugody nie doszło, przy czym powódka nie stawiała się na posiedzenie pojednawcze w dniu 14 stycznia 2014 r.

Sąd Okręgowy wyjaśnił, że powyższe okoliczności ustalił na podstawie złożonych przez obie strony dokumentów, które uznał za wiarygodne. Ponadto oparł się na zeznaniach świadków D. O., E. M. i J. J. oraz przesłuchanego za powódkę P. W. (1), które także uznał za wiarygodne w zakresie zgodnym z ustalonym stanem faktycznym, wskazując jednocześnie szczegółowo, w jaki sposób ocenił te dowody i jakie okoliczności ustalił na ich podstawie. Następnie wskazał, że na podstawie zebranego w sprawie materiału dowodowego doszedł do przekonania o niezasadności powództwa w całości.

Powódka domagała się od pozwanej zapłaty kwoty 175.533,30 zł z odsetkami ustawowymi tytułem zwrotu uregulowanych na jej rzecz kosztów realizacji reklam towarów, które były jej przez niego dostarczane. Między stronami nie było sporne, że doszło do zawarcia przedmiotowych umów oraz jaka była ich treść i charakter prawny (umowy dostawy w rozumieniu art. 605 k.c.). Podstawę prawną powództwa stanowiły przepisy art. 18 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (obecnie t. jedn. 2019 r., poz. 1010 z późn. zm., powoływanej dalej jako „u.z.n.k.”). Alternatywnie powódka oparła żądanie pozwu na przepisach art. 58 k.c., art. 405 k.c., art. 410 k.c., art. 415 k.c., twierdząc, że wskutek konieczności regulowania opłat za reklamę poniosła stratę (szkodę) w wysokości bezpodstawnie naliczonych przez pozwaną kosztów produkcji reklamy.

Odnośnie do czynu nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 1 – 4 u.z.n.k. Sąd Okręgowy wskazał, że jego wystąpienie jest uzależnione od dwóch przesłanek: 1) pobrania innej niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, 2) której pobranie skutkować musi utrudnieniem dostępu do rynku przedsiębiorcy, który ją

zapłacił. Dla takiego czynu zasadnicze znaczenie mają dwa elementy: utrudnienie przedsiębiorcy dostępu do rynku i nieuczciwy charakter takiego utrudnienia. Nieuczciwość kupującego (dużej sieci handlowej) pojawia się m. in. wówczas, gdy opłaty marketingowe ponoszone przez dostawcę są dla niego niewspółmiernie większym obciążeniem finansowym niż koszty stworzenia samodzielnej akcji marketingowej, tj. bez jej powiązania z umową sprzedaży towarów do sieci handlowej. Z kolei przesłankami odpowiedzialności odszkodowawczej na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. są: powstanie szkody, wyrządzenie szkody na skutek zdarzenia (faktu), z którym ustawa łączy obowiązek odszkodowawczy, tj. czynu nieuczciwej konkurencji oraz związek przyczynowy między szkodą a zdarzeniem, które ją spowodowało.

W związku z tym Sąd Okręgowy w pierwszej kolejności rozważył, czy wskazane przez powódkę zachowanie pozwanej stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji, ponieważ negatywne przesądzenie tej kwestii skutkowałoby bezzasadnością dochodzonych roszczeń zarówno na podstawie przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jak i w oparciu o alternatywnie przytoczone podstawy odpowiedzialności (bezpodstawne wzbogacenie, delikt, bezwzględna nieważność czynności prawnej).

W tym zakresie Sąd ten uznał, że zebrany w sprawie materiał dowodowy nie potwierdził, aby zachowanie pozwanej stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. lub jakiegokolwiek innego przepisu tej ustawy. Nie można zwłaszcza uznać, że w tym wypadku pozwana pobrała od powódki inną niż marża handlowa opłatę, przez co utrudniła jej, jako przedsiębiorcy, dostęp do rynku. Naliczana przez pozwaną opłata odpowiadała bowiem kosztom nakręcenia filmów reklamowych i była adekwatna do jej wzajemnego zobowiązania w postaci emisji w telewizji nagrań promujących produkty dostarczone przez powódkę. Powódka nie wykazała zaś, aby ponoszone przez nią koszty z tego tytułu stanowiły dla niej niewspółmiernie większe obciążenie finansowe niż koszty stworzenia samodzielnej akcji reklamowo – marketingowej, tym bardziej, że pozwana nie doliczała do kosztów wytworzenia reklamy swojej marży lub innych dodatkowych kosztów.

Reklama ta była dedykowana dla konkretnego towaru, chociaż równocześnie pośrednio i niejako „przy okazji” promowała markę M. jako platformę sprzedaży. Potrzeba nagrania filmiku reklamowego każdorazowo pojawiała się, kiedy dany produkt miał być wprowadzony na rynek. Nagrania odnosiły się do określonego produktu i nie były wykorzystywane do reklamowania innych produktów niedostarczonych przez powódkę. Ich emisja kończyła się z wygaśnięciem ostatniej umowy. Pomimo że na kartonie, instrukcji i samym urządzeniu (towarze) widniała marka pozwanej, to jednak na opakowaniu były dane powódki jako dostawcy. Wynikało to z tego, że oferowała ona pozwanej produkty nie posiadające żadnej marki, tzw. „no name”, zaś marka pozwanej jest rozpoznawana na rynku, w szczególności rynku sprzedaży w formie tzw. teleshoppingu.

Sąd Okręgowy wziął pod uwagę, że każdy dostawca produktów sprzedawanych na platformie pozwanej dostarczał jej gotowy film reklamowy produktu, który był już zaadaptowany na rynek polski. Powódka, płacąc za koszty reklamy, realizowała zatem jedynie standard zupełności produktu wprowadzanego na rynek polski przez środki sprzedaży wykorzystywane przez pozwaną.

W każdej umowie dostawy precyzyjnie określono kwotową wysokość kosztów reklamy, która obciążała powódkę. Umowy nie odsyłały zatem do późniejszych dokumentów sporządzonych jednostronnie przez pozwaną, na które powódka nie miała realnego wpływu. Strony, zawierając przedmiotowe umowy, każdorazowo uzgadniały finalną wysokość tych kosztów, a więc nie były one z góry narzucane powódce. Pozwana rozliczała powyższe opłaty w sposób transparentny, w oparciu o postanowienia umowy, na podstawie faktur wystawionych w nawiązaniu do kalkulacji produkcji reklam. Biorąc zaś pod uwagę przybliżoną wartość poszczególnych dostaw, wynoszącą kilkaset tysięcy złotych, koszty reklamy w kwotach od 9.483,30 zł do 29.520 zł nie mogą zostać uznane za nadmierne, ponieważ są proporcjonalne i adekwatne do wartości przedmiotu umowy jako odpowiadające maksymalnie 10 % ich wartości.

Na podstawie powyższych uwag Sąd Okręgowy stwierdził, że świadczenie pieniężne powódki było przeznaczone na realnie świadczoną przez pozwaną usługę reklamy i stanowiło ekwiwalent jej świadczenia. Sąd ten nie znalazł podstaw również do stwierdzenia, że zachowanie pozwanej utrudniało powódce dostępu do rynku. W tym zakresie wziął pod

uwagę, że z zeznań P. W. (1) wynikało, że to sama powódka złożyła pozwanej ofertę zawarcia umowy, ponieważ była zainteresowana nawiązaniem współpracy handlowej i wprowadzeniem produktów do sprzedaży u pozwanej. Ponadto postanowienia umowne były negocjowane przez strony, a poszczególne umowy dostawy nie były umowami szablonowymi obowiązującymi w stosunkach ze wszystkimi kontrahentami pozwanej. Ponieważ zaś powódka – w odróżnieniu od innych dostawców, którzy zapewniali również filmy reklamowe – nie posiadała reklam na oferowane przez nią towary, więc porozumienie stron różniło się od standardowej umowy, bowiem umówiły się one co do formuły wzajemnych stosunków handlowych i sposobu partycypowania w kosztach działalności reklamowej (najpierw po połowie, a później te wydatki w całości miały obciążać powódkę).

W ocenie Sądu Okręgowego, pozwana zasadnie powoływała się na to, że z uwagi na rozmiar prowadzonej działalności i liczbę oferowanych produktów nie była w stanie samodzielnie realizować reklam dla poszczególnych towarów. Wobec tego przyjętą przez nią praktyką było, że dostawca produktów przekazywał jej również filmy reklamowe, a ich koszty były wliczane w cenę sprzedaży. W konsekwencji składnikiem ceny sprzedaży produktów były również wydatki związane z nagraniem filmiku reklamowego promującego towar. Natomiast powódka, przystępując do współpracy z pozwaną, nie posługiwała się rozpoznawalną wśród klientów marką, nie reklamowała swoich produktów i nie prowadziła akcji reklamowych, w związku z czym nie dysponowała odpowiednim doświadczeniem i zapleczem organizacyjnym do realizacji reklam i w tej sytuacji strony uzgodniły, że wspólnie zorganizują ich produkcję. Produkcja filmów reklamowych była zaś niezbędna, ponieważ pozwana prowadziła swoją działalność w formie teleshoppingu, oferując swoje towary głównie za pośrednictwem kanału sprzedażowego w telewizji. Nagrania te były więc konieczne do sprzedaży produktów, a ich brak czynił niemożliwym oferowanie konsumentom takiego produktu.

Sąd Okręgowy podkreślił, że powódka była na bieżąco informowana o kosztach realizacji reklamy i dopiero po wyrażeniu zgody na ich wysokość pozwana przystępowała do jej produkcji. Z załączonej korespondencji e-mailowej wynika, że pozwana przesyłała powódce wstępny kosztorys do zapoznania się i akceptacji. Poza tym powódka uczestniczyła również w samej produkcji filmów. Jednocześnie pozwana, dzięki jej powiązaniom kapitałowym, umożliwiała realizację reklam po preferencyjnych stawkach, nie doliczając własnych marż lub narzutów, lecz obciążała powódkę jedynie kosztami wykonania reklamy bez żadnych należności ubocznych. Ponadto nie narzucała konkretnego producenta reklam i powódka mogła samodzielnie, we własnym zakresie zlecić ich realizację wybranemu podmiotowi i nawet podjęła działania w tym kierunku, zlecając rozeznanie rynku wytworzenia reklam.

W tej sytuacji nie można dopatrzeć się w działaniu pozwanej elementów nieuczciwości, skoro opłaty reklamowe ponoszone przez dostawcę były dla niego mniejszym obciążeniem finansowym niż koszty stworzenia samodzielnej akcji marketingowej. Jednocześnie początkowo pozwana nawet partycypowała w kosztach reklamy towarów oferowanych jej przez powódkę. Powódka akceptowała natomiast finansowanie kosztów tej reklamy w zamian za korzystanie z renomy marki pozwanej przy oferowaniu swoich towarów, dla których poszukiwała rynku zbytu.

W konsekwencji Sąd Okręgowy doszedł do przekonania, że świadczeniem pieniężnym powódki odpowiadało świadczenie wzajemne pozwanej w postaci objęcia reklamą produktu powódki, ułatwienia w pozyskaniu rynku zbytu i udostępnienia kanału sprzedażowego. Pozwana ponosiła przy tym ciężar ewentualnych reklamacji, zwrotu towarów, braku satysfakcji klientów z niskiej jakości towarów. Pobieranie opłaty reklamowej za towar sprzedawany w ramach oferty pozwanej przyczyniło się do ułatwienia powódce wejścia na rynek, a nie prowadziło do utrudnienia jej dostępu do niego. Przed podjęciem współpracy z pozwaną nie dostarczała bowiem towarów do żadnej sieci, natomiast obecnie dostarcza różne towary do kilku sieci. Dzięki współpracy z pozwaną uzyskała więc pozycję dostawcy na dużym rynku. Ponadto, gdyby sama chciała zaprezentować i wypromować swój produkt na rynku krajowym, musiałaby się liczyć z wyższymi kosztami związanymi również z emisją reklam, którą pozwana zapewniała natomiast po tzw. kosztach produkcji samej reklamy.

Sąd Okręgowy uznał jednocześnie, że nie zasługiwał na uwzględnienie zarzut przedawnienia roszczenia, ponieważ skutek w postaci przerwy biegu przedawnienia zostaje osiągnięty niezależnie od wyników postępowania pojednawczego, a zatem także wtedy, gdy powódka nie stawiała się na wyznaczone posiedzenie pojednawcze.

Sąd uznał ponadto, że powództwo nie zasługiwało na uwzględnienie również na pozostałych podstawach, a mianowicie art. 58 k.c., art. 405 k.c., art. 410 k.c. lub art. 415 k.c.

Co do art. 58 k.c. Sąd Okręgowy stwierdził, że powódka nie wykazała, aby umowa stron, na podstawie której pokrywała koszty wyprodukowania reklamy poszczególnych towarów, w miejsce dostarczenia gotowej reklamy dla pozwanej, była sprzeczna z ustawą albo miała na celu obejście ustawy lub była sprzeczna z zasadami współzycia społecznego. Współpraca stron opierała się na swobodzie umów i charakteryzowała się ekwiwalentnością świadczeń. Była ona obciążona ryzykiem handlowym, ale nie może to podważać ekwiwalentności świadczeń obu stron. Obowiązkiem dostarczenia przez powódkę zamówionego rodzaju produktu wraz z promującym go filmem odpowiadał obowiązek pozwanej oferowania tego produktu w formie teleshoppingu pod rozpoznawalną na tym rynku własną marką w celu sprzedaży jak największej ilości sztuk wraz z przejściem odpowiedzialności z tytułu rękojmi i gwarancji wobec kupujących. Powódka korzystała w tym zakresie z marki pozwanej, ponieważ sama nie posiadała uznanej na rynku marki, podobnie jak dostarczane przez nią produkty.

Jeśli chodzi o art. 405 k.c. i art. 410 k.c., Sąd Okręgowy wskazał, że po stronie pozwanej nie nastąpiło bezpodstawne przysporzenie, skoro powódka zgodnie z umową uiszczała zapłatę za wyprodukowanie reklamy dostarczanego przez nią produktu. Pozwana nie doliczała zaś do kosztów reklamy żadnych własnych opłat (prowizji lub marży). Uiszczona zapłata była więc wyłącznie kosztem wytworzenia reklamy, która była elementem niezbędnym w celu wprowadzenia produktu do oferty pozwanej w formie teleshoppingu.

Powódka nie wykazała także przesłanek z art. 415 k.c. Nie można bowiem uznać za szkodę po jej stronie zmniejszenia jej majątku przez zapłatę kosztów produkcji reklamy, ponieważ obowiązek ten wynikał z umowy stron, odpowiadającej art. 353¹ k.c. Ponadto brak jest podstaw do stwierdzenia, że pozwana w zawiniony sposób doprowadziła do powstania szkody, skoro umowa w zakresie poniesienia kosztów reklamy była każdorazowo przedkładana powódce do akceptacji i była przez nią akceptowana. Powódka szukała na rynku możliwości wyprodukowania reklamy po niższej cenie, ale ostatecznie zaakceptowała propozycje przedstawiane przez pozwaną.

O kosztach procesu Sąd Okręgowy orzekł na mocy art. 108 § 1 k.p.c. w zw. z art. 98 § 1 i 3 k.p.c., zgodnie z zasadą odpowiedzialności za wynik procesu i całością tych kosztów obciążył powódkę jako przegrywającego, ustalając wysokość kosztów zastępstwa procesowego na podstawie § 2 pkt 6 w zw. z art. 15 ust. 3 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości w sprawie opłat za czynności adwokackie z dnia 22 października 2015 r. (Dz.U. z 2015 r. poz. 1800) na kwotę 18.000 zł, tj. dwukrotność stawki minimalnej oraz uwzględniając koszty zastępstwa procesowego w postępowaniu zażaleniowym ustalone na podstawie § 10 ust. 2 pkt 2 w/w rozporządzenia. Sąd wskazał, że nie było podstaw do ustalenia wysokości kosztów zastępstwa procesowego zgodnie z wnioskiem pozwanej od wartości przedmiotu sprawy w kwocie 319.702,54 zł, ponieważ powódka domagała się ostatecznie kwoty 175.533,30 zł, która na podstawie art. 19 § 1 k.p.c. stanowi wartość przedmiotu sporu.

Powyższy wyrok został zaskarżony w całości apelacją przez powódkę w oparciu o zarzuty:

I. naruszenia przepisów prawa materialnego, a mianowicie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. przez przyjęcie, że ciążył na niej obowiązek wykazania utrudnienia dostępu do rynku w sytuacji pobierania dodatkowych opłat,

II. naruszenia przepisów postępowania, mającego istotny wpływ na wynik sprawy:

1) art. 233 § 1 k.p.c. przez naruszenie zasady swobodnej oceny dowodów, polegające

na:

a) wybiórczym pominięciu przesłuchania strony,

b) wybiórczym pominięciu przesłuchania świadków i dowodu z linków internetowych, mimo że świadkowie strony pozwanej twierdzili, że warunkiem współpracy z pozwaną było płacenie za reklamę towarów już zamówionych i stanowiących własność pozwanej,

c) dokonaniu błędnych ustaleń faktycznych wskutek dowolnej i niewszechstronnej oceny materiału dowodowego w sposób sprzeczny z zasadami doświadczenia życiowego i nasuwających zastrzeżenia z punktu widzenia zasad logicznego rozumowania, prowadzących do błędnej konkluzji o swobodzie umów,

2) art. 328 § 2 k.p.c.:

a) przez niewskazanie przyczyn, dla których Sąd pierwszej instancji odmówił wiary zeznaniom P. W. (2), złożonym w imieniu strony powodowej, w sytuacji gdy bezkrytycznie przyjął zeznania świadków, będących pracownikami pozwanej,

b) przez nieustalenie pełnego stanu faktycznego i nieodniesienie się do wszystkich dowodów, w tym całokształtu zeznań świadków,

3) art. 364 § 4 k.p.c. przez zbadanie jedynie ograniczonego stanu faktycznego i prawnego z pominięciem istoty sprawy.

Na tych podstawach powódka wniosła o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania z uwzględnieniem kosztów postępowania odwoławczego, ewentualnie o zmianę tego wyroku i uwzględnienie powództwa w całości, a także zasądzenie od pozwanej na jej rzecz kosztów postępowania według norm przepisanych.

Pozwana wniosła zażalenie na zawarte w powyższym wyroku postanowienie o kosztach procesu, zarzucając naruszenie prawa procesowego:

1) art. 358 k.p.c. w zw. z art. 26 k.p.c. przez pominięcie w zakresie podstawy ustalenia wysokości kosztów zastępstwa procesowego postanowienia z dnia 10 listopada 2016 r., ustalającego w trybie art. 25 k.p.c. wartość przedmiotu sporu na kwotę 319.702,54 zł i w konsekwencji błędne przyjęcie jako podstawy rozstrzygnięcia zaniżonej wartości przedmiotu sporu wskazanej pierwotnie przez powoda,

b) art. 98 § 1 i 2 k.p.c. przez błędną wykładnię pojęcia kosztów celowej obrony wskutek uznania, że w razie uchylenia przez sąd odwoławczy orzeczenia sądu pierwszej instancji kończącego postępowanie w sprawie i ponownego rozpoznania sprawy w pierwszej instancji stronie nie przysługuje odrębnie zwrot kosztów zastępstwa procesowego wywołanych ponownym udziałem pełnomocnika w tej instancji,

c) art. 98 § 1 i 3 k.p.c. w zw. z § 15 ust. 1 – 4 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 22 października 2015 r. w sprawie opłat za czynności adwokackie wskutek błędnej oceny, że rodzaj i stopień zawłości sprawy oraz niezbędny nakład pracy adwokata, w tym poświęcony czas na przygotowanie się do prowadzenia sprawy, obecność pełnomocnika na wszystkich terminach rozpraw oraz wkład pracy adwokata w przyczynienie się do wyjaśnienia okoliczności faktycznych i prawnych istotnych dla rozstrzygnięcia sprawy, uzasadnia jedynie w części zgłoszony wniosek o zwrot kosztów wynagrodzenia pełnomocnika pozwanej w wysokości dwukrotności stawki minimalnej,

d) art. 98 § 1 i 3 k.p.c. wskutek pominięcia w kosztach procesu opłaty skarbowej od pełnomocnictwa udzielonego przez pozwaną pełnomocnikowi procesowemu.

Na tych podstawach pozwana wniosła o zmianę zaskarżonego postanowienia przez zasądzenie od powódki na jej rzecz kosztów procesu w kwocie 61.217 zł zgodnie ze złożonym spisem

kosztów i zasądzenia od powódki na jej rzecz kosztów postępowania zażaleniewego według norm przepisanych.

Pozwana wniosła o oddalenie apelacji i zasądzenie od powódki na jej rzecz wskazanych w odpowiedzi na apelację kosztów postępowania apelacyjnego. Powódka nie ustosunkowała się do zażalenia.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja nie zasługiwała na uwzględnienie, natomiast zażalenie było zasadne jedynie w bardzo niewielkim zakresie.

W pierwszej kolejności wskazać należy, że Sąd Apelacyjny – po samodzielnym zapoznaniu się zgodnie z art. 382 k.p.c., jako sąd merytorycznie rozpoznający sprawę, z całością zebranego w sprawie materiału dowodowego – doszedł do przekonania, że w zakresie istotnym dla rozstrzygnięcia może aprobować i przyjąć za własne ustalenia faktyczne dokonane przez Sąd pierwszej instancji, ponieważ są one zgodne z treścią powyższego materiału, a jego ocena, wbrew zarzutom powódki, odpowiada wymogom wynikającym z art. 233 § 1 k.p.c. Nie można także zarzucić im niekompletności, a biorąc pod uwagę, że zostały one obszernie przytoczone we wstępnej części niniejszego uzasadnienia zbędne jest obecnie ich powtarzanie lub uzupełnianie.

Po pierwsze, bezpodstawny jest zarzut naruszenia art. 328 § 2 k.p.c. (w brzmieniu obowiązującym przed dniem 7 listopada 2019 r.). Naruszenia tego przepisu nie można bowiem dopatrywać się jedynie w tym, że Sąd pierwszej instancji częściowo nie dał wiary przesłuchanemu za stronę powodową P. W. (2). Przede wszystkim zauważyć trzeba, że Sąd ten szczegółowo i przekonująco wyjaśnił, dlaczego dokonał takiej oceny tego dowodu. Nie można zaś zaakceptować stanowiska powódki, że Sąd pierwszej instancji powinien w całości dać wiarę P. W., skoro bezkrytycznie uznał za wiarygodne zeznania świadków, będących pracownikami pozwanej. Pomijając kwestię, że Sąd ten wcale nie dał bezkrytycznie wiary zeznaniom tych świadków, ponieważ w rzeczywistości również w wypadku tych dowodów szczegółowo i logicznie wyjaśnił, dlaczego uznał je za wiarygodne, nie można w ramach zarzutu naruszenia art. 328 § 2 k.p.c. kwestionować przyjętego przez Sąd orzekający sposobu oceny wiarygodności i mocy dowodowej zebranego materiału dowodowego, jeśli tylko – tak jak było w tym wypadku – został on należycie przedstawiony w uzasadnieniu orzeczenia. Prawdliwość tej oceny może być bowiem kwestionowana w ramach zarzutu naruszenia art. 233 § 1 k.p.c., a nie przez kwestionowanie sposobu sporządzenia uzasadnienia lub jego treści.

Podstawy uwzględnienia zarzutu naruszenia art. 328 § 2 k.p.c. nie może stanowić również kwestionowanie prawidłowości przyjętych przez Sąd orzekający wniosków co do istotnych dla rozstrzygnięcia okoliczności faktycznych lub prawnych. Strona niezadowolona z orzeczenia nie może bowiem kwestionować sporządzonego uzasadnienia tylko dlatego, że jej zdaniem powinno ono zawierać inne elementy lub uwzględniać inne wnioski, oczywiście zgodne z jej stanowiskiem. Inaczej mówiąc, nie może domagać się ona, aby zostało sporządzone uzasadnienie o takiej treści, która pozwoliłaby na uwzględnienie jej stanowiska prezentowanego w toku procesu. Także w tym zakresie podstawowe znaczenie ma bowiem sposób dokonania oceny zebranego materiału dowodowego oraz treść wyprowadzonych z niego wniosków faktycznych i prawnych, które mogą i powinny być kwestionowane za pomocą innych zarzutów.

W związku z tym, po drugie, stwierdzić należy, że niezasadne były sformułowane w apelacji zarzuty naruszenia art. 233 § 1 k.p.c., ponieważ – podobnie jak w zarzucie naruszenia art. 328 § 2 k.p.c. – powódka w istocie dąży w tym zakresie do narzucenia własnej oceny zebranego w sprawie materiału dowodowego, a jeszcze dokładniej – narzucenia własnej wersji oceny zasadności dochodzonego przez nią w tej sprawie żądania. Poza ogólnikowymi twierdzeniami o wybiórczej ocenie lub pominięciu niektórych dowodów powódka nie wskazała bowiem konkretnych okoliczności lub argumentów mogących podważyć dokonaną przez Sąd pierwszej instancji ocenę zebranego materiału dowodowego. W szczególności nie wykazała, że ocena ta w żadnym wypadku nie może zostać zaakceptowana, ponieważ jest sprzeczna z zasadami logicznego rozumowania lub zasadami doświadczenia życiowego. Argumentacja powódki w ramach tego zarzutu sprowadza się natomiast jedynie do kontestowania oceny dokonanej przez Sąd pierwszej instancji i próby jej zastąpienia własną oceną jako rzekomo w lepszym stopniu odpowiadającą powyższym zasadom. Uchodzi jednak uwagi skarżącej, że w gruncie rzeczy opiera ona swój zarzut jedynie na subiektywnym twierdzeniu, że zebrany materiał

dowodowy powinien zostać oceniony w sposób potwierdzający zasadność jej powództwa. W konsekwencji zarzut ten sprowadza się tylko do gołosłownej i bezpodstawnej polemiki z oceną dokonaną przez Sąd pierwszej instancji, która nawet jeśli nie odpowiada powódce, z pewnością nie wykracza poza granice swobodnej oceny określone w art. 233 § 1 k.p.c.

Analogicznie rzecz przedstawia się z pozostałymi zarzutami, dotyczącymi naruszenia art. 386 § 4 k.p.c. (prawdopodobnie wskutek omyłki w apelacji powołano art. 364 § 4 k.p.c., który w ogóle nie istnieje, a ponadto art. 364 k.p.c. nie dotyczy problematyki nierozpoznania istoty sprawy), a także naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., ponieważ zarzuty te sprowadzają się w gruncie rzeczy jedynie do wyrażonej w nich tezy powódki, że doszło do opisanego przez nią naruszenia tych przepisów, która nie jest jednak poparta merytoryczną i przekonującą argumentacją. W związku z tym nie można przyjąć, że doszło do zarzucanych naruszeń tylko dlatego, że powódka tak twierdzi.

W ślad za powyższą oceną przedstawionych przez powódkę zarzutów apelacyjnych wskazać należy, że zasadnicze znaczenie dla negatywnej oceny zasadności powództwa, a na obecnym etapie rozpoznania sprawy – dla negatywnej oceny apelacji, miał przede wszystkim sposób sformułowania przez nią swojego żądania, a także zgłoszonej na jego poparcie argumentacji.

W tym kontekście zacząć wypada od generalnej uwagi, że wydanie orzeczenia w każdym postępowaniu wymaga w pierwszej kolejności ustalenia okoliczności faktycznych, a następnie ich subsumcji pod właściwy stan prawny. Z tego punktu widzenia wziąć trzeba pod uwagę, że zarówno w pozwie, jak i w apelacji, a także w ustnym wystąpieniu pełnomocnika powódki na rozprawie apelacyjnej, strona powodowa jedynie bardzo ogólnikowo zaprezentowała okoliczności faktyczne, mające mieć istotne znaczenie dla jej żądania, natomiast przede wszystkim skoncentrowała się na przytaczaniu bardzo obszernych fragmentów licznych judykatów wydanych zarówno przez Sąd Najwyższy, jak i sądy apelacyjne, twierdząc, że rozstrzygnięcia te wydane zostały w podobnych lub wręcz identycznych stanach faktycznych i w konsekwencji potwierdzają również zasadność żądania dochodzonego przez nią w niniejszej sprawie.

Jeśli natomiast o istotne dla jej żądania okoliczności faktyczne, to strona powodowa bardzo ogólnie podeszła do związanych z nimi zagadnień. W pozwie przytoczyła bowiem w zasadzie jedynie treść umów, o jakie chodzi w tej sprawie, nazwanych umowami dostawy, co zostało zaakceptowane przez Sąd pierwszej instancji i nie jest kwestionowane przez strony. Powódka zwróciła uwagę zwłaszcza na postanowienia tych umów, dotyczące ponoszenia przez nią, ewentualnie rozłożenia między stronami, kosztów przygotowania materiałów reklamowych, najczęściej filmów o takim charakterze, odnoszących się do produktów, które były przez nią dostarczane pozwanej w wykonaniu tych umów. Wskazała w tym zakresie, że wszystkie umowy (z wyjątkiem ostatniej umowy z dnia 23 stycznia 2013 r.) miały zasadniczo taką samą treść i prawie wszystkie zawierały § 3 ust. 7 o treści „Dostawca zobowiązuje się do zapłaty na rzecz odbiorcy kwoty, powiększonej o podatek VAT należny według przepisów obowiązujących w momencie płatności, celem pokrycia kosztów produkcji reklamy towarów, których dotyczy umowa” (zob. uzasadnienie pozwu k. 10).

Powódka nie przedstawiła w pozwie żadnych innych okoliczności faktycznych, lecz od razu przeszła do omówienia swoich wniosków wyprowadzonych z powyższych postanowień umownych, wskazując zwłaszcza, że koszty reklamy dostarczanych przez nią towarów, które były już wtedy własnością pozwanej, stanowiły tzw. umowy półkowe, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., ponieważ od ich zapłacenia z jednej strony było uzależnione nawiązanie współpracy między stronami, a zatem była to de facto opłata za samo przyjęcie towaru do sprzedaży, a z drugiej strony skutkowało utrudnieniem jej dostępu do rynku, ponieważ powodowały zwiększenie cen produktu dla klientów, a tym samym zmniejszenie jego atrakcyjności dla konsumentów, wskutek czego zmniejszało konkurencyjność i dostęp do rynku (zob. uzasadnienie pozwu k. 10 – 12). W pozostałym zakresie uzasadnienie pozwu obejmowało natomiast praktycznie wyłącznie cytaty z orzeczeń wydanych w innych sprawach (k. 13 – 30).

Podobnie rzecz przedstawiała się w toku całego dalszego postępowania w obu instancjach, ponieważ twierdzenia i argumentacja powódki koncentrowały się jedynie na przytaczaniu treści przepisów prawnych oraz bardzo licznych orzeczeń wydanych w innych sprawach, z czego następnie wyprowadzała ona wniosek, że sytuacja w niniejszej sprawie

jest taka sama lub co najmniej bardzo zbliżona jak w powoływanych orzeczeniach, w związku z czym z podanych przez nią okoliczności faktycznych należy, jej zdaniem, wyprowadzić wniosek, że również w tym wypadku chodzi o czyny nieuczciwej konkurencji ze strony pozwanej, w szczególności wyczerpujące dyspozycję art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Taki sposób argumentacji nie mógł zostać uznany za prawidłowy i nie mógł skutecznie doprowadzić do uwzględnienia powództwa, a na obecnym etapie postępowania – do zmiany zaskarżonego wyroku w postulowanym przez skarżącą kierunku, tj. przez uznanie powództwa za uzasadnione (w całości lub choćby częściowo). Wziąć bowiem trzeba pod uwagę, że z przytoczonych przez pozwaną w odpowiedzi na pozew i w kolejnych pismach procesowych, a także z zebranego materiału dowodowego wynika, że stan faktyczny w niniejszej sprawie był znacznie bogatszy, a przy tym w istotnym zakresie – odmienny, od stanowiska zaprezentowanego przez powódkę w pozwie.

Nie jest bowiem wystarczające przytoczenie jedynie treści w/w postanowień umownych regulujących zasady płatności za przygotowanie materiałów reklamowych dotyczących dostarczanych pozwanej przez powódkę towarów, ponieważ konieczne jest przede wszystkim rozważenie, z jakich przyczyn strony zawarły w swoich umowach takie postanowienia. W tym zakresie, w ocenie Sądu Apelacyjnego, można zaakceptować zarówno stanowisko Sądu pierwszej instancji, jak i argumentację strony pozwanej, z których wynika, że specyfika branży, w której strony nawiązały ze sobą współpracę uregulowaną przedmiotowymi umowami, dawała uzasadnioną podstawę do przyjęcia kwestionowanych przez powódkę zasad tej współpracy. Wziąć zwłaszcza trzeba pod uwagę, że w tym wypadku chodziło o sprzedaż dostarczanych przez powódkę towarów, która była realizowana przez pozwaną w formie tzw. teleshoppingu, czyli w sposób bardzo istotnie odbiegający od sprzedaży realizowanej zazwyczaj przez duże sieci handlowe (hipermarkety lub supermarkety), z których działalnością wiąże się najczęściej zjawisko pobierania niedozwolonych opłat od dostawców, określanych w języku prawniczym jako tzw. opłaty półkowe, do których odnosiły się powoływane przez powódkę orzeczenia wydane w innych sprawach.

Zauważyć należy, że w tej sytuacji wcale nie chodziło o pobranie opłat jedynie za samo przyjęcie towarów do sprzedaży, czyli – jak niekiedy określa się potocznie – za położenie przez kupującego na półce towarów, które zostały przez niego nabyte od dostawców, czyli – co bardzo mocno podkreślała powódka – stanowiącymi już jego własność, z którymi to opłatami nie wiązałyby się jednak żadne realne i dodatkowe koszty odbiorcy, który je pobrał lub naliczył.

W rzeczywistości nie budzi bowiem wątpliwości okoliczność, która wynika zarówno z przedłożonych przez stronę pozwaną dokumentów i korespondencji e-mailowej, jak i z zeznań świadków, a nawet z zeznań strony powodowej (tj. P. W.), że w przypadku sprzedaży w formie teleshoppingu jej realizacja wymagała od obu stron stosunkowo złożonej i długotrwałej procedury. I tak, konieczne było najpierw wyszukanie odpowiednich towarów (w tym wypadku na rynku chińskim), oczywiście pod określone zapotrzebowanie lub oczekiwanie strony pozwanej, która na podstawie swojego doświadczenia zawodowego i znajomości branży przewidywała, jakie towary mogą znaleźć zainteresowanie u jej klientów, ale wprowadzenie takich towarów do obrotu nie polegało jedynie na ich dostarczeniu pozwanej przez powódkę, a z całą pewnością nie kończyło się tylko na ich dostarczeniu. Przede wszystkim konieczne było następnie specjalne przygotowanie tych towarów do sprzedaży w formie teleshoppingu, w szczególności opracowanie odpowiednich materiałów reklamowych, zazwyczaj w postaci filmu reklamowego, ponieważ w inny sposób w istocie w ogóle nie byłoby możliwe zaprezentowanie towarów potencjalnym nabywcom (konsumentom), skoro – mówiąc znowu potocznie – realnie nie istnieje przecież półka sklepowa, na której te towary mogłyby zostać wyłożone (wyeksponowane) w celu ich bezpośredniej sprzedaży końcowym nabywcom.

Opracowanie materiałów (filmów) reklamowych w wypadku takich towarów, które były dostarczane pozwanej przez powódkę, było więc konieczne, ponieważ dopiero ich sporządzenie umożliwiało zaoferowanie tych towarów konsumentów. Oznacza to, że materiały te stanowiły środek do prezentacji towarów na platformie (kanale dystrybucji) umożliwiający ich sprzedaż w formie teleshoppingu. Nie chodziło zatem o „opłatę za położenie towarów na półce”, lecz bardziej przypominało to koszty stworzenia samej „półki”. W konsekwencji niewątpliwie chodziło o realnie istniejące koszty, związane z wykreowaniem samej możliwości sprzedaży przedmiotowych towarów w tej formie. Bez opracowania materiałów reklamowych, a tym samym – bez poniesienia ich kosztów, w ogóle nie byłoby bowiem możliwe zrealizowanie sprzedaży towarów w formie teleshoppingu. Nie były to zatem koszty wymyślone przez

pozwaną i oderwane od rzeczywistej produkcji. Nie można więc mówić o tym, że w ten sposób chciała ona uzyskać kosztem powódki dodatkowe korzyści lub zmniejszyć koszty swojej działalności.

Skoro bowiem koszty produkcji materiałów reklamowych miały charakter realny i dotyczyły wydatków niezbędnych w celu realizacji sprzedaży w formie teleshoppingu, to podstawowe znaczenie miała zupełnie inna kwestia, a mianowicie to, która ze stron – w ramach ich współpracy – poniesie te koszty. Z tego punktu widzenia możliwe były różne rozwiązania, począwszy od obciążenia nimi pozwanej przez podzielenie ich między obie strony, a skończywszy na obciążeniu nimi w całości powódki. W okolicznościach niniejszej sprawy wziąć więc trzeba pod uwagę, że strony w granicach swobody umów ustaliły, że w pierwszych dwóch umowach, jakie zostały zawarte między nimi i od których zaczęła się ich współpraca, koszty te zostaną poniesione przez każdą z nich po połowie, natomiast w pozostałych wypadkach będą już one w całości obciążać powódkę.

Takie regulacje umowne nie stanowiły zatem w niemal tak oczywisty sposób, jak chciałaby to widzieć strona powodowa, dodatkowej, innej niż marża, opłaty za samo przyjęcie przez pozwaną dostarczanych towarów do sprzedaży, lecz z jednej strony wiązały się z realnie powstającymi kosztami przygotowania tych towarów do sprzedaży, która nie polegała na zwykłym położeniu kupionych towarów na półce w hipermarkecie (supermarkecie itp.), gdzie odbiorca i tak ponosi własne koszty prowadzenia takiej sprzedaży, ponieważ sporne koszty dotyczyły materiałów reklamowych służących do sprzedaży konkretnego produktu, do którego one odnosiły się i bez ich poniesienia w ogóle nie mogłoby dojść do sprzedaży takiego produktu, ponieważ potencjalni klienci po prostu nie mieliby jakiegokolwiek możliwości dowiedzenia się o możliwości ich nabycia od pozwanej. Z drugiej strony można uznać, że strony, wiedząc o realnej konieczności poniesienia tych kosztów, mogły w granicach swobody umów określić, która z nich i ewentualnie w jakiej części poniesie te koszty.

Z tego punktu widzenia zauważyć można, że w gruncie rzeczy nawet sama powódka w pozwie nie podważała konieczności lub celowości poniesienia kosztów przygotowania materiału (filmu) reklamowego dotyczącego jej towarów. Wynika to ze stwierdzenia przez nią, że „pozwany mógł po prostu obniżyć ceny produktów o koszty reklamy” (k. 10). Wynika z tego, że powódka dostrzegała możliwość otrzymania od pozwanej niższej zapłaty za dostarczone towary właśnie ze względu na poniesione przez pozwaną koszty reklamy. Skoro zatem powódka widziała możliwość obniżenia zapłaconej jej przez pozwaną ceny, to przecież w istocie do tego samego skutku sprowadzało się potrącenie kosztów reklamy z płatności dokonywanych na jej rzecz przez pozwaną z tytułu należności za dostarczone produkty lub ich płacenie w drodze przelewów bankowych (zob. k. 10 in fine), co jest przez nią kwestionowane w pozwie i stanowi zasadniczą podstawę dochodzonego przez nią żądania.

Za trafnością takiej oceny faktycznej, a nie prawnej, tego żądania, ponieważ cały czas chodzi na razie o ustalenie, jak przebiegała współpraca handlowa między stronami, a nie jak ją ocenić w świetle obowiązującego prawa, przemawia także sposób ustalenia odpłatności za koszty przygotowania materiałów reklamowych dotyczących produktów dostarczanych pozwanej przez powódkę. Wziąć bowiem należy pod uwagę, że strony nie określały wysokości świadczenia z tytułu tych kosztów, które były potrącane z należności powódki lub były przez nią przelewane na rzecz pozwanej, jako pewnego procentu przysługującej powódce ceny za towar, co w powoływanych w pozwie judykatach było traktowane jako żądanie nienależnej opłaty, stanowiącej tzw. opłatę półkową, lecz w przedmiotowych umowach były one zawsze z góry określone konkretną kwotą, wynoszącą netto na ogół od 10.000 zł (k. 116, k. 124) do około 20.000 zł (20.617 zł k. 142, 17.175 zł k. 147, 16.500 zł k. 153 i k. 158, 18.000 zł k. 163, 22.208 zł k. 169), a jedynie raz była to znacznie wyższa kwota wynosząca 45.000 zł (k. 176). W jednym wypadku była to wręcz bardzo dokładnie określona kwota 11.382,11 zł (k. 135). Nie można więc uznać, że były to kwoty całkowicie oderwane od rzeczywistości istniejących kosztów i zależne jedynie od wielkości sprzedaży, co mogłoby świadczyć o tym, że w rzeczywistości mają one na celu bezpodstawne obniżenie faktycznie płaconej pozwanej ceny za dostarczony towar. Wprost przeciwnie, biorąc pod uwagę przedstawioną przez pozwaną korespondencję e-mailową stron. dotyczącą produkcji wybranej przykładowo reklamy, stwierdzić można, że powyższe kwoty odnosiły się do prawdziwych kosztów jej produkcji, a co więcej były nawet indywidualnie negocjowane i uzgadniane z powódką. Także z tego punktu widzenia nie można więc uznać, że

chodziło o jednostronnie ustalane i narzucane sprzecznie z dobrymi obyczajami przez pozwaną koszty, które realnie utrudniały powodce dostęp do rynku.

Wskazać należy, że z dokumentów dołączonych przez pozwaną do odpowiedzi na pozew, a także z zeznań świadków i z przesłuchania strony powodowej, dokładnie wynika, w jaki sposób przebiegała współpraca stron, która odbywała się w dość złożonym procesie, poczynając od podjęcia rozmów na temat produktów, których sprowadzeniem i sprzedażą pozwana mogłaby być zainteresowana, następnie były sprowadzane próbki (przykładowe egzemplarze produktu), które były poddawane przez pozwaną dokładnym badaniom i analizom pod kątem oceny szans na ich sprzedaż na polskim rynku w formie teleshoppingu, a skończywszy na zamówieniu i sprowadzeniu docelowej partii produktów, z reguły – jak wynikało z zeznań strony powodowej – w ilości wypełniającej co najmniej jeden kontener, ponieważ wyznaczało to w ogóle dolny próg opłacalności przedsięwzięcia. W konsekwencji nie chodziło więc w tym wypadku o sytuację, w której strona pozwana domagałaby się dla siebie od powódki spornych kosztów w oderwaniu od rzeczywistych kosztów przygotowania odpowiedniego materiału reklamowego i żeby w ten sposób abstrakcyjnie obniżała cenę kupowanych od powódki towarów o z góry określony przez nią dowolnie procent, czyli aby zastrzegła dla siebie lub pobierała inną opłatę niż marżę za samo przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w swojej sieci (na swojej platformie sprzedaży).

Oznacza to, że zasadnicze znaczenie dla negatywnej oceny żądania powódki miały przedstawione wyżej okoliczności faktyczne. Gdyby bowiem powódka wykazała, a jeszcze wcześniej przedstawiła, odmienne okoliczności, z których wynikałoby, że kwestionowane przez nią opłaty wcale nie dotyczyły realnie istniejących kosztów produkcji materiałów reklamowych, niezbędnych do samej możliwości podjęcia sprzedaży kupionych od niej produktów lub że wbrew twierdzeniom pozwanej i przedstawionym przez nią dowodom w branży, w której odbywała się współpraca stron, tj. w teleshoppingu, dostawca nie oferuje swoich towarów takiemu odbiorcy jak pozwana wraz z materiałem reklamowym dotyczącym oferowanych towarów, to można byłoby rozważać, czy w tym wypadku istotnie nie chodzi o niedozwolone opłaty półkowe w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Tymczasem – jak wskazano na wstępie – powódka jedynie sformułowała taką tezę, ale jej w ogóle nie uzasadniła, a tym bardziej nie wykazała jej prawdziwości. W konsekwencji nie mogła domagać się zastosowania w tej sprawie w/w przepisu, skoro nie wykazała okoliczności faktycznych dających podstawę do subsumpcji ustalonego stanu faktycznego pod normę prawną, wynikającą z tego przepisu, lecz ograniczyła się jedynie do argumentacji prawnej, dotyczącej sposobu rozumienia w orzecznictwie pojęcia „opłaty półkowej” bez konkretnego odniesienia tego do rzeczywistej sytuacji obejmującej współpracę między stronami na zasadach określonych w dołączonych do pozwu umowach. Inaczej mówiąc, powódka nie wykazała, że istnieją w tej sprawie okoliczności faktyczne, które wyczerpują znamiona czynu nieuczciwej konkurencji, czy to w znaczeniu określonym w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., czy to w znaczeniu wynikającym z ogólnej formuły czynu nieuczciwej konkurencji, zdefiniowanej w art. 3 u.z.n.k.

Odmiennej oceny nie mogło uzasadniać powołane przez pełnomocnika powódki orzeczenie Sądu Najwyższego w sprawie IV CSK 433/18, ponieważ nawet jeśli zgodnie z twierdzeniami strony powodowej w orzeczeniu tym Sąd Najwyższy (z uzasadnienia tego orzeczenia wynika, że dotyczyło ono odmowy przyjęcia skargi kasacyjnej do rozpoznania bez szczegółowego odniesienia się do okoliczności konkretnej sprawy) w ogóle nie zajmował się kwestiami faktycznymi (dowodowymi), lecz jedynie ogólnie wyraził pogląd prawny, że jeśli w sprawie doszło do pobrania tzw. opłat półkowych, to dla ustalenia, że stanowiło to czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., nie jest już konieczne dodatkowe ustalanie i analizowanie, czy skutkowało to utrudnieniem dostawcy dostępu do rynku lub czy spełnione były ogólne przesłanki czynu nieuczciwej konkurencji określone w art. 3 u.z.n.k. Sąd Najwyższy w tym orzeczeniu nie wypowiedział się natomiast w ogóle co do tego, w jakich okolicznościach faktycznych można uznać, że doszło do pobrania tzw. opłat półkowych.

Nie zmienia to więc w niczym stanowiska Sądu Apelacyjnego, że rzeczą powódki było przedstawienie stanu faktycznego, z którego wywodziła ona swoje żądanie i wykazanie na podstawie tego stanu zarówno dowodowo, jak i za pomocą przekonującej argumentacji, że w tym wypadku rzeczywiście doszło do pobrania przez pozwaną tzw. opłat półkowych. W konsekwencji decydujące znaczenie miało to, że powódka nie wywiązała się z tego obowiązku, ponieważ przedstawiła jedynie liczne orzeczenia wydane w innych sprawach, w których stwierdzono istnienie takich opłat. Nie

oznacza to jednak, że także w tym wypadku chodziło o takie opłaty. Jak bowiem wyżej wskazano, biorąc pod uwagę zarówno realny charakter kosztów poniesionych na przygotowanie materiałów reklamowych dotyczących towarów dostarczonych pozwanej przez powódkę, jak i specyficzne zasady funkcjonowania rynku sprzedaży w formie tzw. teleshoppingu, nie można uznać, że przyjęte przez strony w przedmiotowych umowach zasady pokrycia powyższych kosztów stanowiły w rzeczywistości tzw. opłaty półkowe, czyli ukrywały pobranie innej niż marża opłaty za samo przyjęcie towarów powódki do sprzedaży realizowanej przez pozwaną w swoich kanałach dystrybucji.

Podsumowując, powódka przede wszystkim nie wykazała okoliczności świadczących o pobraniu od niej przez pozwaną tzw. opłat półkowych. W szczególności nie wynikało to z zarzutów apelacyjnych dotyczących uchybień procesowych, mających wpływać na podstawę faktyczną zaskarżonego rozstrzygnięcia. W ślad za tym nie mógł zostać uwzględniony również zarzut naruszenia prawa materialnego, skoro powódka nie zdołała podważyć prawidłowości ustaleń faktycznych przyjętych w tej sprawie przez Sąd pierwszej instancji i zaakceptowanych przez Sąd Apelacyjny. Podobnie jak przed Sądem pierwszej instancji, tak i w apelacji powódce chodzi bowiem w istocie o to, żeby bezkrytycznie przyjąć nie tyle jej twierdzenia, co wręcz wnioski, że pozwana pobrała od niej tzw. opłaty półkowe, które powinna jej zwrócić, czego zażądała nota bene dopiero po zakończeniu współpracy między stronami.

Mając powyższe na uwadze, Sąd Apelacyjny oddalił apelację na mocy art. 385 k.p.c. oraz orzekł o kosztach postępowania apelacyjnego odpowiednio do wyniku sprawy w tej instancji na podstawie art. 108 § 1 k.p.c. w zw. z art. 109 k.p.c. oraz art. 98 § 1 i 3 k.p.c.

Jeśli chodzi natomiast o zażalenie, to przede wszystkim nie zasługiwała na akceptację generalna teza pozwanej, zgodnie z którą, skoro doszło w tej sprawie do ustalenia wartości przedmiotu sporu na mocy postanowienia wydanego przez Sąd pierwszej instancji na podstawie art. 25 § 1 k.p.c., to niezależnie od jakichkolwiek późniejszych okoliczności, w ogóle nie jest już możliwa, a wręcz jest całkowicie niedopuszczalna, jakakolwiek modyfikacja tej wartości. Taka teza nie uwzględnia bowiem ani stanowiska strony powodowej, która jest przecież – jak to się niekiedy ujmuje – dysponentem przedmiotu procesu, czyli swojego żądania, ani stanowiska wyrażonego w tej sprawie przez Sąd Apelacyjny, który rozpoznawał zażalenie powódki na postanowienie o umorzeniu postępowania.

Wziąć trzeba pod uwagę, że chociaż Sąd pierwszej instancji, w ślad za żądaniem pozwanej zgłoszonym w odpowiedzi na pozew, ustalił wyższą od podanej przez powódkę w pozwie wartość przedmiotu sporu na kwotę 319.702,53 zł (zob. postanowienie z dnia 10 listopada 2016 r. k. 323) zamiast na kwotę 175.533,30 zł (k. 2), to strona powodowa musi mieć w toku procesu jakąś możliwość zakwestionowania tego stanowiska, skoro powyższe postanowienie bezpośrednio nie było zaskarżalne. Nie można jej bowiem pozbawić możliwości choćby pośredniego kontestowania tego stanowiska, w szczególności w ramach środków zaskarżenia dotyczących innych orzeczeń, które były zaskarżalne, co najmniej przesłankowo podnosząc kwestię wadliwości ustalenia wartości przedmiotu sporu, jeśli miało to wpływ na treść tych innych zaskarżalnych orzeczeń. Podkreślić przy tym należy, że w postępowaniu sądowym nie można kierować się nadmiernym formalizmem, ponieważ ostatecznie chodzi o to, aby wydać orzeczenie zgodne z prawem i materiałem dowodowym, czyli inaczej mówiąc – sprawiedliwe.

Odnosząc to do okoliczności niniejszej sprawy, uwzględnić należy, że już w samym pozwie kwestia wartości przedmiotu sporu wcale nie była oczywista, ponieważ powódka z jednej strony określiła ją na kwotę 175.533,30 zł, która – co słusznie zauważyła pozwana – nie odpowiadała sumie częściowych kwot objętych określonym w petitum pozwu żądaniu, ale jednocześnie sama powódka z drugiej strony wskazała uzasadnieniu pozwu, że omyłkowo uiściła opłatę w wysokości 15.986 zł, ponieważ opłata powinna wynosić 8.777 zł, w związku z czym wniosła o zwrot nadpłaty w kwocie 7.209 zł (k. 30), co zresztą Sąd pierwszej instancji uczynił (k. 248). W związku z tym wskazane było, aby na wstępnym etapie postępowania Sąd ten więcej uwagi poświęcił ewentualnemu wyjaśnieniu rozbieżności między wskazaną przez powódkę wartością przedmiotu sporu a sumą dochodzonych przez nią roszeń częściowych, ale skoro tego nie uczynił, to obecnie nie można już wrócić do tej kwestii. Niemniej nie można tej okoliczności całkowicie nie dostrzegać, a tym bardziej nie można pominąć późniejszego stanowiska powódki, która najpierw w piśmie procesowym z dnia 7 marca 2017 r. sprostowała petitum pozwu przez wskazanie kwot częściowych, których zasądzenia domagała się w ramach podanej w pozwie wartości przedmiotu sporu (k. 370 – 375), a następnie wielokrotnie i

konsekwentnie odmawiała sprecyzowania przedmiotu sporu zgodnie z oczekiwaniem Sądu pierwszej instancji i strony pozwanej przez podanie, że jej żądanie ma wyższą wartość niż podana w pozwie kwota 175.533,30 zł, co najpierw skutkowało zawieszeniem postępowania (k. 380), potem kolejnymi odmowami jego podjęcia na jej wniosek (k. 391, 399), a w końcu – umorzeniem postępowania (k. 410).

W związku z tym wziąć trzeba pod uwagę, że prawidłowość powyższego stanowiska Sądu pierwszej instancji została skontrolowana przez Sąd Apelacyjny rozpoznający zażalenie powódki na postanowienie o umorzeniu postępowania. Z uzasadnienia postanowienia Sądu Apelacyjnego z dnia 7 sierpnia 2018 r. sygn. akt I AGz 202/18 wynika, że Sąd ten uznał, że w tej sprawie – po dokonaniu właściwej interpretacji stanowiska powódki – w istocie nie było podstaw do przyjęcia, że wartość przedmiotu sporu jest wyższa od podanej przez nią w pozwie kwoty 175.533,30 zł, natomiast rzeczą Sądu pierwszej instancji powinno być rozważenie, jak ocenić zachowanie powódki, która cofnęła pozew ponad tę kwotę bez zrzeczenia się roszczenia.

W nawiązaniu do tego stanowiska zauważyć należy, że w zaskarżonym wyroku Sąd Okręgowy orzekł jedynie o oddaleniu powództwa, przy czym z uzasadnienia zaskarżonego wyroku wynika, że objął tym rozstrzygnięciem jedynie żądanie w kwocie 175.533,30 zł, nie wypowiadając się natomiast co do ewentualnego umorzenia postępowania w pozostałym zakresie. Nie wdając się obecnie w ocenę prawidłowości takiego rozstrzygnięcia, w szczególności braku orzeczenia o pozostałej części żądania zgodnie z zaleceniami Sądu Apelacyjnego, nie można pominąć, że z jednej strony powódka niewątpliwie podtrzymywała żądanie jedynie co do w/w kwoty i w istocie nigdy nie domagała się w tej sprawie zasądzenia wyższej kwoty oraz że z drugiej strony Sąd Okręgowy ustalał wysokość kosztów zastępstwa procesowego jedynie od tej kwoty, której powódka ostatecznie domagała się od pozwanej.

W tej sytuacji nadmiernym i niezrozumiałym formalizmem ze strony pozwanej jest oczekiwanie, aby wysokość kosztów zastępstwa procesowego na jej rzecz została ustalona według wartości przedmiotu sporu ustalonej przez Sąd pierwszej instancji, mimo że powódka faktycznie nie domagała się takiej kwoty, co zostało zaakceptowane przez Sąd Apelacyjny rozpoznający jej zażalenie na postanowienie o umorzeniu postępowania, które zostało wydane właśnie z uwagi na odmowę podania wyższej wartości przedmiotu żądania. Podobnie zresztą w apelacji powódka wskazała, że obejmuje zaskarżeniem jedynie kwotę 175.533,30 zł, co do której Sąd Okręgowy rozstrzygał w zaskarżonej wyroku. W tej sytuacji nie znajduje podstaw żądanie pozwanej, aby za podstawę orzekania o kosztach procesu przyjąć wyższą wartość przedmiotu sporu, tylko dlatego, że została ona ustalona przez Sąd pierwszej instancji, mimo że powódka wielokrotnie i stanowczo dawała wyraz temu, że domaga się zasądzenia jedynie kwoty, którą podała w pozwie jako wartość przedmiotu sporu. W konsekwencji pozwana niezasadnie domagała się przyznania wyższych kosztów zastępstwa procesowego zarówno za pierwszą, jak i za drugą instancję.

Niemniej zażalenie okazało się uzasadnione w części, w której pozwana trafnie zarzuciła Sądowi pierwszej instancji, że nie uwzględnił w ramach zasądzonych kosztów procesu wysokości opłaty skarbowej, którą uiszczyła od pełnomocnictwa w kwocie 17 zł, w związku z czym jedynie o tyle zaskarżone postanowienie o kosztach procesu, zawarte w punkcie drugim zaskarżonego wyroku zostało zmienione na mocy art. 386 § 1 k.p.c. w zw. z art. 397 § 2 k.p.c. w brzmieniu obowiązującym do dnia 7 listopada 2019 r. W pozostałym zakresie zażalenie zostało oddalone na mocy art. 385 k.p.c. w zw. z art. 397 § 2 k.p.c. Dodać należy, że nie orzeczono o kosztach postępowania zażaleniowego, ponieważ strona powodowa wyraźnie oświadczyła, że nie będzie ustosunkowywać się do zażalenia i nie zgłosiła żądania przyznania kosztów tego postępowania, wobec czego jej roszczenie o zwrot tych kosztów wygasło stosownie do art. 109 § 1 k.p.c.

SSA Małgorzata Rybicka – Pakuła SSA Marek Machnij SSA Przemysław Banasik