

Sygn. akt V ACa 673/13

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 27 listopada 2013 r.

Sąd Apelacyjny w Gdańsku – Wydział V Cywilny

w składzie:

Przewodniczący:	SSA Irma Kul
Sędziowie:	SA Maryla Domel-Jasińska SA Jacek Grela (spr.)
Protokolant:	sekretarz sądowy Joanna Makarewicz

po rozpoznaniu w dniu 27 listopada 2013 r. w Gdańsku na rozprawie

sprawy z powództwa K. Ż.

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

o zapłatę

na skutek apelacji powoda

od wyroku Sądu Okręgowego w B.

z dnia 24 czerwca 2013 r., sygn. akt VIII GC 233/11

I. oddala apelację;

II. zasądza od powoda na rzecz pozwanej kwotę 2.700 (dwa tysiące siedemset) złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

Sygn. akt V ACa 673/13

UZASADNIENIE

Powód K. Ż. w złożonym pozwie domagał się orzeczenia nakazem zapłaty, aby pozwana (...) Sp. z o.o. w G. zapłaciła na jego rzecz kwotę 98.207 zł wraz z ustawowymi odsetkami i kosztami procesu.

Wskazana przez powoda kwota stanowiła korzyść jaką pozwana bezpodstawnie uzyskała w następstwie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji. Powód wyjaśnił, że dochodzi zwrotu pobranych przez stronę pozwaną opłat z tytułu dopuszczenia towarów do sprzedaży a wynikających z faktur dotyczących „usług promocyjnych” i „usług marketingowych”. Zaprzeczył, aby strona pozwana wykonała jakiegokolwiek działania związane z powyższymi „usługami”.

W wydanym w dniu 30 listopada 2011 r. nakazie zapłaty w postępowaniu upominawczym Sąd orzekł aby pozwana zapłaciła powodowi dochodzącą kwotę wraz z odsetkami ustawowymi zgodnie z żądaniem pozwu.

W złożonym sprzeciwie strona pozwana zaskarżyła w całości wydany w sprawie nakaz zapłaty i wniosła o oddalenie powództwa i zasądzenie kosztów procesu według norm przepisanych przy uwzględnieniu czterokrotności stawki minimalnej.

W uzasadnieniu pozwana podniosła m.in., że powód posługuje się uogólnieniami i nie odnosi się do konkretnych faktów, a w szczególności do przedmiotu zawartych kontraktów handlowych i rzeczywiście wykonanych przez pozwaną na rzecz powoda usług promocyjnych, polegających na przygotowaniu i przeprowadzeniu przez pozwaną kompleksowej reklamy produktów powoda na terenie całej Polski.

Wyrokiem z dnia 24 czerwca 2013 r., zapadłym w sprawie o sygn. akt VIII GC 233/11, Sąd Okręgowy w B.:

1. oddalił powództwo;
2. zasądził od powoda na rzecz pozwanej kwotę 7.200,00 zł (siedem tysięcy dwieście złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu;
3. nakazał zwrócić powodowi przez Sąd Okręgowy w B. kwotę 500,00 zł (pięćset złotych) tytułem zwrotu niewykorzystanej zaliczki na koszty stawienia świadków;
4. nakazał zwrócić pozwanej przez Sąd Okręgowy w B. kwotę 500,00 zł (pięćset złotych) tytułem zwrotu niewykorzystanej zaliczki na koszty stawienia świadków.

Podjęte rozstrzygnięcie, Sąd Okręgowy uzasadnił w następujący sposób:

Bezspornie, powoda i pozwaną łączyła umowa o współpracy handlowej nr (...) z dnia 30.11.2007 r. wraz z załącznikami (k- 21 do 39) oraz umowa o współpracy handlowej nr (...) wraz z załącznikami (k-40 do 59).

W umowach tych zostały ustalone m.in. warunki promocji handlowych (k-21,23,40,42). Bezsporne jest również to, że pozwana wystawiła powodowi faktury za usługi promocyjne o nr (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...) (k-60, 63, 66, 69, 75, 78, 79, 83, 86, 90, 93,96, 100, 103) oraz została wystawiona faktura za usługi marketingowe nr (...) (k-72). Faktury te zostały przez powoda zapłacone poprzez kompensatę z płatności należnej mu ceny z tytułu sprzedaży pozwanej towarów.

Sąd meriti przypomniał, że powód w sprawie, powołując się na art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, zarzucił, że uiszczone opłaty z tytułu promocji i marketingu są w istocie tzw. „opłatami półkowymi” i stanowią czyn nieuczciwej konkurencji o jakim mowa w tym przepisie.

Sąd a quo wskazał, że opłaty półkowe to potoczna nazwa należności pobieranych przez nabywców towarów od ich dostawców w ramach lub obok umów sprzedaży towarów. Jak sama nazwa wskazuje określenie „opłaty półkowe” wywodzi się z tego, że kupujący domagali się wynagrodzenia za wyeksponowanie towaru uprzednio nabytego od dostawcy na korzystnym, z punktu widzenia sprzedaży, miejscu. Wynagrodzenie to pobierane było obok marży handlowej, która jest różnicą między ceną płaconą przez kupującego a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę, wynikającą z kosztów i zysku przedsiębiorcy, przy czym marża może być wyrażona kwotowo lub w procentach. Przez marżę handlową rozumie się też prowizję. (art. 3 ust. 1 pkt 6 oraz ust. 2 pkt. 2 ustawy z dnia 5.07.2001 r. o cenach – Dz. U. Nr 97, poz. 1050 ze zm.).

W doktrynie i orzecznictwie, na co zwrócił uwagę powód, dominuje pogląd, że „opłaty półkowe” są zasadniczo niedozwolone, ponieważ stanowią dodatkową opłatę niezwiązaną ze świadczoną usługą. Kontrowersje wynikają głównie z faktu, że uważa się, iż opłaty półkowe pobierane przy wykonywaniu umów pomiędzy podmiotami o nieporównywalnej sile rynkowej. Jednakże takie założenie automatycznie nie przesądza o naruszeniu ustawy o

nieuczciwej konkurencji. Nie można bowiem pominąć relacji występujących pomiędzy kontrahentami w realnych warunkach rynkowych, które mogą istotnie sprzyjać rozwojowi dostawców. Opłaty półkowe są niezgodne z cyt. art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy tylko wtedy, jeżeli są to opłaty „za nic” tj. nie przynoszą żadnej wymiernej korzyści dostawcom, a są jedynie opłatami za wystawienie towaru do sprzedaży. W takim przypadku mamy do czynienia z działaniem niezgodnym z ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, bowiem koszty sprzedaży towaru przez hipermarket ostatecznemu nabywcy ponosi dostawca (zob. C. Banasiński, M. Bychowska „Ekonomiczne aspekty stosowania art. 15 ust. 1 pkt. 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji” Przegląd Prawa Handlowego, październik 2011 r. str. 7).

Sąd meriti dodał, że inna natomiast jest sytuacja w wypadku gdy dostawca uzyskuje określoną korzyść. W przypadku usług marketingowych i promocyjnych korzyścią dla dostawcy jest zyskanie stałego kontrahenta, stałego źródła zbytu swoich towarów, zwiększone zamówienia i tym samym zwiększoną sprzedaż, nawiązanie dalszej wieloletniej współpracy, czy wypromowanie marki dostawcy, z czego korzysta on nawet po rozwiązaniu kontraktu z wielkopowierzchniowymi obiektami handlowymi, gdyż jego towary są po prostu znane na rynku. (C. B., M. B. cytowany wyżej artykuł).

W ocenie Sądu pierwszej instancji, w niniejszej sprawie, wbrew stanowisku powoda, pozwana wykonała usługi promocyjne i marketingowe. Jednoznacznie o tym świadczą dowody w postaci przedłożonych przez pozwaną kontraktów promocyjnych i gazetek reklamowych wydawanych przez pozwaną. (k-158 do k-170).

O wykonaniu tych usług świadczą również zeznania świadków: M. B. (2), K. D., P. W., B. G.. Zdaniem Sądu meriti, również świadek M. Ż. ten fakt potwierdził. Tak należy bowiem ocenić jego zeznania odnoszące się do sprawdzania ceny towaru, gdy był w promocji i był przedstawiony w gazecie.

Sąd a quo podkreślił, że powód przy tym nie wykazał, że gdyby prowadził działalność promocyjną i marketingową we własnym zakresie to koszty jej byłyby niższe niż opłaty, które uiścił pozwanej.

W tym miejscu, Sąd a quo przywołał stanowisko z uzasadnienia wyroku S.N. z dnia 12.06.2008 r. (sygn. akt III CSK 23/08, Lex nr 449921), który stwierdził, iż element nieuczciwości w działaniu kupującego (dużej sieci handlowej) pojawia się m.in. wówczas, gdy opłaty marketingowe, ponoszone przez dostawcę do takiej sieci, byłyby niewspółmiernie większym obciążeniem finansowym dla dostawcy niż koszty stworzenia przez dostawcę samodzielnej akcji marketingowej.

Poza tym, w ocenie Sądu meriti, powód przede wszystkim nie wykazał aby zapisy dotyczące usług promocyjnych zawarte w umowach były jej narzucone i aby do podpisania umów był przez pozwaną zmuszany. Świadczy o tym, przede wszystkim dotychczasowa wieloletnia współpraca stron i fakt, że przez wiele lat powód nigdy żadnych zastrzeżeń nie składał. (zeznania świadków: M. B. (2), P. W., K. D., B. G.). Kwestie promocji były przez strony wielokrotnie omawiane w trakcie negocjacji i realizowane dopiero po podpisaniu kontraktów promocyjnych (zeznania świadków: P. W., K. D., B. G.).

Powód nigdy nie kwestionował takiej formy promocji, ani faktu jej wykonania przez pozwaną.

Zaznaczyć też należy – wskazał Sąd pierwszej instancji - że powód mailowo sam zwracał się do pozwanej o przeprowadzenie usług marketingowych. (k-144, 151).

W tych okolicznościach, nie można uznać, jak chce tego powód, że zostały jemu narzucone sporne opłaty. Opłaty te bowiem wynikają z ważnie zawartych umów gospodarczych w ramach swobody kontraktowania na co słusznie zwróciła uwagę pozwana w uzasadnieniu sprzeciwu.

Mając zatem na uwadze powyższe okoliczności, w ocenie Sądu Okręgowego, w sprawie nie można zarzucić pozwanej aby dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji opisanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Na marginesie, Sąd a quo nadmienił, że umowy, które są przedmiotem niniejszego sporu, były standardowymi umowami przygotowanymi przez pozwaną, które strona pozwana zawierała z wieloma kontrahentami. (zeznania świadka M. B. (2)). Po zakończeniu współpracy handlowej, która często trwała przez wiele lat, kontrahenci występowali z podobnymi roszczeniami, jak w niniejszej sprawie, podnosząc w istocie takie same zarzuty prawne. W wyniku złożonych apelacji, Sąd Apelacyjny w Gdańsku m.in. dokonał oceny prawnej zawartych umów:

W uzasadnieniu wyroku z dnia 7.03.2013r. sygn. akt I ACa(...) stwierdził: „dyspozycją art. 15 ust 1 pkt 4 u.z.n.k. nie są objęte bowiem takie sytuacje, w których obowiązek świadczenia pieniężnego powstaje jako ekwiwalent świadczeń kupującego nieobjętych treścią umowy sprzedaży, a dopuszczalność ich zawarcia wynika z obowiązującej zasady swobody umów – art.353(1) k.c.”.

W uzasadnieniu wyroku z dnia 21.05.2008 r. sygn. akt I ACa (...) stwierdził: „za niedopuszczalne uznać należy przyjęcie, iż w każdym przypadku pobieranie tego typu dodatkowych opłat przez sieć handlową stanowi czyn nieuczciwej konkurencji. By można mówić o czynie nieuczciwej konkurencji opłaty te muszą mieć charakter nieuczciwy”. „Nie ulega wątpliwości, że strony w ramach swobody kontraktowania, na co zresztą zwrócił uwagę Sąd Okręgowy, mogą przy zawieraniu umowy ustalić, oprócz podstawowych świadczeń wynikających z danego stosunku prawnego, również usługi dodatkowe, przewidując jednocześnie za to odpowiednie wynagrodzenie”.

Również w uzasadnieniu wyroku z dnia 19.04.2013 r. sygn. akt V ACa (...) wskazał: „hipotezą czynu nieuczciwej konkurencji unormowanego w art.15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest bowiem uwarunkowanie przyjęcia do sprzedaży od uzyskania za to od dostawcy opłat. Otóż z taką sytuacją mamy do czynienia wówczas, gdy odbiorca narzuca dostawcy takie opłaty bez spełnienia przez niego świadczenia wzajemnego i bez negocjacji. Nie można jednak wykluczyć, że między dostawcą a kupującym mogą być nawiązane relacje umowne, które będą uzasadniały obowiązek świadczenia pieniężnego po stronie dostawcy wówczas, gdy będą one stanowiły ekwiwalent świadczeń ze strony kupującego, polegającego na innych świadczeniach niż sprzedaż samego towaru. Sama okoliczność, że projekt umowy został sporządzony przez kupującego i przesłany do akceptacji nie oznacza jeszcze, że dostawca pozbawiony był jakiegokolwiek możliwości negocjacji warunków umowy. Taka okoliczność musiałaby wynikać z ustaleń faktycznych w danej sprawie. Dyspozycją art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie są zatem objęte takie sytuacje, w których obowiązek świadczenia pieniężnego powstaje jako ekwiwalent świadczeń kupującego, nieobjętych treścią umowy sprzedaży. Dopuszczalność ich zawarcia wynika z obowiązującej zasady swobody umów (art.. 353(1) k.c.)”.

Z tych też wszystkich względów, mając na uwadze okoliczności całej sprawy, zdaniem Sądu pierwszej instancji, stwierdzić należało, że roszczenie oparte na zarzucie naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 1 u.k.n.z. okazało się bezzasadne, bowiem powód nie wykazał, aby pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji.

O kosztach postępowania, Sąd a quo orzekł na podstawie art. 98 § 1 i § 3 kpc w zw. z art. 99 kpc, stosownie do wyniku sprawy. Powód jako przegrywający sprawę zobowiązany został do zwrotu na rzecz pozwanej poniesionych przez nią kosztów postępowania przed sądem, przy czym Sąd Okręgowy zasądził pozwanej wynagrodzenie radcy prawnego w wysokości podwójnej stawki określonej w § 6 pkt 6 w zw. z § 2 pkt 1 i 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 z późn. zm.).

Powyższe rozstrzygnięcie w części objętej punktem 1 i 2 sentencji, zaskarżył apelacją powód i zarzucając:

1. naruszenie przepisów postępowania w postaci art. 328 § 2 k.p.c. i art. 233 § 1 k.p.c. poprzez brak jakiegokolwiek oceny wiarygodności i mocy dowodów oraz brak wskazania w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku przyczyn, dla których odmówił wiarygodności i mocy dowodowej zeznaniom świadka M. Ż. oraz powoda - K. Ż. - oraz przyczyn, dla których uznał zeznania powołanych przez stronę pozwaną świadków za wiarygodne,
2. błędy w ustaleniach faktycznych oraz naruszenie przepisów postępowania w postaci art. 233 § 1 k.p.c. poprzez brak wszechstronnego rozważenia zebranego materiału dowodowego polegające w szczególności na:

a) błędnym ustaleniu, że powód „nie wykazał aby zapisy dotyczące usług promocyjnych, zawarte w umowach były jej narzucone i aby do podpisania umów był przez pozwaną zmuszany”, mimo, że z zebranego materiału dowodowego wynika, że uiszczanie przedmiotowych opłat było warunkiem prowadzenia współpracy między stronami,

b) błędnym ustaleniu, że „powód nigdy żadnych zastrzeżeń nie składał” oraz że „powód nigdy nie kwestionował takiej formy promocji, ani faktu jej wykonania przez pozwaną”, mimo, że z zebranego materiału dowodowego wynika, że strona powodowa kwestionowała podczas negocjacji zasadność pobierania opłat,

c) błędnym ustaleniu, że „powód mailowo sam zwracał się do pozwanej o przeprowadzenie usług marketingowych”, pomimo braku dowodów potwierdzających takie ustalenie,

d) błędnym ustaleniu, że pozwana wykonała usługi promocyjne i marketingowe. Jednoznacznie o tym świadczą dowody w postaci przedłożonych przez pozwaną kontraktów promocyjnych i gazetek reklamowych wydawanych przez pozwaną, (k-158 do k-170) O wykonaniu tych usług świadczą również zeznania świadków..”, pomimo braku dowodów potwierdzających takie ustalenie,

e) błędnym ustaleniu, że „w przypadku usług marketingowych i promocyjnych korzyścią dla dostawcy jest zyskanie stałego kontrahenta, stałego źródła zbytu swoich towarów, zwiększone zamówienia i tym samym zwiększoną sprzedaż, nawiązanie dalszej – wieloletniej współpracy, czy wypromowanie marki dostawcy, z czego korzysta on nawet po rozwiązaniu kontraktu z wielkopowierzchniowymi obiektami handlowymi, gdyż jego towary są po prostu znane na rynku”, pomimo braku dowodów potwierdzających takie ustalenie,

f) błędnym ustaleniu, że „kwestie promocji były przez strony wielokrotnie omawiane w trakcie negocjacji i realizowane dopiero po podpisaniu kontraktów promocyjnych”, pomimo braku dowodów potwierdzających takie ustalenie,

g) braku ustalenia, że strona powodowa nie była zainteresowana „usługami” strony pozwanej,

h) braku ustalenia, że pobieranie przedmiotowych opłat utrudniało stronie powodowej dostęp do rynku,

3. naruszenie prawa materialnego w postaci art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez błędną wykładnię polegającą na tym, że zdaniem Sądu I instancji dla zastosowania tego przepisu konieczne jest wykazanie, że „gdyby [strona powodowa - przyp. str. powód.] prowadziła działalność promocyjną i marketingową we własnym zakresie to koszty jej byłyby niższe niż opłaty, które uiszcza pozwanej”, mimo, że wykładnia taka sprzeczna jest z treścią powyższego przepisu,

4. naruszenie prawa materialnego w postaci art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez błędną wykładnię polegającą na tym, że zdaniem Sądu I instancji dla zastosowania tego przepisu konieczne jest wykazanie, że strona powodowa każdorazowo kwestionowała przedmiotowe opłaty,

5. naruszenie prawa materialnego w postaci art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez błędną wykładnię polegającą na tym, że zdaniem Sądu I instancji wykonanie „usługi” na rzecz dostawcy przesądza o niemożności zakwalifikowania danych opłat za opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, mimo że taka przesłanka nie została określona w ww. przepisie,

6. naruszenie prawa materialnego w postaci art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez błędne niezastosowanie, które polegało na błędnym przyjęciu, że opłaty pobierane przez stronę pozwaną od strony powodowej nie są opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży;

wniósł o:

1. zmianę zaskarżonego wyroku poprzez uwzględnienie powództwa w całości,

2. zasądzenie od strony pozwanej na rzecz strony powodowej zwrotu kosztów procesu wg wniosku zawartego w pozwie za I instancję i doprecyzowanego w spisie kosztów oraz wg norm przepisanych za II instancję; ewentualnie o:

3. uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania Sądowi I instancji, z uwzględnieniem kosztów procesu wg norm przepisanych za II instancję.

Sąd Apelacyjny ustalił i zważył, co następuje:

Apelacja powoda nie zasługiwała na uwzględnienie.

Sąd Apelacyjny, podziela i przyjmuje za swoje, wszystkie istotne dla rozstrzygnięcia, ustalenia Sądu pierwszej instancji oraz dokonaną ocenę prawną, o ile poniżej, nie uznał odmiennie.

1. Na wstępie, przypomnieć należy ugruntowaną w judykaturze regułę, a mianowicie, że w wypadku wyroku oddalającego apelację, wydanego na podstawie materiału zgromadzonego w postępowaniu w pierwszej instancji, sąd odwoławczy nie musi powtarzać dokonanych prawidłowo ustaleń; wystarczy stwierdzenie, że ustalenia sądu pierwszej instancji podziela i przyjmuje za własne. Konieczne jest jednak ustosunkowanie się do wszystkich zarzutów apelacji (por. wyrok SN z dnia 23.02.2006 r., II CSK 126/05, niepublikowany, zamieszczony w LEX nr 179973).

Przywołać także należy zasadę, według której Sąd drugiej instancji rozpoznający sprawę na skutek apelacji nie jest związany przedstawionymi w niej zarzutami dotyczącymi naruszenia prawa materialnego, wiąza go natomiast zarzuty dotyczące naruszenia prawa procesowego; w granicach zaskarżenia bierze jednak z urzędu pod uwagę nieważność postępowania (por. uchwała składu 7 sędziów SN z dnia 31.01.2008 r., III CZP 49/07, opublikowana w OSNC 2008 z. 6 poz. 55).

W przedmiotowej sprawie nie występują okoliczności, które mogłyby świadczyć o nieważności postępowania.

Powód sformułował w apelacji sześć głównych zarzutów dotyczących naruszenia, zarówno norm prawa materialnego, jak i norm prawa procesowego.

W pierwszym rzędzie, należało się odnieść do zarzutów formalnych, bowiem, brak uchybień w tym zakresie, stwarzał dopiero możliwość dokonania oceny prawidłowości zastosowania norm prawa materialnego.

2. Nieuzasadniony okazał się zarzut sformułowany w punkcie 1 petitum apelacji.

Wskazać należy, że w myśl dyspozycji art. 328 § 2 k.p.c. uzasadnienie wyroku powinno zawierać wskazanie podstawy faktycznej rozstrzygnięcia, a mianowicie: ustalenie faktów, które sąd uznał za udowodnione, dowodów, na których się oparł, i przyczyn, dla których innym dowodom odmówił wiarygodności i mocy dowodowej, oraz wyjaśnienie podstawy prawnej wyroku z przytoczeniem przepisów prawa.

Z kolei, gdy chodzi o zarzut naruszenia art. 328 § 2 k.p.c., to przypomnieć należy, że zarzut ten może znaleźć zastosowanie w tych wyjątkowych sytuacjach, w których treść uzasadnienia orzeczenia sądu uniemożliwia całkowicie dokonanie oceny toku wyводу, który doprowadził do wydania orzeczenia (tak m.in. SN w wyroku z dnia 24.02.2006 r., II CSK 136/05, zamieszczonym w LEX nr 200973 czy w wyroku z dnia 27.03.2008 r., III CSK 315/07, zamieszczonym w LEX nr 390105).

W przedmiotowej sprawie, nie zachodzi taka sytuacja, aby treść uzasadnienia orzeczenia Sądu pierwszej instancji, uniemożliwiała Sądowi Apelacyjnemu dokonanie oceny i kontroli zapadłego wyroku. Wręcz przeciwnie, sporządzone uzasadnienie dało Sądowi Apelacyjnemu nie tylko możliwość utwierdzenia się w słuszności orzeczenia wydanego przez Sąd a quo, ale także pozwoliło na uznanie zarzutów powoda, zawartych w treści jego apelacji, jako polemicznych i nieprzekonywujących.

Wbrew twierdzeniom powoda, Sąd meriti podał podstawę faktyczną rozstrzygnięcia, a mianowicie fakty, które uznał za udowodnione i dowody, na których się oparł. Nadto, Sąd a quo wyjaśnił podstawę prawną wyroku z przytoczeniem przepisów prawa.

Oczywiście, nie ulega wątpliwości, że przedmiotowe uzasadnienie zostało sporządzone wbrew przyjętym standardom. W nieuzasadniony sposób została nadmiernie rozbudowana część historyczna. Z kolei, nie została jednoznacznie wyodrębniona część ustalająca podstawę faktyczną rozstrzygnięcia oraz część stanowiąca rozważania Sądu orzekającego. Fakty przewijają się pomiędzy rozważaniami oraz przywołanymi poglądami judykatury i doktryny prawa. Jednakże, w ocenie Sądu ad quem wnikliwie zapoznanie się ze sporządzonym uzasadnieniem dało podstawę do uchwycenia toku rozumowania Sądu a quo. Bowiem, ustalone fakty zostały zaprezentowane, m.in.: umowy łączące strony, korespondencja mailowa, negocjacje pomiędzy stronami, brak sprzeciwu ze strony powodowej co do formy promocji jej towarów, fakt promocji towarów powoda. Sąd meriti podał również dowody, na których poczynił ustalenia faktyczne, wskazując je w nawiasach. Sąd pierwszej instancji wymieniając dowody, na których się oparł (np. k. 356 akt), de facto, przyznał, że uznał te środki dowodowe za wiarygodne. Taka forma w istocie oddaje uregulowanie zawarte w art. 328 § 2 k.p.c., w zakresie dowodów, które posłużyły do stworzenia stanu faktycznego. Bowiem, cytowany przepis, w zasadzie, wymaga podania przyczyn tylko w zakresie środków dowodowych, którym Sąd orzekający odmówił wiarygodności i mocy dowodowej. Niewątpliwie, w uzasadnieniu Sądu pierwszej instancji zabrakło na ten temat jednoznacznych wypowiedzi. Jednakże mając na względzie takie sformułowania, jak: „powód przy tym nie wykazał, że gdyby prowadził działalność promocyjną i marketingową we własnym zakresie to koszty jej byłyby niższe niż opłaty, które uiścił pozwanej”, czy „powód przede wszystkim nie wykazał aby zapisy dotyczące usług promocyjnych zawarte w umowach były jej narzucone i aby do podpisania umów był przez pozwaną zmuszany”, należy przyjąć, że Sąd a quo nie dał wiary stronie powodowej, uznając jej twierdzenia za gołosłowne, nieoparte odpowiednim materiałem dowodowym.

Poza tym, wbrew twierdzeniom apelacji, Sąd meriti nie zdyskredytował w całości zeznań świadka M. Ż.. Bowiem, jego wypowiedzi posłużyły Sądowi m.in. do ustalenia faktu w postaci wykonania przez pozwaną na rzecz powoda usług promocyjnych i marketingowych (k. 356 akt).

Reasumując, zdaniem Sądu odwoławczego, sporządzone przez Sąd pierwszej instancji uzasadnienie, pomimo pewnych wadliwości, umożliwiło dokonanie oceny toku wyводу, który doprowadził do wydania orzeczenia.

3. W ocenie Sądu ad quem, chybiony okazał się również zarzut sformułowany w punkcie 2 petitum apelacji.

Poprzedzając dalszy wywód, trzeba przypomnieć na wstępie, że aby móc rozważać kwestię ewentualnej wadliwości poczynionych przez Sąd orzekający ustaleń faktycznych, należy w pierwszym rzędzie, poddać analizie ocenę zebranego materiału dowodowego. Należy bowiem podkreślić, że w zakresie wykazywania określonych uchybień postępowania dowodowego, funkcjonuje swoista gradacja. Najpierw dowody powinny być prawidłowo zebrane, następnie właściwie ocenione przy uwzględnieniu zasad wynikających z treści art. 233 k.p.c., z kolei zaś powinny być poczynione odpowiednie ustalenia faktyczne.

Powód nie wykazał aby Sąd pierwszej instancji popełnił jakiegokolwiek błędy podczas gromadzenia materiału dowodowego.

Zatem aktualnie, należało rozważyć, czy zgromadzony materiał dowodowy, został właściwie oceniony. Zarzut taki pojawił się, zarówno w punkcie 1, jak i w punkcie 2 petitum apelacji.

Wskazano już powyżej, że Sąd a quo nie wypowiedział się w tym zakresie w sposób jasny, konkretny, precyzyjny, w szczególności, gdy chodzi o środki dowodowe, którym odmówił wiarygodności i mocy dowodowej.

Podkreślono jednakże powyżej, że z poszczególnych zapisów uzasadnienia, wynika, że Sąd meriti odmówił wiary zeznaniom powoda i w znacznej części zeznaniom świadka M. Ż., ponieważ twierdzenia strony powodowej nie znalazły

pokrycia w innym materiale dowodowym. Poza tym, nic nie stało na przeszkodzie, aby Sąd Apelacyjny – jako sąd merytoryczny – doprecyzował tę ocenę.

Otóż, zdaniem Sądu odwoławczego, same twierdzenia strony powodowej, poparte wypowiedziami M. Ż., to zbyt skąpy materiał dowodowy, w konfrontacji z innymi dowodami w postaci dokumentów i zeznań wielu świadków. Wersja powoda, w zasadzie tkwiła tylko i wyłącznie w gołosłownych twierdzeniach, niepopartych stosownym materiałem dowodowym, o czym mowa będzie jeszcze poniżej.

W rezultacie, brak było podstaw do tego, aby wersji przyjętej przez Sąd pierwszej instancji, przeciwstawić skuteczny zarzut.

Tym bardziej, że gdy chodzi o zarzut naruszenia przepisu art. 233 § 1 k.p.c., a więc normy określającej Sądowi granice oceny zebranego materiału dowodowego, to przypomnieć należy, że do jego naruszenia mogłoby dojść tylko wówczas, gdyby skarżący wykazał uchybienie podstawowym regułom służącym ocenie wiarygodności i mocy poszczególnych dowodów, tj. regułom logicznego myślenia, zasadzie doświadczenia życiowego i właściwego kojarzenia faktów (tak m.in. SN w wyroku z dnia 16.12.2005 r., III CK 314/05, niepublikowanym, zamieszczonym w LEX nr 172176).

Powyższą regułę, należy rozwinąć i rozumieć w ten sposób, że nawet, jeżeli na podstawie zebranego materiału dowodowego, można wywnioskować inną wersję wydarzeń, zgodną z twierdzeniami skarżącego, ale jednocześnie, wersji przyjętej przez Sąd pierwszej instancji nie można zarzucić rażącego naruszenia szeroko pojętych reguł inferencyjnych, to stanowisko skarżącego stanowić będzie tylko i wyłącznie polemikę ze słusznymi i prawidłowymi ustaleniami Sądu.

Ustalenia faktyczne Sądu Okręgowego oraz dokonana przez ten Sąd ocena prawna tych okoliczności, w ocenie Sądu Apelacyjnego, nie wykroczyły poza granice swobodnej oceny dowodów, wyznaczonych dyspozycją art. 233 § 1 k.p.c.

Wniesiona apelacja nie zawiera przekonującej argumentacji, która mogłaby wskazywać na to, że Sąd meriti naruszył podstawowe zasady logicznego rozumowania i inferencji. Wskazywane przez apelującego sprzeczności w zeznaniach np. M. B. (2) czy P. W., tak naprawdę stanowiły wyraz jego swoistej interpretacji tych wypowiedzi. Wcałe, wbrew twierdzeniom apelacji, zeznania te nie świadczą o narzucaniu usług promocyjnych i marketingowych.

Zaproponowanym przez skarżącego materiałem dowodowym - który miałby stanowić kontrargumenty przeciwko ustaleniom co do braku narzucenia usług promocyjnych i marketingowych, braku sprzeciwu ze strony powoda, zwracaniu się powoda o przeprowadzenie usług marketingowych, wykonywaniu przez pozwaną na rzecz powoda tych usług, ocenie tych usług, wielokrotnym omawianiu kwestii promocyjno – marketingowych – okazały się tylko jego własne zeznania i zeznania M. Ż..

W rezultacie, w ocenie Sądu ad quem, zarzut naruszenia dyspozycji art. 233 § 1 k.p.c. okazał się chybiony.

W związku z tym, pojawiła się potrzeba analizy zmierzająca do udzielania odpowiedzi na pytanie, czy na podstawie właściwie zebranego materiału dowodowego, ocenionego w sumie przy zachowaniu granic wytyczonych dyspozycją art. 233 § 1 k.p.c., Sąd a quo poczynił odpowiednie ustalenia faktyczne.

Podkreślono już powyżej, że skarżący w punkcie 2 petitum apelacji podważył szereg ustaleń poczynionych przez Sąd a quo. Wskazał również, że pewnych ustaleń Sąd nie poczynił, np. nie ustalił, że strona powodowa nie była zainteresowana usługami pozwanej oraz nie ustalił, że pobieranie przedmiotowych opłat utrudniało stronie powodowej dostęp do rynku. Należy jednak ponownie wskazać, że w istocie, błędy w poczynionych ustaleniach bądź brak danych ustaleń, powód opierał tylko na swoich i syna zeznaniach.

Np. zdaniem Sądu a quo rzeczony maile stanowiły inicjatywę powoda co do realizacji omawianych usług. Tymczasem, innego zdania jest powód, twierdząc, że stanowiły one jedynie potwierdzenie poczynionych ustaleń.

Tymczasem, w ocenie Sądu odwoławczego, analiza treści rzeczonych maili (k. 140-157 akt), w żadnej mierze, nie podważa koncepcji przyjętej przez Sąd Okręgowy. Wręcz przeciwnie, poszczególne sformułowania (proszę o umieszczenie...k. 151 akt, potwierdzam udział w akcji...k. 144 akt), świadczą nie tylko o dobrej współpracy pomiędzy stronami, ale w istocie o tym, że w pewnych sytuacjach, powód występował z wnioskiem o świadczenie przez pozwaną na jego rzecz określonych usług promocyjnych czy marketingowych.

Podobnie nie można się zgodzić z twierdzeniami strony powodowej na temat oceny wartości tzw. gazetek reklamowych w zakresie świadczonych przez pozwaną usług.

W tym zakresie, powód ponownie prezentuje inny pogląd, jednakże nie tylko, że pochodzący wyłącznie z jego wypowiedzi, ale nadto, sprzeczny z innym materiałem dowodowym.

Otóż, z poszczególnych gazetek wynikało, że marka powoda była prezentowana (k. 164 akt). Nie były więc to towary anonimowe czy przedstawiane pod marką P.. W innym miejscu produkt powoda, poza tym, że widniejący pod jego marką, został opatrzony zapisem „super okazja!” (k. 166 akt). Z kolei, produkt powoda, widniejący pod jego marką, został umieszczony w ramce z innymi towarami pod hasłem „niższa cena!” (k. 168 akt). W kolejnej gazecie, produkt powoda, widniejący pod jego marką, został wyeksponowany nie tylko poprzez swoiste powiększenie, ale także poprzez opatrzenie go hasłem „super okazja!” (k. 170 akt). W kolejnej gazecie, produkt powoda – (...) L., zaprezentowano jako (...) (k. 160 akt).

W ocenie Sądu ad quem, podane powyżej przykłady jednoznacznie wskazują na to, że pozwana wywiązywała się z umowy zawartej z powodem w zakresie świadczenia na jego rzecz usług promocyjnych i marketingowych.

W opinii Sądu Apelacyjnego, słusznie ustalił Sąd pierwszej instancji, że świadczenie powyższych usług, stanowiło ewidentną korzyść po stronie powoda. Jego towary były eksponowane pod jego własną marką. Często opatrywane były odpowiednimi hasłami promocyjnymi. Niewątpliwie, rzeczony akcje promocyjne wpływały na rozpoznawalność produktów powoda, a w rezultacie miały wpływ na ich sprzedaż. Wbrew twierdzeniom powoda, nie ma tu znaczenia okoliczność, że te towary stanowiły już własność pozwanej. Logiczne rozumowanie wskazuje bowiem na to, że im więcej towaru, pochodzącego od powoda sprzeda pozwana, to tym więcej tego towaru ponownie zamówi u niego w przyszłości.

Słusznie stwierdził Sąd meriti – a pogląd taki wyrażony został w judykaturze Sądu Najwyższego – że powód mógł dowodzić, że prowadzone akcje promocyjne nie stanowiły ekwiwalentnego świadczenia ze strony pozwanej. W szczególności, powód mógł podjąć inicjatywę dowodową i starać się wykazać, że przeprowadzenie akcji promocyjnej we własnym zakresie byłoby tańsze, niż świadczone ze strony pozwanej. Powód jednakże, nie wykazał takich okoliczności.

W rezultacie, Sąd Apelacyjny uznał, że w świetle zebranego materiału dowodowego, Sąd meriti nie dopuścił się błędów w poczynionych ustaleniach faktycznych. Apelujący przedstawił w treści apelacji oraz w piśmie procesowym z dnia 12 września 2013 r., szeroką argumentację, obrazującą jego ocenę i punkt widzenia w przedmiotowej sprawie. Jednakże, swoją wersję wydarzeń oparł głównie na swoich zeznaniach i zeznaniach M. Ż., bez jakiegokolwiek przekonującego odniesienia do innych dowodów zebranych w sprawie.

4. Nieuzasadnione okazały się zarzuty naruszenia prawa materialnego sformułowane w punktach: 3, 4, 5 i 6 petitum apelacji.

Na wstępie przypomnieć należy, że myśl art. 15 ust. 1 pkt. 4 ustawy z dnia z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (jednolity tekst Dz. U. Nr 153 z 2003 r. poz. 1503 ze zm.), powoływanej w dalszej części uzasadnienia, jako „ustawa”, czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w szczególności przez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Strony, jak i Sąd pierwszej instancji, przywołali szereg orzeczeń, zarówno Sądu Najwyższego, jak i sądów powszechnych.

Na pierwszy rzut oka, dokonując analizy tych judykatów, można by odnieść wrażenie, że niektóre z tych orzeczeń są sprzeczne między sobą.

Otóż, byłoby to mylne aprioryczne założenie. Istota zagadnienia tkwi bowiem w tym, że treść poszczególnych wyroków uzależniona była od konkretnego stanu faktycznego, wyprowadzonego z danego materiału dowodowego. Zauważyć bowiem należy, że cyt. art. 15 ust. 1 pkt. 4 ustawy nie daje jednego uniwersalnego rozwiązania w każdej sytuacji, gdy obok marży pobierane są inne opłaty. Wszystko bowiem zależy od tego, czy określona opłata została bezpodstawnie narzucona, czy opłata taka została naliczona za sam fakt przyjęcia towaru (a więc „za nic”), czy wreszcie została ustalona w sposób nieekwiwalentny. We wszystkich tych przypadkach niewątpliwie występowałby czyn nieuczciwej konkurencji w postaci utrudniania innym przedsiębiorcom dostępu do rynku.

Jednakże, w przeciwnym razie, a więc, gdyby nie występowały wskazane powyżej sytuacje narzucenia opłat czy braku ich ekwiwalentności, pierwszeństwo należy przyznać zasadzie swobody kontraktowania (art. 353¹ k.c.).

Zatem, w każdym przypadku, rozstrzygnięcie sprawy będzie uzależnione od materiału dowodowego przedstawionego przez strony i od konkretnych ustaleń faktycznych poczynionych na podstawie tego materiału.

W ocenie Sądu ad quem, w przedmiotowej sprawie, powód nie zdołał wykazać i udowodnić, aby działanie pozwanej nosiło znamiona czynu nieuczciwej konkurencji.

Wręcz przeciwnie, to strona pozwana skutecznie wykazała, że w okolicznościach niniejszej sprawy, brak było przesłanek po temu, aby uznać, że usługi promocyjne i marketingowe zostały powodowi narzucone, bądź aby nawiązanie stosunków handlowych pomiędzy stronami było jednoznacznie uzależnione od dokonania uzgodnień w zakresie akcji promocyjnych. Wreszcie, pozwana wykazała, że w zamian za opłaty ze strony powoda, świadczyła odpowiednie usługi promocyjno – marketingowe. Powód nie wykazał – a jego obciążał ten dowód – aby świadczenia stron nie były ekwiwalentne. Powód – co było już podkreślane powyżej - w zasadzie zaproponował tylko dowód z własnych zeznań i zeznań świadka M. Ż.. Oczywiście, a priori brak jest jakichkolwiek przesłanek aby zdezwuować zeznania czy strony, czy też świadka blisko z nią związanej. Jednakże, w sytuacji, gdy wypowiedzi tych osób nie znajdują oparcia w pozostałym, obszernym materiale dowodowym, to zachodzi podstawa do przyjęcia ich gołosłowności. Argumentacja powoda, zasadzała się głównie na przedstawieniu swojej, indywidualnej interpretacji, czy to zeznań świadków, czy treści maili czy też treści gazetek reklamowych. Jednakże, wnikliwa analiza tych dowodów, zdaniem Sądu odwoławczego, prowadziła do zgoła odmiennego zapatrywania, zdecydowanie bliższego temu, które przyjął Sąd pierwszej instancji.

W tym stanie rzeczy, Sąd Apelacyjny, na podstawie art. 385 k.p.c., oddalił apelację, jako bezzasadną.

Z kolei, o kosztach postępowania apelacyjnego, orzeczono na podstawie art. 108 § 1, 98 i 99 k.p.c. w zw. z § 2 ust. 1 i 2 w zw. z § 6 pkt 6 w zw. 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 (jednolity tekst Dz. U. z 2013 r. poz. 490).

Na koszty te składało się wynagrodzenie pełnomocnika pozwanej w kwocie 2700 zł.

Skoro powód przegrał postępowanie apelacyjne, to winien zwrócić pozwanej poniesione przez nią koszty procesu.