

Sygn. akt IX GC 769/14

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 20 maja 2015 r.

**Sąd Okręgowy w Poznaniu IX Wydział Gospodarczy w składzie:**

Przewodniczący: SSO Katarzyna Krzymkowska

Protokolant: apl. radc. Jakub Lipiński

po rozpoznaniu w dniu 6 maja 2015 r. w Poznaniu na rozprawie

sprawy z powództwa: **B. I.**

przeciwko: **(...) sp. z o.o. w P.**

o zapłatę

1. zasądza od pozwanego (...) sp. z o.o. w P. na rzecz powódki: B. I. kwotę: 301.552,70 zł ( trzysta jeden tysięcy pięćset pięćdziesiąt dwa złote 70/100) z ustawowymi odsetkami:

a) od kwoty: 236.362,00 zł od dnia 27.06.2014 roku ;

b) od kwoty: 47.622,70 zł od dnia 9.08.2013 roku ;

c) od kwoty: 17.568,00 zł od dnia 8.11.2013 roku ;

2. oddala powództwo w pozostałej części;

3. zasądza od pozwanego na rzecz powódki kwotę: 21.356,00 zł tytułem zwrotu kosztów postępowania.

SSO K. Krzymkowska

## UZASADNIENIE

Pozwem z 27 czerwca 2014 r. **powódka - B. I.**, prowadząca działalność gospodarczą pod firmą (...) z siedzibą w B., wniosła o zasądzenie od **pozwanego - (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P.** kwoty **343.497,52 zł** wraz z odsetkami ustawowymi płatnymi:

a) od kwoty 236.362 zł od dnia wniesienia pozwu do dnia zapłaty,

b) od kwoty 29280 zł od 30.07.2013 r. do dnia zapłaty,

c) od kwoty 7523,74 zł do 30.07.2013 r. do dnia zapłaty,

d) od kwoty 461,16 zł od 30.07.2013 r. do dnia zapłaty,

e) od kwoty 4679,92 zł od 30.07.2013 r. do dnia zapłaty,

f) od kwoty 47.622,70 zł od 9.08.2013 r. do dnia zapłaty,

g) od kwoty 8784 zł od 8.11.2013 r. do dnia zapłaty,

h) od kwoty 8784 zł od 8.11.2013 r. do dnia zapłaty,

Powódka złożyła też wniosek o zasądzenie od pozwanego kosztów procesu w łącznej kwocie 33765 zł w tym kosztów zastępstwa procesowego w kwocie 14.400 zł.

W treści uzasadnienia pozwu powódka wskazała między innymi, że łączyła ją z pozwanym zawarta w dniu 3.01.2011 r. oraz 1.10.2011 umowa o dostawę (tzw. ustalenia roczne). Współpraca stron została przedłużona na podstawie umowy z 14.03.2012 (tzw. ustalenia roczne 2012). Na mocy wskazanych umów powódka zobowiązała się dostarczać pozwanemu określony asortyment z sektora drobnego RTV/AGD.

Przedmiotem postanowień wskazanych umów były również różnorakie opłaty zastrzeżone na rzecz pozwanego obciążające powoda, inne niż marża handlowa, przybierające formę płatności z tytułu tzw. usług marketingowych, konsultacji handlowych, dodatkowego bonusu progowego, umieszczenia nazwy w urodzinowej karcie okolicznościowej, usługi udostępniania dodatkowej powierzchni reklamowej.

Powódka zobowiązana była do uiszczania opłat z tytułu tzw. dodatkowego bonusu progowego za osiągnięcie przez Selgros określonego poziomu obrotów.

Integralną częścią umowy była również świadczona przez pozwanego na rzecz powódki usługa konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku w każdym miesiącu, w którym powstanie nowa hala Selgros, w ryczałtowej kwocie 25.000 zł za konsultacje pojedynczej hali, a także w zakresie oceny rynku w każdym miejscu, w którym zostanie dokonana modernizacja danej hali Selgros – w wysokości 3000 zł za konsultację dotyczącą jednej hali.

Oprócz tego na podstawie ustaleń rocznych pozwany był zobowiązany do wykonania na rzecz powódki usługi umieszczenia nazwy powódki na tzw. urodzinowej karcie okolicznościowej. Z tego tytułu powódka była zobowiązana do zapłaty kwoty 24.000 zł.

Zapłata powyższych należności odbywała się na zasadzie umownej kompensaty wierzytelności pozwanego z tytułu wyżej opisanych usług z wierzytelnościami powódki z tytułu dostawy produktów w ramach przesyłanych powódce przez pozwanego specyfikacji lub przelewów, z których wynika sposób przeprowadzenia rozliczeń pomiędzy stronami. Rozliczenia z tytułu dostaw towarów dla pozwanego były objęte umową factoringową z Raiffeisen Bank z 8 czerwca 2009 r.

Powódka podkreśliła, że pozwany pobierał od niej dodatkowe opłaty w zamian za wykonywane przez niego na jej rzecz usługi marketingowe, zaznaczając, iż opłaty te były jej narzucane przez pozwanego i nie podlegały żadnej negocjacji. Dodała przy tym, że przedmiotowa umowa została zawarta na formularzu przygotowanym przez pozwanego jednostronnie sporządzonym w ten sposób, iż negocjacja podlegał jedynie procent, według którego obliczano poszczególne świadczenia, nie natomiast sama usługa. W trakcie negocjacji nie było więc możliwości rezygnacji z przedmiotowych usług oraz związanych z nimi opłat, w przypadku bowiem braku zgody na wprowadzenie do umowy poszczególnych opłat niemożliwym byłoby nawiązanie współpracy stron oraz jej kontynuowanie.

W ocenie powódki pozwany uzależniał bowiem przyjęcie towaru od postanowień umowy przewidujących usługi dodatkowe, co tłumaczył polityką firmy oraz stałą praktyką w tym zakresie. Powódka podkreśliła również, że w toku negocjacji nie było również zgody na obniżenie wysokości opłat za wskazane usługi, które to pozostawały na poziomie podanym przez pozwanego i które to z roku na rok były coraz wyższe. W myśl twierdzeń pozwu wyrażenie przez powódkę zgody na zawarcie umowy oraz ustaleń rocznych w formie przewidującej pobieranie opłat za usługi m.in. dotyczące „zlecenia wykonania usług marketingowych”, „konsultacji handlowej”, „dodatkowego bonusu progowego” było warunkiem rozpoczęcia i kontynuowania współpracy stron. Powódka wskazała, że opłaty te zostały jej narzucane i miały charakter opłat niedozwolonych zakazanych przez przepis art. 15 ust.1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej UZNK).

W konsekwencji w ocenie powódki konieczne stało się dochodzenie przez nią wydania bezpodstawnie uzyskanych przez pozwanego korzyści w oparciu o roszczenie przewidziane w przepisie art. 18 ust. 1 pkt 5 wyżej wymienionej ustawy, co znalazło wyraz w treści wyżej wymienionego pozwu.

Powódka wskazała, że w latach 2011 i 2012 pozwany pobrał od powódki kwotę 190280,56 zł tytułem usług marketingowych, kwotę 9198,96 zł tytułem dodatkowego bonusu progowego, kwotę 17568 zł tytułem usług udostępniania dodatkowej powierzchni reklamowej, kwotę 88320 zł tytułem usług umieszczenia nazwy w urodzinowej karcie okolicznościowej oraz kwotę 38130 zł tytułem konsultacji handlowych

W odpowiedzi na pozew pozwany wniósł o oddalenie powództwa w całości, a także o zasądzenie od powódki na rzecz pozwanego kosztów postępowania wedle norm przepisanych.

Pozwany podniósł brak legitymacji procesowej powódki, albowiem zgodnie z umową załączoną do pozwu nr CRD/F/30209/09 z 8 czerwca 2009 r. przez powódkę z (...) Bank (...) S.A. (faktor), z dniem jej zawarcia faktor nabył prawo do wszystkich istniejących w tym czasie i przyszłych wierzytelności przysługujących powódce od pozwanej. Zawarcie tej umowy dla pozwanego oznacza, że wszystkie wierzytelności powódki wobec pozwanego z tytułu ceny za sprzedany towar, jakie powstały w okresie obowiązywania umowy factoringu, przelane zostały na rzecz faktora.

Pozwany podniósł również zarzut przedawnienia roszczenia powódki wynikającego z faktur VAT:

- nr (...) z 7.06.2010 r.,
- nr (...) z 30.06.2010 r.,
- nr (...) z 22.07.2010 r.,
- nr (...) z 31.05.2010 r.,
- nr (...) z 21.06.2011 r.

Odnosząc się co do istoty sprawy pozwany zaprzeczył, by popełnił wobec powódki czyn nieuczciwej konkurencji. Pozwany zaprzeczył, by uzależnił nawiązanie i kontynuację pracy handlowej z powódką od powierzenia mu do wykonania spornych usług. Pozwany oświadczył, że nawiązanie współpracy pomiędzy stronami odbyło się dobrowolnie, bez takiego warunku i było wynikiem obustronnych negocjacji.

Pozwany dodał, że z treści zawartej przez strony umowy o współpracy handlowej i umowy o ustalenia roczne nie wynika, aby uzależniał on przyjęcie towarów powódki do sprzedaży od powierzenia mu spornych usług.

Pozwany zakwestionował twierdzenia pozwu, by nawiązanie i kontynuację współpracy handlowej z powódką uzależniał od tego, czy powierzyła mu do wykonania sporne usługi oraz udzieliła bonusu i rabatów. Nawiązanie współpracy i jej kontynuowanie odbyło się w ocenie pozwanego zgodnie i dobrowolnie, bez takiego warunku w trakcie negocjacji przeprowadzonych ze stroną przeciwną. Dodał, że w trakcie współpracy powódka wyrażała zainteresowanie usługami oferowanymi przez pozwanego, co było związane także z udzieleniem bonusów i rabatów.

Pozwany w szczególności wskazał, że uzgadnianie warunków handlowych odbywało się pocztą elektroniczną, a następnie na spotkaniach stron organizowanych w siedzibie pozwanej spółki. W ocenie pozwanego powódka na żadnym etapie pracy handlowej nie negocjowała usług lub bonusu, nie podnosiła, by zostały jej narzucone wbrew jej woli. Wręcz przeciwnie, powódka zdaniem strony pozwanej była nimi żywo zainteresowana. Nadto z treści zawartych przez strony umów ustalenia roczne nie wynika, by pozwany uzależniał przyjęcie towarów powódki do sprzedaży od powierzenia jej usług lub udzielenia bonusu.

Pozwany podkreślił, że sporne usługi były potrzebne powódce z uwagi na rodzaj sprzedawanych przez nią towarów. Powódka bowiem zdawała sobie sprawę z tego, że bez działań pozwanego w zakresie reklamy i promocji, a także

informacji uzyskanych w ramach konsultacji handlowej nie zdoła sprzedać określonej ich ilości, na czym jej zależało. Pozwany dodał przy tym, że umieszczał zdjęcia towaru w gazetkach Selgros, w reklamach związanych z produktami RTV. Pozwany zaznaczył także, że popyt na produkty powódki znacząco wzrastał w chwili ich promocji i reklamy. W związku z tym ocenie pozwanej spółki w spornych umowach wynagrodzenie było ekwiwalentne do jego świadczenia, zwłaszcza wobec koniecznych do poniesienia w związku z rzeczoną usługą kosztów działań osób trzecich, jak i samego pozwanego. Pozwany podkreślił, że powódka wyraziła zgodę na pobranie przedmiotowych opłat, co uchyla ewentualną bezprawność czynu. Nadto współpraca stron trwała kilka lat, wobec czego nie można mówić o utrudnianiu dostępu do rynku, a powódce stwarzał pozwany możliwość poszerzenia jej renomy i znajomości towarów na rynku.

### **Sąd ustalił następujący stan faktyczny:**

Powódka B. I. prowadzi działalność gospodarczą pod firmą (...) z siedzibą w B.. Pozwany (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. jest przedsiębiorcą, prowadzącym działalność handlową w sieci sklepów wielkopowierzchniowych na terenie całej Polski.

W dniu 3 stycznia 2011 r. powódka zawarła z pozwanym umowę o dostawę towarów (tzw. ustalenia roczne), która obowiązywała w okresie od dnia 1 stycznia 2011 r. do dnia 31 grudnia 2011 r. Przedmiotowa umowa była umową ramową konkretyzowaną każdorazowo poprzez poszczególne zamówienia składane przez pozwanego.

Bezsporne, a nadto dowód: KRS pozwanego (k. 68 i n.), (...) powódki (k. 67), załącznik do ustaleń rocznych 2011 r. (k. 72-73), zeznania świadka A. K. (k. 1518-1519), zeznania strony powodowej (k. 1556 i n.).

Na mocy wskazanej umowy powódka zobowiązała się dostarczać pozwanemu za umówionym wynagrodzeniem określony asortyment z sektora drobnego RTV/AGD, który to pozwany dalej sprzedawał we własnym imieniu i na własną rzecz finalnemu odbiorcy (konsumentowi).

Przedmiotem postanowień wskazanej umowy, obok postanowień mających za przedmiot dostawę towarów, były różnorakie opłaty zastrzeżone na rzecz pozwanego, a obciążające powódkę, inne niż marża handlowa, przybierające formę płatności z tytułu m.in. tzw. „usług marketingowych” oraz „konsultacji handlowych”.

Przedmiotowa umowa zawierała w zakresie warunków podstawowych postanowienia, na podstawie których powódka była zobowiązana do zapłaty na rzecz pozwanego dodatkowego bonusu progowego za osiągnięcie określonego poziomu obrotów w roku bieżącym. Zgodnie z pkt. 4 ustaleń rocznych wprowadzono następujące progi:

-a/ próg 0,5 % - 1.200.000 zł,

-b/ próg 1,0 % - 1.800.000 zł.

W części II pkt B ustaleń rocznych, dotyczących zlecenia wykonania usług marketingowych, zobowiązano powódkę do zapłaty na rzecz pozwanego łącznego wynagrodzenia za zleczone usługi marketingowe w wysokości co najmniej 8,5 % całości obrotów, rozliczanego miesięcznie lub kwartalnie.

Poza tym zawarta umowa przewidywała również w punkcie D zlecenie pozwanemu przez powódkę usługi udostępniania dodatkowej powierzchni reklamowej (miejsce paletowe, końcówka regału) dla celów dodatkowej ekspozycji towarów na następujących warunkach: 4 x 600 zł za 2 tygodnie podczas promocji.

Równocześnie powódka była zobowiązana do wypłat bonusu w wysokości 100 % ceny zakupu jednego egzemplarza towaru w branży N. (pkt V).

Integralną częścią umowy była również świadczona przez pozwanego na rzecz powódki usługa konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku w każdym miesiącu, w którym powstanie nowa hala Selgros, w ryczałtowej kwocie 25.000 zł za konsultacje pojedynczej hali.

Oprócz tego na podstawie ustaleń rocznych powódka była zobowiązana do zapłaty na rzecz pozwanego kwoty 24.000 zł za wykonanie usługi umieszczania nazwy powódki na tzw. urodzinowej karcie okolicznościowej.

Bezsporne, a nadto dowód: załącznik do ustaleń rocznych 2011 r. (k. 72-73)

1 października 2011 r. strony na zrewidowały ustalenia roczne z 3 stycznia 2011 r.

W załączniku do ustaleń rocznych 2011 z 1.10.2011 r. powódka zobowiązała się uiszczać opłaty zastrzeżone na rzecz pozwanego, inne niż marża handlowa, przybierające formę płatności z tytułu m.in. tzw. „usług marketingowych” oraz „konsultacji handlowych”.

Przedmiotowa umowa zawierała w zakresie warunków podstawowych postanowienia, na podstawie których powódka była zobowiązana do zapłaty na rzecz pozwanego dodatkowego bonusu progowego za osiągnięcie określonego poziomu obrotów w roku bieżącym. Zgodnie z pkt. 4 ustaleń rocznych wprowadzono następujące progi:

-a/ próg 0,5 % - 1.050.000 zł,

-b/ próg 1,0 % - 1.800.000 zł.

Równocześnie powódka była zobowiązana do wypłat bonusu w wysokości 100 % ceny zakupu jednego egzemplarza towaru w branży N. (pkt V).

Integralną częścią umowy była również świadczona przez pozwanego na rzecz powódki usługa konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku w każdym miesiącu, w którym powstanie nowa hala Selgros, w ryczałtowej kwocie 25.000 zł za konsultacje pojedynczej hali.

Oprócz tego na podstawie ustaleń rocznych powódka była zobowiązana do zapłaty na rzecz pozwanego kwoty 24.000 zł za wykonanie usługi umieszczania nazwy powódki na tzw. urodzinowej karcie okolicznościowej.

Dodatkowy bonus progowy zostać miał rozliczony w oparciu o obrót od 1.01.2011 do 31.12.2011. Ustalenia powyższe obowiązywały od 1.10.2011 r.

Bezsporne, a nadto dowód: załącznik do ustaleń rocznych 2011 r. (k. 74-75).

14 marca 2012 r. strony podjęły ustalenia roczne na 2012 r. w myśl których powódka zobowiązała się uiszczać opłaty zastrzeżone na rzecz pozwanego, inne niż marża handlowa, przybierające formę płatności z tytułu m.in. tzw. „usług marketingowych” oraz „konsultacji handlowych”.

Przedmiotowa umowa zawierała w zakresie warunków podstawowych postanowienia, na podstawie których powódka była zobowiązana do zapłaty na rzecz pozwanego dodatkowego bonusu progowego za osiągnięcie określonego poziomu obrotów w roku bieżącym. Zgodnie z pkt. 4 ustaleń rocznych wprowadzono następujące progi:

-a/ próg 0,5 % - 1.050.000 zł,

-b/ próg 1,0 % - 1.800.000 zł.

-c/ próg 1,25% - 1.500.000 zł.

Równocześnie powódka była zobowiązana do wypłat bonusu w wysokości 100 % ceny zakupu jednego egzemplarza towaru w branży N. (pkt V).

Integralną częścią umowy była również świadczona przez pozwanego na rzecz powódki usługa konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku w każdym miesiącu, w którym powstanie nowa hala Selgros, w ryczałtowej kwocie 25.000 zł za konsultacje pojedynczej hali.

Oprócz tego na podstawie ustaleń rocznych powódka była zobowiązana do zapłaty na rzecz pozwanego kwoty 24.000 zł za wykonanie usługi umieszczenia nazwy powódki na tzw. urodzinowej karcie okolicznościowej. Powódka zleciła także pozwanej wykonanie usługi konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku w każdym miejscu, w którym zostanie dokonana modernizacja danej hali Selgros: 3000 PLN za konsultację dotyczącą jednej hali. Termin płatności dla towarów dostarczonych do nowej hali: 60 dni, liczony od daty otwarcia hali.

Bezsporne, a nadto dowód: załącznik do ustaleń rocznych 2012 r. (k. 76-77).

Zapłata powyższych należności odbywała się na zasadzie umownej kompensaty wierzytelności pozwanego z tytułu wyżej opisanych usług z wierzytelnościami powódki z tytułu dostawy produktów w ramach przesyłanych powódce przez pozwanego specyfikacji lub przelewów, z których wynika sposób przeprowadzenia rozliczeń pomiędzy stronami. Rozliczenia z tytułu dostaw towarów dla pozwanego były objęte umową factoringową z Raiffeisen Bank z 8 czerwca 2009 r.

Jak nadchodził termin płatności faktury powódki, to pozwany wystawiał fakturę marketingową za dany okres i automatycznie potrącał należność z moją fakturą i wypłacał pozostałą cenę. Rozliczenia w ramach umowy factoringowej wyglądały tak, że płatności i kompensaty odbywały się już pomiędzy pozwanym a Raiffeisen Bank. Powódka wystawiała fakturę, którą przekazywała też do banku. Pozwany wiedział, że płatności ma dokonać do banku i płacił za FV po uprzednim skompensowaniu swoich należności z tytułu usług marketingowych.

Dowód - zeznania świadka M. K. (k. 1554), zeznania powódki B. I. (k. 1556-1557).

W zakresie nieuregulowanym umową factoringową strony umowy nr (...) z 8.06.2009 r. ustaliły, że stosuje się postanowienia Regulaminu świadczenia usług factoringowych przez (...) Bank (...) S.A. (usługa factoringu pełnego oraz factoringu pełnego inkasowego). Zgodnie z §3 ust. 1 Regulaminu świadczenia usług factoringowych przez (...) Bank (...) S.A. (usługa factoringu pełnego oraz factoringu pełnego inkasowego) na warunkach określonych w umowie factoringowej Bank zobowiązał się do nabywania lub finansowania wyrażonych w PLN lub w walucie obcej wierzytelności bezspornych faktora (powódki) w stosunku do kontrahentów znajdujących się na liście kontrahentów, których termin płatności jeszcze nie upłynął.

Regulamin został podpisany przez faktora i powódkę.

Dowód – kserokopie: umowa faktoringowa nr (...) z dnia 08.06.2009r. wraz z załącznikami (k. 78 i n.), Regulaminu świadczenia usług factoringowych przez (...) Bank (...) S.A. (usługa factoringu pełnego oraz factoringu pełnego inkasowego, k. 1539 – 1545),

Powyższe warunki handlowe zostały powódce narzucone jednostronnie przez pozwanego w toku „negocjacji” w siedzibie pozwanego poprzedzających zawarcie przedmiotowych umów.

Umowa została zawarta na formularzach przygotowanych przez pozwanego jednostronnie, sporządzonych w ten sposób, że do negocjacji pozostawał jedynie procent, według którego obliczano poszczególne świadczenia, nie natomiast sama usługa i to też nie w każdym przypadku.

W trakcie negocjacji nie było możliwości rezygnacji z przedmiotowych usług oraz związanych z nimi opłat. W przypadku braku zgody na wprowadzenie do umowy poszczególnych opłat niemożliwym byłoby nawiązanie współpracy stron oraz jej kontynuowanie. Powódka nie mogła więc zawrzeć umowy o dostawę towaru, nie zawierając jednocześnie dodatkowych postanowień przewidujących ww. opłaty.

Pozwany uzależniał bowiem w istocie przyjęcie towaru od zaakceptowania postanowień umowy przewidujących usługi dodatkowe, co tłumaczył polityka firmy oraz stała praktyka w tym zakresie.

W toku negocjacji nie było również zgody na obniżenie wysokości opłat za wskazane usługi, które to pozostawały na poziomie podanym przez pozwanego i które to z roku na rok były coraz wyższe (współpraca stron trwała od roku 2000).

Nie było także zgody pozwanego na podniesienie cen produktów powódki z uwagi na coroczny wzrost pobieranych przez niego opłat, ceny produktów musiały bowiem pozostać na stałym poziomie.

Powyższe „usługi” w istocie nie były wykonywane przez pozwanego na rzecz towarów powódki a na rzecz towarów będących już własnością pozwanego.

Karta okolicznościowa była formatu A4 na której było bardzo dużo firm i miały one takiej samej wielkości logo. Powódka płaciła za to 25000 zł rocznie i nie miała wpływu co w tej karcie będzie. Ta karta była wydawana raz do roku. Na karcie okolicznościowej znajdowało się logo F. Austria, a nie firma powódki.

Powódka, chcąc doprowadzić do wzrostu swojej pozycji na rynku (a w późniejszym okresie chcąc utrzymać swoją pozycję na rynku oraz dotychczasowy poziom obrotów wynikający z kontynuowania współpracy), nie mogła zrezygnować ze współpracy z pozwanym, pomimo narzuconych jej jednostronnie niekorzystnych warunków handlowych.

Treści gazetki nie negocjonowano z powódką. Z reguły produkt był opisany nazwą marki producenta (a nie dostawy), jeżeli pokrywało się to z nazwą dostawcy, to była to ta sama nazwa. Powódka nic nie mogła zrobić – całe opracowanie gazetki było po stronie pozwanego, nigdy nie wiedziała, na której stronie i w jaki sposób będzie przedstawiony produkt .. (...) gazetkach była nazwa produktu, ale nie występowało logo ani firma powódki.

Na kartonach eksponowanych w sklepie widoczne był oznaczenie dystrybutora, czyli firmy powódki.

Pozwany z biegiem lat zwiększał opłaty za bonusy, a nadto powódka musiała jeszcze obniżać ceny za produkty w trakcie rzekomych promocji. Nie było możliwości zwiększenia ceny produktów powódki z uwzględnieniem tych kosztów opłat dodatkowych.

Powódka korzystała z innych usług marketingowych, np. miała reklamę na tramwaju, gdzie jej produkt wyraźnie się wyróżniał. Pozwany nie stosował tego typu reklam. Z usług marketingowych pozwanego nie było żadnych sprawozdań dla powódki.

Gdyby powódka nie podpisała nowych ustaleń rocznych, to obowiązywałyby by te za poprzedni rok – pozwany wówczas przysłał aneks do umowy za poprzedni rok.

Dowód - załącznik do ustaleń rocznych 2011 r. (k. 72-73), załącznik do ustaleń rocznych 2011 r. (k. 74-75), załącznik do ustaleń rocznych 2012 r. (k. 76-77), zeznania świadka D. K. (k. 1518), zeznania świadka A. K. (k.1519-1520), zeznania świadka P. W. (k. 1553), zeznania świadka M. K. (k. 1555), zeznania powódki B. I. (k. 1556); poświadczone za zgodność z oryginałem przez pełn . pozwanej będącego r. pr. kserokopie kart okolicznościowych (k. 1350-1355), kserokopie gazetek pozwanej wraz ze zleceniami wykonania usługi reklamowej podpisanymi przez powódkę (k. 1293-1349).

Pozwany w ciągu roku wydaje gazetki reklamowe co dwa tygodnie, ich nakład wynosił 450.000-550.000 egzemplarzy oraz na stronie internetowej pozwanej. Koszt pozwanego z tego tytułu to kwota rzędu 30.000.000 zł.

Karta urodzinowa Selgros to zbiór logotypów firm, które uczestniczą w obchodach rocznic pozwanej.

Powódka podjęła decyzję o zakończeniu współpracy z pozwanym po trzynastu latach, albowiem działalność z roku na rok zaczęła być nieopłacalna.

Dowód - zeznania świadka C. F. (k.1552), zeznania powódki B. I. (k. 1557).

Powód dokonał na rzecz pozwanego zapłaty łącznej kwoty 190 280,56 zł tytułem usług marketingowych, na które składały się uiszczone opłaty za poniższe faktury VAT:

- FV nr (...) z dnia 30.06.2011 r. na kwotę 46 800,27 zł

- FV nr (...) z dnia 21.07.2011 r. na kwotę 21 454,89 zł
- FV nr (...) z dnia 21.07.2011 r. na kwotę 7 798,94 zł
- FV nr (...) z dnia 31.07.2011 r. na kwotę 11 084,76 zł
- FV nr (...) z dnia 31.08.2011 r. na kwotę 10 295,10 zł (FV korekta z dnia

09.01.2012 r. na kwotę 6 961,80 zł do FV nr (...) z dnia 31.08.2011 r. na

kwotę 10 295,10 zł - uiszczona kwota po korekcie 3 333,30 zł)

- FV nr (...) z dnia 30.09.2011 r. na kwotę 2 546,10 zł
- FV nr (...) z dnia 13.10.2011 r. na kwotę 8 214,46 zł
- FV nr (...) z dnia 07.12.2011 r. na kwotę 249,69 zł
- FV nr (...) z dnia 27.12.2011 r. na kwotę 7 587,87 zł
- FV nr (...) z dnia 17.07.2012 r. na kwotę 880,68 zł
- FV nr (...) z dnia 17.07.2012 r. na kwotę 3 814,23 zł
- FV nr (...) z dnia 17.07.2012 r. na kwotę 5 241,71 zł
- FV nr (...) z dnia 31.12.2012 r. na kwotę 1 817,33 zł
- FV nr (...) z dnia 18.12.2012 r. na kwotę 6 954,81 zł
- FV nr (...) z dnia 03.12.2012 r. na kwotę 2 214,00 zł
- FV nr (...) z dnia 30.06.2010 r. na kwotę 7 523,74 zł (objęta zawezwaniem do

próby ugodowej z dnia 30.07.2013 r.)

- FV nr (...) z dnia 22.07.2010 r. na kwotę 461,16 zł (objęta zawezwaniem do

próby ugodowej z dnia 30.07.2013 r.)

- FV nr (...) z dnia 31.05. (...). na kwotę 4 679,92 zł (objęta zawezwaniem do

próby ugodowej z dnia 30.07.2013 r.)

- FV nr (...) z dnia 31.07.2010 r. na kwotę 47 622,70 zł (objęta zawezwaniem do próby ugodowej z dnia 09.08.2013 r.);

Strony dokonały rozliczeń zgodnie z poniższym zestawieniem:

- FV nr (...) z dnia 30.06.2011 r. na kwotę 46 800,27 zł rozliczona oparciu o specyfikację płatności z dnia 07.07.2011 r. - skompensowana poniższymi fakturami:

a. FV nr (...) z dnia 24.05.2011 r.

b. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.



d. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 17.06.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 20.06.2011 r.

g. FV nr (...) z dnia 20.06.2011 r.;

- FV nr (...) z dnia 21.07.2011 r. na kwotę 21 454,89 zł oraz FV nr (...) z dnia 21.07.2011 r. na kwotę 7 798,94 zł rozliczone w oparciu o specyfikacje płatności z dnia 03.08.2011 r. - skompensowane z poniższymi fakturami:

a. FV nr (...) z dnia 14.07.2011 r.

b. FV nr (...) z dnia 19.07.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 19.07.2011 r.

d. FV nr (...) z dnia 20.07.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 12.07.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 18.07.2011 r.

g. FV nr (...) z dnia 19.07.2011 r.

h. FV nr (...) z dnia 14.07.2011 r.

i. FV nr (...) z dnia 14.07.2011 r.

j. FV nr (...) z dnia 18.07.2011 r.

k. FV nr (...) z dnia 18.07.2011 r.

l. FV nr (...) z dnia 18.07.2011 r.

m. FV nr (...) z dnia 18.07.2011 r.

n. FV nr (...) z dnia 19.07.2011 r.

o. FV nr (...) z dnia 14.07.2011 r.

p. FV nr (...) z dnia 14.07.2011 r.

q. FV nr (...) z dnia 20.07.2011 r.;

- FV nr (...) z dnia 31.07.2011 r. na kwotę 11 084,76 zł rozliczona w ' oparciu o specyfikację płatności z dnia 17.08.2011 r. - skompensowana z poniższymi fakturami:

a. FV nr (...) z dnia 02.08.2011 r.

b. FV nr (...) z dnia 03.08.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 03.08.2011 r.

d. FV nr (...) z dnia 03.08.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 03.08.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 03.08.2011 r.

g. FV nr (...) z dnia 03.08.2011 r.

h. FV nr (...) z dnia 03.08.2011 r.

i. FV nr (...) z dnia 04.08.2011 r.

j. FV nr (...) z dnia 03.08.2011 r.;

- FV nr (...) z dnia 31.08.2011 r. na kwotę 10 295,10 zł ujęta w specyfikacji płatności z dnia 22.09.2011 r. skorygowana FV korektą z dnia 09.01.2012 r. na kwotę 6 961,80 zł do FV nr (...) ujęta w specyfikacji płatności z dnia 24.01.2012 r. - kwota pobrana przez pozwanego po korekcie -3333,30 zł skompensowana z poniższymi fakturami wystawionymi przez powoda:

a. FV nr (...) z dnia 06.07.2011 r.

b. FV nr FrA/l/ (...) z dnia 06.07.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 09.08.2011 r.

d. FV nr (...) z dnia 10.08.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 10.08.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 16.08.2011 r.

g. FV nr (...) z dnia 16.08.2011 r.

h. FV nr (...) z dnia 16.08.2011 r.

i. FV nr (...) z dnia 17.08.2011 r.

j. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

k. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

l. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

m. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

n. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

o. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

p. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

q. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

r. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

s. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

t. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

u. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

v. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
w. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
x. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
y. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
z. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
aa. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
bb. FV nr (...) z dnia 24.08.2011 r.  
cc. FV nr (...) z dnia 25.08.2011 r.  
dd. FV nr (...) z dnia 25.08.2011 r.  
ee. FV nr (...) z dnia 26.08.2011 r.  
ff. FV nr (...) z dnia 31.08.2011 r.  
gg. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
hh. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
ii. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
jj. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
kk. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
ll. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
mm. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
nn. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
oo. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
pp. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
qq. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
rr. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
ss. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
tt. FV nr (...) z dnia 02.09.2011 r.  
uu. FV nr (...) z dnia 06.09.2011 r.  
ww. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.  
xx. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.

yy. FV nr (...) z dnia 18.08.2011 r.  
zz. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
aaa. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
bbb. FV nr (...) z dnia 30.08.2011 r.  
ccc. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
ddd. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
eee. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
fff. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.  
ggg. FV nr (...) z dnia 10.08.2011 r.  
hhh. FV nr (...) z dnia 17.08.2011 r.  
(...). FV nr (...) z dnia 17.08.2011 r.  
jjj. FV nr (...) z dnia 17.08.2011 r.  
kkk. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
III. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
mmm. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
nnn. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
ooo. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
ppp. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
qqq. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
rrr. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
sss. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
ttt. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
uuu. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
wv. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
www. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
xxx. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
yyy. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
zzz. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.  
aaaa. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

bbbb. FVnrFA/l/ (...) z dnia 19.08.2011 r.

cccc. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

dddd. FV nr (...) z dnia 19.08.2011 r.

eeee. FV nr (...) z dnia 24.08.2011 r.

ffff.FV nr (...) z dnia 25.08.2011 r.

gggg. FV nr (...) z dnia 31.08.2011 r.

hhhh. FV nr (...) z dnia 31.08.2011 r.

(...). FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.

jjjj.FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.

kkkk. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.

IIII. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.

mmmm. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.

nnnn. FV nr (...) z dnia 01.09.2011 r.

oooo. FV nr (...) z dnia 02.09.2011 r.

pppp. FV nr (...) z dnia 06.09.2011 r.

qqqq. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.

rrrr. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.

ssss. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.

tttt. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.

uuuu. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.

vvvv. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.;

- FV nr (...) z dnia 30.09.2011 r. na kwotę 2 546,10 zł rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 07.10.2011 r. - skompensowana z fakturami:

a. FV nr (...) z dnia 14.09.2011 r.

b. FV nr (...) z dnia 21.09.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 14.09.2011 r.

d. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 07.09.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 12.09.2011 r.

g. FV nr (...) z dnia 13.09.2011 r.

h. FV nr (...) z dnia 14.09.2011 r.

i. FV nr (...) z dnia 15.09.2011 r.;

- FV nr (...) z dnia 13.10.2011 r. na kwotę 8 214,46 zł rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 25.10.2011 r. - skompensowana z fakturami:

a. FV nr (...) z dnia 27.09.2011 r.

b. FV nr (...) z dnia 28.09.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 22.09.2011 r.

d. FV nr (...) z dnia 28.09.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 27.09.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 23.09.2011 r.

g. FV nr (...) z dnia 27.09.2011 r.;

- FV nr (...) z dnia 7.12.2011 r. na kwotę 249,69 zł rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 13.12.2011 r. - skompensowana z fakturami:

a. FV nr (...) z dnia 30.11.2011 r.

b. FV nr (...) z dnia 30.11.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 30.11.2011 r.

d. FV nr (...) z dnia 30.11.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

g. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

h. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

i. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

j. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

k. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

l. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

m. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

n. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

o. FV nr (...) z dnia 02.12.2011 r.

p. FV nr (...) z dnia 05.12.2011 r.;

- FV nr (...) z dnia 27.12.2011 r. na kwotę 7 587,87 zł rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 12.01.2012 r.;
- FV nr (...) z dnia 17.07.2012 r. na kwotę 880,68 zł, FV nr (...) z 17.07.2012 r. na kwotę 3 814,23 zł, FV nr (...) z dnia 17.07.2012 i kwotę 5 241,71 zł rozliczone w oparciu o specyfikację płatności z dnia 25.07.2012;
- FV nr (...) z dnia 31.12.2012 r. na kwotę 1 817,33 zł, FV nr 921467 dnia 18.12.2012 r. na kwotę 6 954,81 zł, FV nr (...) z dnia 03.12.2 r. na kwotę 2 214,00 zł rozliczone w oparciu o notę kompensacyjną z 31.01.2013 r. wraz ze specyfikacją płatności;
- FV nr (...) z dnia 30.06.2010 r. na kwotę 7 523,74 zł objęta wnioskiem o wezwanie do próby ugodowej z dnia 30.07.2013 r., rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 09.07.2010 r. - skompensowana z poniższymi fakturami:

a. Faktura VAT nr (...) z dnia 01.06.2010 r.

b. Faktura VAT nr (...) z dnia 04.06.2010 r.

c. Faktura VAT nr (...) z dnia 16.06.2010 r.

d. Faktura VAT nr (...) z dnia 07.05.2010 r.

e. Faktura VAT nr (...) z dnia 16.06.2010 r.

f. Faktura VAT nr (...) z dnia 16.06.2010 r.;

- FV nr (...) z dnia 22.07.2010 r. na kwotę 461,16 zł objęta wnioskiem o zawezwanie do próby ugodowej z dnia 30.07.2013 r., rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 29.07.2010 r. - skompensowana z fakturami:

a. (...) z dnia 30.06.2010 r.

b. (...) z dnia 01.07.2010 r.

c. (...) z dnia 14.07.2010 r.

d. (...) z dnia 30.06.2010 r.

e. (...) z dnia 04.06.2010 r.;

- FV nr (...) z dnia 31.05. (...). na kwotę 4679,92 zł objęta wnioskiem o zawezwanie do próby ugodowej z dnia 09.08.2013 r. wraz z dowodem nad rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 28.06.2011 r. - skompensowana poniższymi fakturami:

a. FV nr (...) z dnia 08.06.2011 r.

b. FV nr (...) z dnia 08.06.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 14.06.2011 r.

d. FV nr (...) z dnia 14.06.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 14.06.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 15.06.2011 r.

g. FV nr (...) z dnia 15.06.2011 r.

h. FV nr (...) z dnia 15.06.2011 r.

i. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

j. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

k. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

l. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

m. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

n. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

o. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

p. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

q. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

r. FV nr (...) z dnia 14.04.2011 r.

s. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

t. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

u. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

v. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

w. FV nr FA/l/ (...) z dnia 16.06.2011 r.

x. FV nr FA/l/ (...) z dnia 16.06.2011 r.;

- FV nr (...) z dnia 31.07.2010 r. na kwotę 47 622,70 zł objęta wnioskiem o zawezwanie do próby ugodowej z dnia 30.07.2013 r. rozliczona w oparciu specyfikację płatności z dnia 09.08.2010 r. - skompensowana z poniższymi fakturami:

a. Faktura VAT nr (...) z dnia 22.07.2010 r.

b. Faktura VAT nr (...) z dnia 22.07.2010 r.

c. Faktura VAT nr (...) z dnia 22.07.2010 r.

d. Faktura VAT nr (...) z dnia 28.07.2010 r.

e. Faktura VAT nr (...) z dnia 29.07.2010 r.

f. Faktura VAT nr (...) z dnia 21.07.2010 r.

g. Faktura VAT nr (...) z dnia 22.07.2010 r.

h. Faktura VAT nr (...) z dnia 22.07.2010 r.

i. Faktura VAT nr (...) z dnia 22.07.2010 r.



j. Faktura VAT nr (...) z dnia 22.07.2010 r.

k. Faktura VAT nr (...) z dnia 28.07.2010 r.

l. Faktura VAT nr (...) z dnia 29.07.2010 r.

m. Faktura VAT nr (...) z dnia 07.07.2010 r.

n. Faktura VAT nr (...) z dnia 08.07.2010 r.

o. Faktura VAT nr (...) z dnia 14.07.2010 r.

p. Faktura VAT nr (...) z dnia 29.07.2010 r.

q. Faktura VAT nr (...) z dnia 22.07.2010 r.

Powód dokonał na rzecz pozwanego zapłaty łącznej kwoty **9 198,96 zł** dodatkowego bonusu progowego, na podstawie poniższych faktur:

– FV nr (...) z dnia 31.12.2011 r. na kwotę 36,16 zł

– FV nr (...) z dnia 31.12.2011 r. na kwotę 3 089,06 zł

– FV nr (...) z dnia 31.12.2011 r. na kwotę 6 073,74 zł

Zapłata z tytułu w/w faktur została dokonana w ramach przesyłanej powodowi przez pozwanego specyfikacji płatności z dnia 12.01.2012 r.

Strony dokonały rozliczeń zgodnie z poniższym zestawieniem:

FV nr (...) z dnia 31.12.2011 r. na kwotę 36,16 zł, FV nr (...) 31.12.2011 r. na kwotę 3 089,06 zł, FV nr (...) z dnia 31.12. (...) kwotę 6 073,74 zł rozliczone w oparciu o specyfikację płatności z dnia 12.01.2012.

Powód dokonał nadto zapłaty na rzecz pozwanego kwoty 17 568,00 zł tzw. „usługi udostępniania dodatkowej powierzchni reklamowej” - na podstawie wystawionych przez pozwanego faktur:

– FV nr (...) z dnia 23.11.2010 r. na kwotę 8 784,00 zł

– FV nr (...) z dnia 25.10.2010 r. na kwotę 8 784,00 zł

Zapłata tytułem ww. faktur została dokonana w sposób zobrazowany w specyfikacji płatności z dnia 30.11.2010 r. oraz specyfikacji płatności z dnia 09.11.2010 r.

Strony dokonały rozliczeń zgodnie z poniższym zestawieniem:

- FV nr (...) z dnia 23.11.2010 r. na kwotę 8 784,00 zł objęta wnioskiem o zawezwanie do próby ugodowej z dnia 08.11.2013 r. rozliczona w oparciu o spec płatności z dnia 30.11.2010 r. - skompensowana z poniższymi fakturami:

a. Faktura VAT nr (...) z dnia 18.11.2010 r.

b. Faktura VAT nr (...) z dnia 06.10.2010 r.

c. Faktura VAT nr (...) z dnia 09.11.2010 r.

d. Faktura VAT nr (...) z dnia 10.11.2010 r.

e. Faktura VAT nr (...) z dnia 10.11.2010 r.

f. Faktura VAT nr (...) z dnia 05.11.2010 r.

g. Faktura VAT nr (...) z dnia 18.11.2010 r.

h. Faktura VAT nr (...) z dnia 03.11.2010 r.

i. Faktura VAT nr (...) z dnia 05.11.2010 r.

j. Faktura VAT nr (...) z dnia 18.11.2010 r.

- FV nr (...) z dnia 25.10.2010 r. na kwotę 8 784,00 zł objęta wnioskiem o zawezwanie do próby ugodowej z dnia 08.11.2013 r. rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 09.11.2010 r. - skompensowana z poniższymi fakturami:

a. Faktura VAT nr (...) z dnia 11.10.2010 r.

b. Faktura VAT nr (...) z dnia 11.10.2010 r.

c. Faktura VAT nr (...) z dnia 13.10.2010 r.

d. Faktura VAT nr (...) z dnia 14.10.2010 r.

e. Faktura VAT nr (...) z dnia 19.10.2010 r.

f. Faktura VAT nr (...) z dnia 20.10.2010 r.

g. Faktura VAT nr (...) z dnia 20.10.2010 r.

h. Faktura VAT nr (...) z dnia 20.10.2010 r.

i. Faktura VAT nr (...) z dnia 20.10.2010 r.

j. Faktura VAT nr (...) z dnia 20.10.2010 r.

k. Faktura VAT nr (...) z dnia 20.10.2010 r.

l. Faktura VAT nr (...) z dnia 20.10.2010 r.

m. Faktura VAT nr (...) z dnia 20.10.2010 r.

n. Faktura VAT nr (...) z dnia 26.10.2010 r.

o. Faktura VAT nr (...) z dnia 27.10.2010 r.

p. Faktura VAT nr (...) z dnia 11.10.2010 r.

q.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	13.	10	.2010	r.
r.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	20.	10	.2010	r.
s.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	20.	10	.2010	r.

t.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	20.	10	.2010	r.
u.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	11.	10	.2010	r.
v.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	20.	10	.2010	r.
w.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	20.	10	.2010	r.
x.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	04.	10	.2010	r.
y.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	08.	09	.2010	r.
z.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	20.	10	.2010	r.
aa.	Faktura	VAT	nr	(...)	z	dnia	20.	10	.2010	r.

Powód dokonał nadto zapłaty na rzecz pozwanego kwoty 88 320,00 zł tytułem „usługi umieszczenia nazwy w urodzinowej karcie okolicznościowej” - na po wystawionych przez pozwanego faktur:

- FV nr (...) z dnia 21.06.2011 r. na kwotę 29 520,00 zł

- FV nr (...) z dnia 07.06.2010 r. na kwotę 29 280,00 zł

- FV nr (...) z dnia 22.06.2012 r. na kwotę 60 270 zł (kwota 29 520,00 zł wskazanej faktury dotyczy umieszczenia nazwy w urodzinowej karcie okolicznościowej)

Zapłata tytułem ww. faktur została dokonana w sposób zobrazowany w specyfikacji płatności z dnia 28.06.2011 r., specyfikacji płatności z dnia 22.06.2010 r. oraz specyfikacji płatności z dnia 13.07.2012 r.

Strony dokonały rozliczeń zgodnie z poniższym zestawieniem:

- FV nr (...) z dnia 21.06.2011 r. na kwotę 29 520,00 zł rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 28.06.2011 r. - skompensowana z poniższymi fakturami:

a. FV nr (...) z dnia 08.06.2011 r.

b. FV nr (...) z dnia 08.06.2011 r.

c. FV nr (...) z dnia 14.06.2011 r.

d. FV nr (...) z dnia 14.06.2011 r.

e. FV nr (...) z dnia 14.06.2011 r.

f. FV nr (...) z dnia 15.06.2011 r.

g. FV nr FA/l/ (...) z dnia 15.06.2011 r.

h. FV nr FA/l/ (...) z dnia 15.06.2011 r.

i. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

j. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

k. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

l. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

m. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

n. FV nr FA/l/ (...) z dnia 16.06.2011 r.

o. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

p. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

q. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

r. FV nr (...) z dnia 14.04.2011 r.

s. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

t. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

U. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

v. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

w. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

x. FV nr (...) z dnia 16.06.2011 r.

- FV nr (...) z dnia 07.06.2010 r. na kwotę 29 280,00 zł objęta wnioskiem zawezwanie do próby ugodowej z dnia 30.07.2013 r. rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 22.06.2010 r. - skompensowana z fakturami:

a. Faktura VAT nr (...)

b. Faktura VAT nr (...)

c. Faktura VAT nr (...)

d. Faktura VAT nr (...)

e. Faktura VAT nr (...)

f. Faktura VAT nr (...)

g. Faktura VAT nr (...)

h. Faktura VAT nr (...)

i. Faktura VAT nr (...)

j. Faktura VAT nr (...)

k. Faktura VAT nr (...)  
l. Faktura VAT nr (...)  
m. Faktura VAT nr (...)  
n. Faktura VAT nr (...)  
o. Faktura VAT nr (...)  
p. Faktura VAT nr (...)  
q. Faktura VAT nr (...)  
r. Faktura VAT nr (...)  
s. Faktura VAT nr (...)  
t. Faktura VAT nr (...)  
u. Faktura VAT nr (...)  
v. Faktura VAT nr (...)  
w. Faktura VAT nr (...)  
x. Faktura VAT nr (...)  
y. Faktura VAT nr (...)

- FV nr (...) z dnia 22.06.2012 r. na kwotę 60 270 zł (kwota 29 520,00 zł wskazanej faktury dotyczy umieszczenia nazwy w urodzinowej karcie Okolicznościowej) rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 13.07.2012 r.

Powód dokonał na rzecz pozwanego zapłaty łącznej kwoty 38 130 zł konsultacji handlowych, na które składały się uiszczone opłaty za:

- FV nr (...) z dnia 22.06.2012 r. na kwotę 60 270 zł (kwota 30 750,1 tytułem konsultacji handlowych)
- FV nr (...) z dnia 31.10.2012 r. na kwotę 7 380,00 zł

Zapłata za powyższe faktury odbyła się na podstawie specyfikacji płatności; 13.07.2012 r. oraz specyfikacji płatności z dnia 06.11.2012 r., według poniższego zestawienia:

- FV nr (...) z dnia 22.06.2012 r. na kwotę 60 270 zł (kwota 30 750 wskazanej faktury dotyczy konsultacji handlowych) rozliczona w oparciu o specyfikację płatności z dnia 13.07.2012 r.
- FV nr (...) z dnia 31.10.2012 r. na kwotę 7 380,00 zł rozliczona we o specyfikację płatności z dnia 06.11.2012 r.

bezsporne, a nadto dowód – kserokopie ww. dokumentów (k. 86-1217).

Powód wystąpił z wnioskami o zawiązanie do próby ugodowej:

- z 30.07.2013 r. dotyczącym FV nr (...) z 7.06.2010 r. na kwotę 29280 zł, FV nr (...) z 30.06.2010 r. na kwotę 7523,74 zł, FV nr (...) z 22.07.2010 r. na kwotę 461,16 zł, FV nr (...) z 31.05.2011 r. na kwotę 4679,92 zł;

- z 9.08.2013 r. dotyczącym FV nr (...) z 31.07.2010 r. na kwotę 47622,70 zł;

- z 8.11.2013 r. dotyczącym FV nr (...) z 23.11.2010 r. na kwotę 8784 zł oraz FV nr (...) z 25.10.2010 na kwotę 8784 zł.

W żadnej ze spraw nie doszło do zawarcia ugody.

Bezsporne.

Powód, działający poprzez swojego umocowanego pełnomocnika, dostarczył do polskiej placówki pocztowej operatora wyznaczonego w rozumieniu ustawy z 23.11.2012 r. – Prawo Pocztove przesyłkę zawierającą pozew 27 czerwca 2014 r. ok. godz. 19:00.

Dowód – poświadczona za zgodność z oryginałem przez pełnomocnika powoda będącego r. pr. kserokopie: notatki Urzędu Pocztowego przy ul. (...) we W. z 30.06.2014 (k. 1485), naklejki pocztowej (k. 1486), oświadczeń pracowników kancelarii pełnomocnika powódki (k. 1488-1489).

Powyższy stan faktyczny Sąd ustalił na podstawie zgromadzonych w sprawie dowodów z dokumentów, częściowo także na podstawie zeznań świadków: D. K., M. K., A. K., C. F., P. W. oraz zeznań powódki B. I..

Sąd uznał za w pełni wiarygodne dokumenty urzędowe, które stanowiły dowód tego, co zostało w nich urzędowo zaświadczone (art. 244 § 1 kpc). Dokumenty prywatne korzystały z domniemania określonego w art. 245 kpc. Strony nie kwestionowały ich prawdziwości, ani tego, że zawarte w nich oświadczenia osób, które je podpisały, od nich nie pochodzą, a i Sąd nie znalazł podstaw, aby czynić to z urzędu.

Sąd dał wiarę zeznaniom świadków A. K.. Jej zeznania były spójne, logiczne i wyczerpujące. Moc dowodowa w kontekście reszty materiału dowodowego nie budziła wątpliwości – świadek stawiała jednoznaczne i kategoryczne tezy, których nie mogły podważyć ogólnikowe i lapidarne zeznania świadków pozwanej. Zwłaszcza w kontekście uznanych za wiarygodne zeznań świadka D. K..

Ten ostatni świadek co prawda nie negocjował nigdy kontraktów z powódką, to jednak potwierdził częściowo tezy podawane przez A. K.. W szczególności potwierdził, że treści gazetki nie negocjowano z powódką, a decydował o tym zwykle kupiec. Podał również, że jedynie w przypadku pokrywania się nazwy dostawcy z nazwą marki producenta produkt był opisany w gazetce tą nazwą. Co wszak nie mogło mieć miejsca w niniejszej sprawie, skoro bezspornie powódka nie była producentem towarów sprzedawanych pozwanemu. Jednakże w zasadniczej części zeznania te nie mogły stanowić podstawy do ustalenia stanu faktycznego sprawy, albowiem były ogólne i lapidarne w tezach stawianych przez świadka, który zasłaniał się niewiedzą lub niepamięcią.

Co do zasady Sąd dał też wiarę zeznaniom świadka M. K., jednakże świadek ten nie pamiętał szczegółów współpracy z powódką, zeznawał raczej na okoliczność, w jaki sposób zazwyczaj dochodziło do zawarcia umów z kontrahentami Selgros, a nie konkretnie z powódką. Poza tym świadek ten był niekonsekwentny stwierdzając najpierw kategorycznie, że wszystkie postanowienia umowy są negocjowane i każdy z nich może być odrzucony lub ewentualnie zmieniony, aby następnie zasłonić się niepamięcią co do negocjacji i warunków umów zawartych z powódką na lata 2011 – 2012 r.

W zasadniczej mierze jego zeznania opierały się na zasłanianiu się niewiedzą lub niepamięcią. Było to jednak uzasadnione wpływem czasu oraz ilością kontrahentów, z którymi świadek zatrudniony u pozwanego na stanowisku kupca miał kontakt i zawierał umowy.

Świadek podał, że nie pamięta indywidualnych ustaleń z powódką oraz poszczególnych świadczeń pozwanej na rzecz powódki (por. k. 1555). W związku z tym zeznania te nie podwajały ustaleń uczynionych na podstawie zeznań powódki i A. K., a można nawet przyjąć, że zeznania te w sposób pośredni potwierdzały to, co przedstawiła powódka (por. uzasadnienie wyroku SA w Poznaniu z 29 stycznia 2015 r., I ACa 1029/14, niepubl.).

Świadek M. K. także potwierdził, że karta urodzinowa Selgros to zbiór logotypów firm, które uczestniczą w obchodach rocznic pozwanego. Karta taka została załączona do akt sprawy. Na podstawie tejże wskazana okoliczność została

już dostatecznie ustalona i wyjaśniona – wynika z kart, że znajdowało się tam logo austriackiej przedsiębiorstwa działającego pod podobną nazwą fantazyjną jak powódka – F., a nie firma powódki bądź inne jej oznaczenie.

Choć Sąd uznał za wiarygodne zeznania świadka C. F. i P. W., to jednak zeznania te w istocie niewiele wniosły do sprawy, były bardzo ogólnie formułowane, a także opisywały okoliczności częściowo nieistotne dla jej rozstrzygnięcia – osoby te nie uczestniczyły nigdy w negocjacjach z powódką dotyczących warunków zawieranej umowy i współpracy stron (k. 1552-1553).

Świadek F. potwierdził, że pozwany w ciągu roku wydaje gazetki reklamowe co dwa tygodnie, a ich nakład mógł wynosić ok. 450.000-550.000 egzemplarzy, zaś koszt pozwanego z tego tytułu to kwota rzędu 30.000.000 zł. Jednakże świadek nie potrafił, choćby w przybliżeniu, podać przeliczenia wysokości tego kosztu przypadającego na powódkę (k. 1552). Brak jest też jakichkolwiek innych dowodów dotyczących tej okoliczności, jak choćby odpowiednie dokumenty finansowo-księgowo, które byłyby bardziej odpowiednim dowodem dla wykazania tego rodzaju okoliczności.

Oceniając osobowy materiał dowodowy Sąd w całości dał wiarę zeznaniom B. I., przesłuchanej w charakterze strony powodowej. Zeznania te były bowiem konsekwentne, logiczne i spójne z resztą zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, w szczególności z dokumentami, a także zeznaniami świadków A. K. i D. K.. Nie wykazywały sprzeczności czy nieścisłości.

### ***Sąd zważył, co następuje:***

Po przeprowadzeniu postępowania dowodowego Sąd doszedł do przekonania, że powództwo zasługiwało na uwzględnienie w zakresie nieprzedawnionym.

Roszczenie powódki zostało sformułowane w oparciu o przepis art. 15 ust. 1 pkt 4 oraz art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (UZNK).

Pozwana w pierwszej kolejności podniosła zarzut braku legitymacji czynne powódki, z którym jednak nie można się zgodzić.

Z umowy faktoringowej z 8 czerwca 2009 r. z (...) Bank (...) S.A i załącznika nr 1 do tej umowy nie wynika, że przelewem objęte były roszczenia, o których mowa w art. 18 ust. 1 pkt 5 UZNK (tak też Sąd Apelacyjny w Poznaniu w wyroku z 18 grudnia 2014 r., I ACa 982/14, wydanym na podstawie podobne stanu faktycznego pomiędzy tymi samymi stronami). Z ogólnych warunków factoringu wynika wręcz coś przeciwnego – factoringiem objęte były jedynie bezsporne wierzytelności powódki. Niniejszy proces dobitnie świadczy o tym, że wierzytelności powódki były zaś sporne także dla pozwanej. Przedmiotem procesu nie jest bowiem kwestia bezspornego zwrotu świadczenia z umowy, ale sporna okoliczność wyrządzenia przez pozwaną powódce szkody z uwagi na popełnienie czynu niedozwolonego, o którym mowa w przepisie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK. Czyn ów nie był popełniony w stosunku do faktora, a w stosunku do powódki. Pozwana winna być świadoma jaki charakter mają świadczenia, które pobiera i komu wyrządza szkodę.

Poza tym do factoringu wchodziły wierzytelności po potrąceniu, a pozwana oświadczenia o potrąceniu kierowała do powódki, a nie do ww. banku. Strona pozwana nie wykazała, aby należności co do których kierowała oświadczenia o potrąceniu były wierzytelnościami ww. banku.

Zasadniczą kwestią sporną, którą należało ustalić i rozstrzygnąć w niniejszej sprawie, było to, czy działanie pozwanego polegające na zastrzeżeniu w postanowieniach umownych z powódką możliwości naliczania – oprócz marży handlowej – również dodatkowych opłat za szeroko rozumiane działania promocyjne i dokonywanie kompensat należności wynikających z tych faktur z należnościami wynikającymi z faktur wystawionych przez powódkę obejmujących cenę za sprzedany pozwanemu towar, stanowiło delikt nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.).

By odpowiedzieć na to pytanie, niezbędne jest w pierwszej kolejności przedstawienie wywodów teoretycznych. W tym zakresie Sąd zważył, co następuje:

Art. 15 UZNK ma za zadanie chronić wolny dostęp do rynku, stanowiący immanentną cechę konstytucyjnej zasady wolności działalności gospodarczej. Ochronie przed barierami wolnego rynku, wynikającymi z działań przedsiębiorców, służy przede wszystkim prawo o ochronie konkurencji. Wyznacza ono publicznoprawne granice swobody działalności gospodarczej i swobody umów w celu kreowania lub zachowania nieskrępowanego dokonywania wyborów gospodarczych na rynku przez jego uczestników. Ustanawia ono m.in. zakaz zawierania porozumień ograniczających dostęp do rynku lub eliminujących z rynku przedsiębiorców nieobjętych porozumieniem oraz zakaz nadużywania pozycji dominującej na rynku, w szczególności przez bezpośrednie lub pośrednie narzucanie nieuczciwych cen, w tym cen nadmiernie wygórowanych albo rażąco niskich, odległych terminów płatności lub innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów, stosowaniu w podobnych umowach z osobami trzecimi, uciążliwych lub niejednorodnych warunków umów, stwarzające tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji, przeciwdziałanie ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji, narzucaniu przez przedsiębiorcę uciążliwych warunków umów, przynoszących nieuzasadnione korzyści.

Tworząc art. 15 UZNK, ustawodawca dał jednak wyraz przekonaniu, że zwalczanie barier wolnego dostępu do rynku nie może być wyłączną domeną ustawodawstwa antymonopolowego, lecz stanowi także element prawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, które wyznacza cywilno i prawnokarne granice wolności gospodarczej i swobody umów, w celu zapewnienia uczciwej walki konkurencyjnej.

Zarówno praktyki ograniczające konkurencję jak i czyny nieuczciwej konkurencji zagrażają tym samym trzem interesom: interesowi publicznemu, interesowi przedsiębiorców i interesowi konsumentów.

Czyn nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK, wprowadzony został wskutek konstatacji, iż sklepy wielkopowierzchniowe pobierają od dostawców szczególne opłaty, w tym zwłaszcza za samo wejście do sieci, za reklamę i promocję towarów, za miejsce ekspozycji towarów oraz za wprowadzenie towaru do sieci informatycznej. Powstały zatem sytuacje, w których w razie sprzedaży (czy dostawy) towaru świadczenia pieniężne spełniał nie tylko kupujący, lecz także sprzedawca (dostawca) ( (...)sejm.gov.orka.pl, (...) nr 375).

Rynek w rozumieniu analizowanego przepisu należy traktować jako pewien system potencjalnych i realnych współzależności łączących sprzedawców i kupujących w toku prowadzenia działalności gospodarczej, obejmując problematykę zawierania transakcji handlowych. W powyższym ujęciu termin ten (na użytek art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK) wydaje się bliski pojęciu obrotu gospodarczego, traktowanego najszerzej jako ogół stosunków prywatnoprawnych powstałych w związku z prowadzeniem działalności gospodarczej lub od strony podmiotowej – powstałych w związku z prowadzeniem przedsiębiorstwa. W takim rozumieniu utrudnianie dostępu do „rynku” nie jest niczym innym jak de facto ograniczeniem uczestnictwa w obrocie gospodarczym, a zatem utrudnianiem wykonywania działalności gospodarczej, w tym prowadzenia przedsiębiorstwa.

Rynek na potrzeby omawianego przepisu należy rozumieć zatem inaczej niż rynek właściwy w rozumieniu ustawy antymonopolowej.

Wyznaczenie tego rynku nie jest konieczne, aby móc stosować przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji; inaczej jest w sytuacji ustawy antymonopolowej, której warunkiem stosowania jest wyznaczenie rynku w jego aspekcie produktowym i geograficznym.

Rynkiem w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK jest wyłącznie rynek wykreowany pomiędzy stronami transakcji dostawy/sprzedaży. Ponadto, z utrudnianiem dostępu do rynku będziemy mieć do czynienia niezależnie od tego, czy „utrudniającym” będzie mały, czy duży przedsiębiorca, oraz bez względu na branżę, w jakiej on działa.

W praktyce norma prawna zawarta w przepisie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK ma na celu ochronę interesów dostawców, z reguły mniejszych przedsiębiorców w relacjach z przedsiębiorcami korzystającymi z dużego potencjału



ekonomicznego, którzy mają istotną przewagę kontraktową (por. C. Banasiński, M. Bychowska, Przegląd Prawa Handlowego, kwiecień 2008r., s. 11.).

Ustawodawca nie zdefiniował również pojęcia „opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży”. Jediną ustawową przesłanką przedmiotową rozumienia tych opłat jest ich żądanie i wnoszenie poza „marżą handlową”, rozumianą jako różnica między ceną płaconą przez kupującego a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę, wynikającą z kosztów i zysku przedsiębiorcy; marża handlowa może być wyrażona kwotowo lub w procentach.

Zastanawiając się nad faktyczną relacją istniejącą pomiędzy prowadzącym sieć hipermarketem a dostawcą, którego towary są sprzedawane w tej sieci, można założyć, że celem tego przepisu było wyeliminowanie sytuacji, w której zawarcie umowy dostawy bądź sprzedaży zależy od dodatkowego świadczenia pieniężnego po stronie dostawcy lub sprzedawcy. W tym kontekście istnienie możliwości zbywania przez powodów towarów innymi kanałami dystrybucji, w tym w innych sieciach handlowych, hurtowniach czy własnych palcówkach, pozostaje bez większego znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy.

Sąd Najwyższy w orzeczeniu z dnia 26 stycznia 2006r. (II CK 378/05, Wokanda 2006/6/8) stanął na stanowisku, iż w relacji sprzedawca/dostawca hipermarket możliwa jest tylko umowa sprzedaży bądź dostawy, wykluczając tym samym dopuszczalność kreowania w jego ramach innych stosunków prawnych, zawierających inny katalog świadczeń, niż określone umowy nazwane. Z uzasadnienia powyższego wyroku wynika, iż wzajemne relacje sprowadzają się w tym przypadku jedynie do zawarcia umowy sprzedaży, a swoboda kontraktowa stron sprowadza się jedynie do wyboru kontrahenta. Wszelkie dodatkowe zobowiązania i świadczenia stron naruszają natomiast zasadę swobody umów, są sprzeczne z zasadami współżycia społecznego i jako takie uznać należy za nieważne.

Należy jednak pamiętać, że sprzedaż produktu przez hipermarkety stwarza dla ich dostawców swoistą gwarancję zbycia towarów. Dzieje się tak między innymi dla tego, że podmioty takie – prowadzące profesjonalną sprzedaż różnorodnych towarów konsumentom na ogromną skalę – mają wiedzę dotyczącą upodobań i zachowań konsumenckich. Wiedza, jaką posiada taki podmiot – dotycząca na przykład wyeksponowania towaru, jego wielkości, czy szaty graficznej – ma określoną wartość, ponieważ pozwala na łatwiejsze zbycie danego produktu, a co za tym idzie, zwiększenie wolumenu sprzedaży danych towarów. Należy podkreślić, że posiadanie tej wiedzy przez podmioty sprzedające towary bezpośrednio konsumentom wiąże się z określonymi wydatkami po ich stronie, polegającymi chociażby na zatrudnieniu odpowiednich osób badających takie preferencje. Okazuje się zatem, że podmiot taki może nie tylko sprzedawać towary danego dostawcy, ale również w sposób efektywny przekazać mu określoną wiedzę, wpływającą na atrakcyjność danego produktu, a tym samym możliwości jego sprzedaży.

Istotą jednak oceny dodatkowych istniejących relacji kontraktowych z punktu widzenia art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK jest ocena charakteru dodatkowych świadczeń ze strony hipermarketu. Należy uznać, że w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK zakazane są jedynie takie opłaty, gdzie świadczenie po stronie hipermarketu polega wyłącznie na zawarciu umowy z danym dostawcą, a więc nie nakłada na ten podmiot żadnych obowiązków polegających na działaniu, na przykład w postaci dostarczenia określonej wiedzy czy wykonania innych świadczeń, których efekty mają pozytywne oddziaływanie również na sferę ekonomiczną dostawcy (por. K. Szczepanowska – Kozłowska, glosa do orz. SN z 26.01.2006 r., II CK 378/05, Prawo gospodarcze w orzeczeniach i komentarzach 2/2007, glosa do orz. SN z 26.01.2006 r., II CK 378/05, s.108.).

Należy jednak wyraźnie zaznaczyć, że świadczenia te muszą mieć rzeczywiście charakter świadczeń wzajemnych (ekwiwalentnych), co oznacza, że dostawca poprzez zapłatę ceny zyskuje wymierną dla niego korzyść od odbiorcy towarów, inną niż zapłata za towar i odpowiadającą wartości zapłaconej ceny. Ciężar udowodnienia, iż art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK nie ma zastosowania (bo występuje ekwiwalentność), spoczywa na przedsiębiorcy, który powołuje się na niestosowność tego przepisu, zatem w tym przypadku na pozwany.

Zastosowanie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK uwarunkowane jest charakterem dodatkowych opłat kontraktowych, analizowanych każdorazowo w kontekście związanych z nimi dodatkowych świadczeń ze strony sprzedawcy. Ocena postanowień umownych pomiędzy kontrahentami, które dotyczą w szczególności opłat za promocję, reklamę, za

osiągnięcie określonych obrotów towarami dostawcy przez sklep (sprzedawcę), wymaga zawsze indywidualnej analizy pozwalającej na ustaleniu, czy określone opłaty są, czy też nie są de facto niedozwolonymi opłatami dodatkowymi za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Wobec powyższego, należy przyjąć, że nie jest zakazane w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK z uwagi na swobodę zawierania umów, kształtowanie stosunków między stronami, w których oprócz świadczeń typowych dla umowy sprzedaży strony będą zobowiązane do świadczeń dodatkowych. Nie można zabronić również sklepom wielkopowierzchniowym dostarczania dostawcom innych świadczeń niż tylko odbiór towarów i zapłata ceny. Przepis art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK nie zatem obejmuje sytuacji, w których obowiązek świadczenia pieniężnego powstaje jako ekwiwalent świadczeń kupującego.

Przykładem nie mieszczącym się w hipotezie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK jest sytuacja, w której przedsiębiorca nabywający od przedsiębiorcy towar do dalszej odsprzedaży spełnia na jego rzecz świadczenia niezwiązane z realizacją własnego interesu dotyczącego przedmiotu umowy, np. na życzenie dostawcy umieszcza w sklepie reklamy o treści przez niego określonej lub z nim uzgodnionej albo dokonuje szczególnej akcji promocyjnej. Zwłaszcza w przypadku wyrobów powszechnego użytku, na który popyt jest względnie stały, zwrócenie uwagi konsumentów na wyrób A spowodować może wzrost jego sprzedaży i obniżenie sprzedaży konkurencyjnego wyrobu B, nie wpłynie jednak w zasadzie na zwiększenie obrotów placówki handlowej. Nie ma przeszkód, aby sklepy pobierały w tym przypadku opłaty. Należy jednak podkreślić, iż ciężar dowodu spoczywa w tym przypadku na przedsiębiorcy, który kwestionuje zastosowanie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK (por.: E.Nowińska, M.du Vall, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji., Wydanie 2, Wydawnictwo prawnicze Lewis Nexis, Warszawa 2005, s.163).

Rozważając prawidłowość zastosowania art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK w niniejszej sprawie, mając na uwadze stanowisko i dowody przedstawione przez pozwanego, należy w szczególności rozważyć kwestię dotyczącą gazetek reklamowych, nazwanych biuletynami informacyjnymi, w których niewątpliwie podczas współpracy stron towary powódki były systematycznie zamieszczane. W tym względzie należy przede wszystkim odpowiedzieć na pytanie, czy odbiorcy, w przypadku braku zobowiązania dostawców do zapłaty za wydawanie gazetek reklamowych zaprzestaliby tego rodzaju promocji towarów będących w ich ofercie, a także stwierdzenia, kto de facto jest beneficjentem zwiększonych dochodów w wyniku wydawania gazetki reklamowej i zamieszczania w niej towarów dostawcy. Sklepy wielkopowierzchniowe zyskują (marża handlowa) na sprzedaży towarów pochodzących od dostawców. To im zależy na sprzedaży towarów w ilości jak największej, bowiem w ten sposób wypracowują większy zysk. W takiej sytuacji przerzucenie opłaty za wydawanie gazetek reklamowych na dostawców jest nieuzasadnione i może stanowić czyn nieuczciwej konkurencji w postaci pobierania „ukrytych” opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży, o których mowa w przepisie art. 15 ust. pkt 4 UZNK. Wydaje się słuszne przyjęcie założenia, że w przypadku zrealizowania umowy sprzedaży pomiędzy dostawcą i odbiorcą towar staje się własnością odbiorcy, a zatem to ten ostatni poprzez wydawanie gazetek reklamowych promuje produkt będący jego własnością. W takich przypadkach wątpliwe, wręcz kuriozalne wydaje się pobieranie dodatkowej opłaty od dostawcy za promowanie towaru, który nie jest już własnością tego dostawcy.

Słuszne jest w tym zakresie stanowisko Sądu Najwyższego przedstawione w wyroku z dnia 12 czerwca 2008r. (III CSK 23/08, OSNC – ZD 2009/1/14), zgodnie z którym „o utrudnieniu dostępu do rynku może świadczyć m.in. powszechność praktyki zawierania umów marketingowych towarzyszących umowie sprzedaży towarów do sieci (z każdym dostawcą towarów), zachwianie odpowiedniej, rzeczowej i finansowej relacji porozumień marketingowych (ich częstotliwości i okresów) do sprzedawanej do sieci masy towarowej (zjawisko tzw. nadmarketingu), narzucanie sprzedającemu (dostawcy) odpowiednich postaci wielu rabatów (w ramach dostawy tego samego towaru do sieci), tworzenia niejasnych z punktu widzenia umowy głównej (sprzedaży) tzw. budżetów promocyjnych o charakterze tzw. kredytu handlowego, zawieranie umów o promocję towaru renomowanego i innych. Element nieuczciwości w działaniu kupującego (dużej sieci handlowej) pojawi się m.in. wówczas, gdy opłaty marketingowe, ponoszone przez dostawcę do takiej sieci, byłyby jednak niewspółmiernie większym obciążeniem finansowym dla dostawcy niż koszty

stworzenia przez tego dostawcę samodzielnej akcji marketingowej, tj. bez powiązania jej z umową główną (umową sprzedaży towarów do sieci handlowej)”.

Stąd też należy zgodzić się z poglądem, iż „eksponując i sprzedając towary zakupione wcześniej od dostawcy, odbiorca nie czyni tego, by uczynić dla tego dostawcy usługę promocyjną, lecz jedynie po to, by sprzedać własny już w tym momencie towar i osiągnąć w ten sposób zysk wynikający ze stosowanej marży. Do czasu zatem, gdy odbiorca nie będzie w stanie wykazać, że w zamian za przyjmowaną opłatę podjął działania, które można by uznać za nie zmierzające do jak najszybszej sprzedaży własnych już towarów, ale wyłącznie do promowania marki owego dostawcy lub jego towarów (w sposób oderwany od czynności mających na celu sprzedaż towarów znajdujących się na półkach) (...),nie można mówić o usłudze promocyjnej wykonywanej na rzecz dostawcy. Tym samym, aby móc stwierdzić, że w przypadku obciążania dostawcy dodatkową opłatą za wydawanie gazetek promocyjnych mamy do czynienia z ekwiwalentnością świadczeń, konieczne byłoby wykazanie (przez odbiorcę) wymiernych korzyści, jakie uzyskuje dostawca, a których jednocześnie nie uzyskuje odbiorca.

Inaczej mówiąc, odbiorca towarów musiałby wykazać, że wydając gazetki promocyjne działa on w celu poprawienia zysków ze sprzedaży dostawcy, a nie swoich, co wydaje się mało prawdopodobne. Odbiorca bowiem, będąc już właścicielem towarów zakupionych od dostawcy, jako przedsiębiorca handlowy dba o „wypracowywanie” swojego zysku, a nie zysku dostawcy. Pogląd ten z całą ostrością zwraca uwagę na nieuczciwy charakter tego rodzaju opłat, zwłaszcza w sytuacjach, kiedy dostawca jest hurtownikiem (pośrednikiem), a zatem przedsiębiorcą, którego zainteresowanie promocją marki jest raczej wyjątkiem niż regułą (por.: K. Korus, Komentarz do ustawy z dnia 5 lipca 2002 r. o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz.U z 2002 r. nr 126, poz. 1071, LEX–Temida 2002, komentarz do art. 15.).

Jak przyjął w wyroku z dnia 05 lutego 2008r. Sąd Apelacyjny we Wrocławiu (sygn. akt I ACa 1262/07, niepubl.) „dowodem realności umowy stron w zakresie usług marketingowych nie mogą być przedłożone przez stronę pozwaną gazetki reklamowe, skoro były w niej reklamowane produkty stanowiące jej własność, a celem tej reklamy było zachęcenie potencjalnych nabywców do skorzystania jedynie z jej oferty handlowej. Fakt, iż w gazetkach tych znalazły się jednostkowe produkty sprzedane pozwanej przez powoda, nie może świadczyć o tym, iż te działania promocyjne były ukierunkowane na uzyskanie korzyści również przez niego. Istotnym jest to, iż produkty te nie zostały opisane w taki sposób, aby potencjalny klient mógł je kojarzyć z powodem jako ich producentem, czy też dostawcą (...). Tym samym powód nie mógł odnieść z tego tytułu korzyści poprzez pozyskanie nowych klientów, co byłoby zresztą sprzeczne z interesami pozwanej, dla której inny potencjalni odbiorcy oferowanych przez niego produktów stanowiliby konkurencję”.

W powyższej kwestii jednoznacznie brzmią również poglądy wyrażane w doktrynie, gdzie podnoszone jest, iż „eksponując i sprzedając towary zakupione wcześniej od dostawcy, odbiorca nie czyni tego, by wykonać dla tego dostawcy usługę promocyjną (reklamową), lecz jedynie po to, by sprzedać własny już w tym momencie towar i osiągnąć w ten sposób zysk wynikający ze stosowanej marży handlowej. Do czasu zatem, gdy odbiorca nie będzie w stanie wykazać, że w zamian za przyjmowaną opłatę podjął działania, które można by uznać nie za zmierzające do jak najszybszej sprzedaży własnych już w tym momencie towarów (pochodzących od dostawcy), ale wyłącznie do promowania marki owego dostawcy lub jego towarów (w sposób oderwany od czynności mających na celu sprzedaż towarów znajdujących się „na półkach”), w szczególności czynności zmierzających do informowania innych podmiotów o walorach jakościowych produktów dostawcy o korzystnym stosunku jakości do ceny tych produktów (ale nie tylko przy sprzedaży przez tego odbiorcę), czy też o innych argumentach, których celem byłoby wyrobienie u owych nabywców przekonania, iż warto nabywać przede wszystkim produkty właśnie pod marką owego dostawcy – nie można mówić o usłudze promocyjnej wykonywanej na rzecz dostawcy” (tak T. Dyś, „Nieuczciwa konkurencja: opłaty za dopuszczenie towarów do sprzedaży”, Monitor Prawniczy 2003/14/644).

Dodatkowo Sąd Apelacyjny we Wrocławiu w powoływanym powyżej wyroku podniósł, iż: „przerzucanie kosztów związanych z reklamą i marketingiem w momencie, gdy formalnie towar stanowi już własność pozwanej spółki jest

czynem nieuczciwej konkurencji, bowiem powód spełnia dodatkowe świadczenie, które w żaden sposób nie wpływa na wielkość sprzedaży jego towarów”.

Podsumowując, uznać należy, iż hipotezą art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK nie są objęte w ogóle sytuacje, w których obowiązek świadczenia pieniężnego powstaje jako ekwiwalent świadczeń kupującego, nieobjętych treścią umowy sprzedaży bądź dostawy. W przypadku istnienia pomiędzy stronami innych zobowiązań, które ocenione są jako zobowiązania ekwiwalentne, ich dopuszczalność podlega ogólnej regule wynikającej z zasady swobody umów, a więc art. 353<sup>1</sup> kc, nie zaś art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK. Nie można bowiem przyjąć, że inne relacje kontraktowe niż umowa sprzedaży są pomiędzy stronami niedopuszczalne. Na gruncie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK zakazane jest pobieranie tylko takich świadczeń, które nie znajdują rzeczywistego uzasadnienia w świadczeniach kupującego, innych niż te, których obowiązek spełnienia wynika z zawartej umowy sprzedaży bądź dostawy. Nie można zatem bezkrytycznie przyjąć, że istnienie obowiązku uiszczenia innych świadczeń pieniężnych jest w każdym przypadku działaniem skutkującym uniemożliwieniem „rynkowej konfrontacji” towarów dostawcy. Konieczność takich dodatkowych świadczeń wynikająca z umowy nie zamyka bowiem danemu dostawcy drogi do zbycia oferowanych przez niego towarów gdzie indziej. Nasuwa się zatem logiczny wniosek, że najistotniejszą rolą cytowanego przepisu jest nie tylko ochrona przed nieuczciwą konkurencją, lecz przede wszystkim ochrona jednej ze stron umowy, którą ustawodawca ocenia jako słabszą. Należałoby zatem uznać, że taki czyn nieuczciwej konkurencji zaistnieje tylko wtedy, gdy efektem działań przedsiębiorcy prowadzącego hipermarket będzie realne przeszkodzenie danemu sprzedawcy/dostawcy w dotarciu do finalnego odbiorcy jego towarów. Należy zatem zakładać, że intencją ustawodawcy było wyłączenie możliwości pobierania opłat od dostawcy, które nie miałyby uzasadnienia w kosztach jego działalności polegającej na sprzedaży towarów. Ta bowiem powinna być rekompensowana poprzez marżę handlową pobieraną od klientów danej sieci.

Wydaje się również, że kategoria „opłat innych niż marża handlowa za przyjęcie towaru do sprzedaży” powinna być interpretowana jak najszerzej, odnosząc się do wszelkich świadczeń pieniężnych dostawcy towaru na rzecz nabywcy, które w jakikolwiek sposób odnosiłyby się do działań nabywcy związanych ze zbyciem tego towaru; trafnie przyjmuje się w literaturze, że finansowe rozliczenia stron powinny zakończyć się, w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK, na zapłacie uzgodnionej między stronami marży handlowej. Taka jest bowiem prawna konstrukcja czynu nieuczciwej konkurencji, którym jest utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie różnego rodzaju dodatkowych, poza marżę handlową, opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, nie znajdujących podstawy w wynegocjowanych przez strony innych zobowiązaniach wzajemnych.

Wskazanie w przepisie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK, jako formy utrudniania dostępu do rynku, pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży, ma ten skutek, że w przypadkach stanów faktycznych objętych hipotezą tej normy, jeżeli fakt taki zostanie bezspornie stwierdzony (udowodniony), nie jest konieczne dodatkowo wykazywanie, iż nastąpiło w jego wyniku utrudnienie dostępu do rynku. Uczynił to już bowiem sam ustawodawca, zamieszczając takie zachowanie w katalogu działań, które utrudniają dostęp do rynku. W pewnym sensie można stwierdzić, że określone w art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK działanie przedsiębiorcy, polegające na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży, stanowi swoisty „nazwany” czyn nieuczciwej konkurencji. Konstrukcja oparta na przykładowej konkretyzacji określonego zachowania, z którym ustawa wiąże konkretne skutki prawne, jest stosowana niejednokrotnie w polskim ustawodawstwie; nie odbiegając daleko od analizowanej problematyki warto przywołać przepis art. 9 ustawy antymonopolowej. W myśl tego przepisu w przypadku, gdy przedsiębiorca mający pozycję dominującą stosuje ceny nadmiernie wygórowane (art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy antymonopolowej), nie jest konieczne oddzielne przeprowadzenie dowodu na okoliczność, że nadużywa on swojej kwalifikowanej pozycji rynkowej, bowiem już sam ustawodawca stwierdził, że takie zachowanie (stosowanie nadmiernie wygórowanych cen) stanowi przejaw jej nadużywania. Gdyby ustawodawca zakładał konieczność przeprowadzenia każdorazowo takiego dowodu, to nie wskazywałaby katalogu (wprawdzie otwartego) zachowań, które stanowią nadużycie pozycji dominującej. Taka sama sytuacja występuje w odniesieniu do kategorii utrudniania dostępu do rynku w rozumieniu przepisu art. 15 UZNK. Oznacza to również, że jeżeli określony stan faktyczny nie „mieści się” w katalogu wskazanym przez ustawodawcę, konieczne jest wykazanie, iż w wyniku określonego

zachowania (ze wskazaniem, jakie to zachowanie, i podaniem związku przyczynowo– skutkowego) doszło lub dojdzie do utrudnienia innemu przedsiębiorcy dostępu do rynku.

Uwagi te można odnieść w całości do regulacji art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK i konstrukcji utrudniania dostępu do rynku. Utrudnieniem tego dostępu jest bowiem pobieranie dodatkowych opłat, innych niż marża, za przyjęcie towaru do sklepu (sprzedaży). Oznacza to, że warunkiem zastosowania tego przepisu jest spełnienie przez nabywcę towaru łącznie dwóch przesłanek:

- pobieranie innych niż marża opłat,
- uiszczenie tych opłat warunkuje przyjęcie towaru do sprzedaży.

Obie te przesłanki przesądzają o nieuczciwości działania przedsiębiorcy handlowego, uczestniczącego w obrocie; obie też zakreślają granice treściowe jednego z możliwych czynów nieuczciwej konkurencji, określanych przez ustawodawcę zbiorczą kategorią utrudnianiem dostępu do rynku.

Okolicznością bezsporną w niniejszej rozpoznawanej sprawie była wysokość roszczenia powódki wykazana fakturami VAT dołączonymi do pozwu, którymi powódka została obciążona przez pozwanego i tytuły stanowiące podstawę jego naliczenia. Strony nie kwestionowały również, iż pozwany dokonywał kompensaty swoich należności z wierzytelnościami powódki. Zwolniło to Sąd z obowiązku prowadzenia postępowania dowodowego w tym przedmiocie i implikowało twierdzenie o tym, iż zgodnie z treścią art. 6 k.c. powódka wykazała okoliczności, do udowodnienia których była zobowiązana wnosząc niniejszy pozew. Wykazano ponadto – w powołaniu, między innymi na zeznania powódki i świadka A. K., ale także D. K. pracownika pozwanej - okoliczność narzucania warunków umownych przez pozwanego, niemożność negocjacji tych warunków i zależność istnienia kontraktu od ich przyjęcia. Istotnie przed rozpoczęciem współpracy handlowej strony prowadziły negocjacje, jednak warunkiem podjęcia współpracy i podpisania umowy – ustaleń rocznych - była akceptacja „usług marketingowych” pozwanego, mających w rzeczywistości pozorny charakter i wiążących się z koniecznością uiszczenia na jego rzecz dodatkowych zabronionych prawem opłat, nie znajdujących ekwiwalentnego pokrycia w rzekomo świadczonych przez pozwanego akcesoryjnie usługach. W ocenie Sądu strona powodowa przedstawiła w toku sprawy odpowiadający rzeczywistości obraz wzajemnej współpracy stron.

Odpowiednio zatem do obowiązków pozwanego należało wykazanie, że uiszczenie tego rodzaju świadczeń znajdowało dostatecznie uzasadnione oparcie we wzajemnych, ekwiwalentnych świadczeniach niepieniężnych świadczonych przez niego na rzecz i wyłącznie w interesie sprzedawcy (por. np.: C. B., M. B., „Utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży”, Przegląd Prawa Handlowego, nr 4 z 2008 r. str. 15-16).

Pozwany nie wykazał, iż faktycznie świadczył na rzecz powódki usługi o charakterze marketingowym, za które obciążył ją załączonymi do pozwu fakturami. Trzeba podkreślić, że w istocie w ustaleniach rocznych nałożone zostały obowiązki płatnicze na powódkę, co nie odpowiadało określonym, realnie podlegającym skontrołowaniu, sprecyzowaniu i skonkretyzowaniu, obowiązkowi pozwanego. Opisane w fakturach usługi miały w rzeczywistości jedynie pozorny charakter. Promowanie produktów poprzez zamieszczanie informacji o nich w gazecie wydawanej przez pozwanego, bez oznaczenia powódki należało uznać za promowanie towaru, którego w konsekwencji zawartej z powódką umowy sprzedaży, pozwany stał się właścicielem. Innymi słowy pozwany promował swój własny towar. Pobieranie zatem przez pozwanego od powódki różnego rodzaju opłat z tytułu prowadzonych działań marketingowych stanowiło działanie zabronione prawem. Wystawienie przez pozwanego swoich własnych towarów na półkach i informowanie o ich właściwościach mieściło się w ramach normalnych działań sprzedawcy. W związku z tym nie mogło to prowadzić do przerzucania na dostawcę kosztów działalności sklepów pozwanej spółki. Takie postanowienia umowne stanowią wypaczenie elementarnych reguł handlowych i jako takie podpadają pod regulację ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 13 listopada 2008 roku, w sprawie o sygn. I ACa 718/08, lex nr 519305). Należy również podkreślić, że w gazetkach reklamowych pozwanego obok towaru dostarczanego przez stronę powodową nie umieszczano nazwy powódki, za to wyeksponowana była nazwa

pozwanej spółki wraz z hasłami reklamowymi i godzinami otwarcia danego sklepu z sieci Selgros. Takie działania zogniskowane były w istocie na wzrost obrotów sklepu pozwanego, a nie rzekomego usługobiorcy – powódki. Należy przy tym zauważyć, że wprowadzie wzrost obrotów pozwanego mógłby hipotetycznie przełożyć się na wzrost obrotów powódki, jako sprzedawcy hurtowego, jednak stosownie do reguł uczciwej konkurencji mogło to być przykładowo wynikiem pobierania przez pozwanego, jako właściciela sklepu marży handlowej w odpowiedniej wysokości, a nie przerzucania na powódkę kosztów prowadzenia swojej działalności handlowej i marketingowej i faktycznej oraz koniecznej partycypacji powódki w kosztach promocji działalności pozwanego. Wszelkie koszty przeznaczone przez pozwanego na szeroko rozumiane działanie marketingowe, o których wypowiada się pozwany w odpowiedzi na pozew, obciążają pozwanego jako sprzedawcę i służą bezpośrednio jego interesom. Trudno jest ustalić, jaka część wielomilionowych zapewne kosztów takich działań miałyby obciążać powódkę. Świadek C. F. nie potrafił choćby w przybliżeniu określić części tego kosztu, przypadającego na powódkę. W tym kontekście wysokość opłat wskazana w ustaleniach rocznych za 2011 i 2012 r., obciążających powódkę uchyla się od jakiegokolwiek kontroli i weryfikacji, a to wprost świadczy o fikcyjnym charakterze zapisów o obowiązkach pozwanego w tym zakresie.

Powyższej oceny nie zmienia fakt podpisywania przez powódkę zlecenia wykonania usługi reklamowej i współpraca przy wyborze towaru do ekspozycji w gazetce. Wszak świadkowie pozwanego podali, że powódka nie miała wpływu na zawartość gazetki (k. 1518). Trzeba bowiem podkreślić, że zlecenia te zostały przedstawione powódkę po prośbie do podpisu przez pozwanego, który zamierzał w ten sposób ukryć fikcyjność i nieekwiwalentność świadczeń, tymczasem była to tylko kontynuacja niedozwolonych zapisów umownych, które powódka w istocie bez swej zgody podpisała. Trudno bowiem mówić o zgodzie powódki jako uchylającej bezprawność czynu w sytuacji, gdy zgoda ta została wyrażona niejako przymusowo, w sytuacji grożącej brakiem nawiązania współpracy z tak dużym i znaczącym odbiorcą.

Pozwany nie wykazał również okoliczności, że świadczył na rzecz powódki konsultacje handlowe, a pobierane za nie opłaty były ekwiwalentne do ich zakresu i rodzaju.

Z okoliczności sprawy wynikało bowiem, że usługi tzw. konsultacji handlowych polegać miały na tym, że pozwany oceniał rynek w G., gdzie powstawała nowa hala Selgros. Wprowadzie pozwany przedstawił dokument sporządzony przez pozwanego, w którym powódka potwierdziła – poprzez jego podpisanie - wykonanie usługi konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku (k. 1356) i poprosiła o wystawienie faktury za tę usługę, jednakże został on uznany przez Sąd za pozorny i sporządzony jedynie na użytek postępowań sądowych. W praktyce bowiem, co wynikało z zeznań strony powodowej, a także wobec braku innych dowodów, usługa ta nie była wykonywana – świadkowie pozwanej nie umieli nawet podać na czym ona miała by polegać, a A. K. i powódki zgodnie i wiarygodnie zaprzeczyli wykonaniu tej usługi.

Na marginesie zważyć trzeba, iż ten rodzaj doradztwa nie nosi znamion wykonywania usługi na rzecz kontrahenta, albowiem ocena opłacalności umieszczania towarów w kolejnym sklepie pozwanego nie jest rzeczą dostawcy, który przecież realizuje zamówienia sprzedawcy detalicznego. To ten sprzedawca, oceniając swą siłę gospodarczą na rynku konsumenckim, powinien dobierać asortyment stosownie do warunków popytu na danym terenie, a nie przenosić ryzyko złego oszacowania i nietrafnych prognoz w tej kwestii na producenta będącego jednocześnie dostawcą hurtowym (tak: wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 03 czerwca 2009r., I ACa 318/09).

Mając powyższe na uwadze – uznać należy, że także w odniesieniu do usług konsultacji handlowych trzeba przyjąć, że były one wykonywane w interesie pozwanego, a nie powódki i w związku z tym pozwany nie był uprawniony do pobierania od powódki dodatkowych opłat, zaś ich pobranie świadczy o utrudnianiu dostępu do rynku. Pozwany wykonując czynności związane z analizą rynku czy też akcjami promocyjnymi w istocie budował własną pozycję na rynku, a nie pozycję powódki.

Odnosząc się wreszcie do kart urodzinowych Selgros, gdzie wśród logotypów wielu współpracujących z Selgros firm umieszczona stwierdzić trzeba, że w tych kartach została firma innego przedsiębiorcy – F. Austria, a nie firma powódki (por. k. 1351-1355). Poza tym wskazać należy, że pozwany nie przedstawił żadnego dowodu potwierdzającego, by świadczenie pozwanego było ekwiwalentne do zapłaconej przez powódkę z tego tytułu kwoty 24.000 zł.

W kontekście powyższych rozważań teoretycznych, mając na uwadze przedstawiony w poprzedniej części uzasadnienia stan faktyczny rozpoznawanej sprawy, należy stwierdzić, że pozwany pobierał od powódki inne niż marża handlowa opłaty, stanowiące de facto warunek przyjęcia towarów powódki do sprzedaży, poprzez stosowanie narzuconych rozwiązań dotyczących pobierania dodatkowych opłat z tytułu świadczonych usług, określonych w treści wystawionych przez pozwanego faktur zbiorczo jako usługi marketingowe czy też usługa umieszczenia nazwy dostawcy w karcie okolicznościowej i usługa konsultacji handlowej w zakresie oceny rynku. Jednocześnie pozwany w niniejszym postępowaniu nie udowodnił, by spełnił na rzecz powódki wskazane usługi, a przede wszystkim, by miały one charakter świadczeń ekwiwalentnych w stosunku do pobieranych opłat.

Jedynym przeprowadzonym przez pozwanego dowodem wykonania usług promocyjnych było przedłożenie gazetek reklamowych. Pomijając zaś fakt oczywistego braku ekwiwalentności tego świadczenia pozwanego w stosunku do naliczonych opłat, trzeba też podkreślić, że w fakturach wystawionych przez pozwanego wskazano, że są to faktury „za usługi marketingowe”.

Ponadto raz jeszcze zaznaczyć należy, że produkty, które rzekomo miały być przez pozwanego promowane były w chwili ich wystawienia na sprzedaż w sieci sklepów pozwanego własnością pozwanego, co implikowałoby twierdzenie o promocji własnego towaru. Domaganie się dodatkowych opłat z tego tytułu od dostawcy nie będącego już właścicielem towaru, nie znajduje żadnego prawnego i faktycznego uzasadnienia i słusznie, zdaniem Sądu, spotyka się z przewidzianą w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji sankcją. Nadmienić należało, że pozwany nie sprecyzował, jakie korzyści powódka uzyskała w wyniku działań pozwanego w konkretnych przypadkach (na przykładzie konkretnych produktów). Twierdzenia stoją również w jawnej sprzeczności z twierdzeniami powódki o sukcesywnie zmniejszającej się wysokości obrotu między stronami, co nie zostało zaprzeczone przez pozwanego.

Pozwany w swoim stanowisku odwołał się do woli stron przy zawarciu umowy. Oczywistym jest, że powódka oferując towary w postaci drobnego sprzętu RTV/AGD, była zainteresowana współpracą z siecią Selgros, dla towarów tych bowiem sklepy wielkopowierzchniowe są bardzo dobrym rynkiem zbytu.

Nie ulega przy tym wątpliwości, że powódka podpisała ustalenia roczne, przewidujące pobieranie omawianych opłat, okoliczność ta jednak nie uchyla bezprawności działań pozwanego.

Przy ocenie sytuacji dostawcy, oferującego taki rodzaj towaru, jak powódka, w tak długim czasie, wyraźnie widać, że jej sytuacja była przymusowa. Bez wyrażenia zgody na zawarcie umowy przewidującej takie opłaty mogłaby bowiem utracić tak znaczący rynek zbytu.

Sąd analizując twierdzenia stron w kontekście zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego uznał, że łączące strony Ustalenia Roczne nie spełniały wymogu zgodności z zasadami uczciwej konkurencji. Wskazane wyżej porozumienie zawierały bowiem w rzeczywistości postanowienia przewidujące świadczenie opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży. Warunki dotyczące wynagrodzenia pozwanego za świadczone usługi ukryte pod nazwami usługi marketingowe i usługi za konsultacje handlowe, miały charakter odgórnie narzuconych nie podlegających negocjacji opłat. Powódka nie miała żadnego wpływu zarówno na obecność stosownych zapisów te opłaty przewidujących jak i na ewentualne ustalenie ich wysokości. W oparciu o powyższe należało stwierdzić, iż ustalone i opisane wyżej praktyki pozwanego utrudniały powódce dostęp do rynku, gdyż nie mogła ona świadczyć swoich usług w oparciu o uczciwe zasady konkurencji. Powódka została zmuszona do przyjęcia niekorzystnych warunków współpracy, co wpłynęło na rentowność dostaw i w efekcie miało negatywny wpływ na prowadzoną przez nią działalność handlową.

Tym samym stwierdzić należy, że czyn pozwanego stanowił delikt nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK.

Zdaniem Sądu należy przyjąć, że okoliczności faktyczne współpracy stron przesądzają, że „usługi” pozwanego miały charakter wyłącznie pozorny, a ich jedyną funkcją było zamaskowanie niedozwolonego charakteru pobieranych z tego tytułu opłat.

Sprzeczne z naturą zobowiązania jest bowiem powoływanie takiego stosunku, w ramach którego strona pozwana nie byłaby w rzeczywistości odpowiedzialna za wykonanie zobowiązania, gdyż jego wielkość, ilość, czas nie były w żaden sposób określone. Trzeba podkreślić, że przedmiotowe warunki handlowe, czy też umowa stron, w żaden sposób nie precyzowały zakresu, postaci, przedmiotu, czasu świadczenia ewentualnych „usług” pozwanego. Opłaty te nie były uzależnione od zakresu jakichkolwiek wymiernych usług ani nakładów ponoszonych przez stronę pozwaną. A zatem przedmiotowe opłaty były ponoszone przez stronę powodową niezależnie od wykonania jakiegokolwiek usługi. Co więcej, pozwany w toku współpracy stron nie wykazywał, by spełnił na rzecz powódki ekwiwalentne usługi, co tym bardziej wskazuje na pozorność działań pozwanego i tym samym na faktyczne „ukrycie” pod omawianymi opłatami opłat za dostęp do rynku.

W przedmiotowym przypadku, o tym, że omawiane opłaty z tytułu przedmiotowych „usług” miały na celu obejście przepisów UZNK świadczy zatem to, że strona powodowa nie wiedziała, co kryje się pod pojęciem usług marketingowych, ani strona pozwana nie składała żadnych sprawozdań z wykonania jakichkolwiek usług. Powódka natomiast nie mogła zrezygnować z tych „usług”, a wręcz wymagane było ich uprzednie potwierdzenie (pod postacią zaakceptowanych warunków handlowych), co warunkowało współpracę stron.

Bez jakiegokolwiek znaczenia jest przy tym okoliczność, czy strona powodowa osiągała jakiegokolwiek zyski ze współpracy ze stroną pozwaną. Stosowanie przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK nie jest bowiem wyłączone w takiej sytuacji. Znaczenie ma jedynie okoliczność, czy opłaty pobierane przez pozwanego należało zakwalifikować jako opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, stanowiące delikt nieuczciwej konkurencji.

Jeśli zaś chodzi o kwestię, iż dla uznania danego działania za czyn nieuczciwej konkurencji określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK konieczne jest, by podjęte działania miały na celu utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, a zatem sąd będzie musiał stwierdzić, czy w wyniku pobierania od określonych producentów (dostawców) opłat dodatkowych występuje skutek w postaci „utrudniania dostępu do rynku” należy wskazać, iż Sąd rozpoznający przedmiotową sprawę akceptuje w tym zakresie pogląd wyrażony przez Sąd Apelacyjny w Poznaniu w uzasadnieniu wyroku z dnia 25 lutego 2010r. (sygn. akt I ACa 107/10), iż „wskazanie w przepisie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK jako formy utrudniania dostępu do rynku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży ma ten skutek, że w przypadkach stanów faktycznych objętych hipotezą tej normy, nie jest konieczne dodatkowo wykazywanie, iż nastąpiło w jego wyniku utrudnienie dostępu do rynku.

Sam ustawodawca przesądził bowiem, że tego rodzaju, stypizowane („nazwane”) ustawowo zachowanie staje się, per se, czynem niedozwolonej konkurencji, a więc, że utrudnia ono dostęp do rynku.” Jak wskazał Sąd Apelacyjny w Poznaniu w cyt. wyżej wyroku, „przy rozstrzyganiu o zwrocie zabronionych na podstawie art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK opłat, nie ma potrzeby sięgania do konstrukcji nieważności czynności prawnej, na podstawie której doszło do ich pobrania. Uzyskanie korzyści majątkowej na podstawie czynu niedozwolonej konkurencji automatycznie skutkuje uznaniem braku dla niej podstawy prawnej, a przepis art. 18 ust. 1 pkt 5 UZNK stanowi samodzielną, wystarczającą postawę do żądania zwrotu tego rodzaju korzyści (por. uchwała Sądu Najwyższego z dnia 19 sierpnia 2009r. (III CZP 58/09, OSNC z.3 z 2010r., poz. 37)”.

Mając zatem na uwadze powyższe ustalenia stanu faktycznego, rozważania prawne i wskazane przepisy, należy uznać, że należności skompensowane przez pozwanego z należnościami powódki z tytułu ceny za sprzedane towary, w wyniku popełnienia przez pozwanego czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 UZNK, stanowią bezprawnie uzyskaną korzyść w rozumieniu art. 18 ust. 1 pkt 5 UZNK, pozwany zaś zobowiązany jest do jej zwrotu w nieprzedawnionym zakresie – tj. w zakresie, o którym Sąd orzekł w punkcie I sentencji wyroku.

Pozwany bowiem w odpowiedzi na pozew podniósł zarzut przedawnienia części roszczenia z pozwu i zarzut ten był częściowo zasadny.

Pozew został wniesiony zdaniem Sądu 27 czerwca 2014 r. Tego dnia bowiem bezspornie pracownicy pełnomocnika powódki udali się do polskiej placówki pocztowej operatora wyznaczonego w rozumieniu ustawy z 23.11.2012 r. –



Prawo Pocztove i złożyli tam przesyłkę zawierającą pozew 27 czerwca 2014 r. ok. godz. 19:00. Zgodnie zaś z przepisem art. 165 § 2 k.p.c. - oddanie pisma procesowego w polskiej placówce pocztowej operatora wyznaczonego w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. - Prawo pocztowe lub w placówce pocztowej operatora świadczącego pocztowe usługi powszechne w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej jest równoznaczne z wniesieniem go do sądu.

Pozwany, jak i Poczta Polska S.A. w jej pismach przedłożonych przez powódkę, wskazywali, że powódka nadała przesyłkę zawierającą pozew dopiero 30 czerwca 2014 r.

Zdaniem Sądu, w świetle powyższej zacytowanego przepisu art. 165 § 2 k.p.c., istotny jest fakt (data) „oddania” przesyłki zawierającej pismo procesowe, a nie jej „nadanie” zgodnie z regulacjami pocztowymi. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na treściową odmienność określenia „nadanie”, użytego w przepisach prawa pocztowego oraz terminu „oddanie”, zastosowanego w zaskarżonym przepisie k.p.c. Decydującą, w świetle art. 165 § 2 k.p.c., czynnością jest bowiem oddanie pisma w urzędzie pocztowym (por. postanowienie Trybunału Konstytucyjnego z 31 maja 2012 r., Ts 33/10, [http://otk.trybunal.gov.pl/orzeczenia/teksty/otk/ \(...\).doc.](http://otk.trybunal.gov.pl/orzeczenia/teksty/otk/ (...).doc.)).

Zarzut przedawnienia uznać należało za zasadny co do roszczeń objętych punktami b – e petitum pozwu (k. 2v).

Zgodnie z przepisem art. 20 UZNK roszczenia z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji ulegają przedawnieniu z upływem lat trzech. Bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie co do każdego naruszenia. Przepis art. 442 K. cywilnego stosuje się odpowiednio.

Wobec tego, że przepis art. 442 został uchylony, zdaniem Sądu, podzielającego jednolite stanowisko doktryny, zastosowanie per analogiam znajdzie przepis art. 442<sup>1</sup> k.c., który stanowi obecnie obowiązujące unormowanie z tego uchylonego przepisu (zamiast wielu E. Nowińska, M. du Vall, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Lexis Nexis, Warszawa 2008, s. 320).

Zgodnie z przepisem art. 442<sup>1</sup> § 1 k.c. – roszczenie o naprawienie szkody wyrządzonej czynem niedozwolonym ulega przedawnieniu z upływem lat trzech od dnia, w którym poszkodowany dowiedział się o szkodzie i o osobie obowiązanej do jej naprawienia. Jednakże termin ten nie może być dłuższy niż dziesięć lat od dnia, w którym nastąpiło zdarzenie wywołujące szkodę.

Stosując art. 442<sup>1</sup> § 1 k.c. per analogiam przyjąć należy, że w stosunku do wszystkich majątkowych roszczeń opartych o UZNK przedawnienie rozpoczyna swój bieg z chwilą, gdy poszkodowany dowiedział się o czynie nieuczciwej konkurencji i o osobie ponoszącej odpowiedzialność za jego popełnienie (J. Rasiewicz, Komentarz do art. 20 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji [w:] Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz., pod red. M. Zdyba, LEX 2011 nr 93437).

Powódka była niewątpliwie poszkodowaną czynem pozwanej. Zatem od dnia dowiedzenia się przez powódkę o czynie nieuczciwej konkurencji i osobie ponoszącej odpowiedzialność należało liczyć wskazany termin przedawnienia co do każdego z czynów – poszczególnych faktur VAT pozwanego.

Stwierdzić trzeba również, że bieg terminu przedawnienia nie został przerwany przez zawezwania do próby ugodowej, o których mowa w pozwie. O ile taką przesłankę statuuje stosowany uzupełniająco co do roszczeń z UZNK przepis art. 123 § 1 pkt 1 k.c., o tyle przerywa on bieg przedawnienia terminu, który jeszcze nie uległ przedawnieniu w oparciu o wyżej przytoczone zasady. Jak zaś sama powódka podawała w pozwie - wystąpiła z wnioskami o zawezwanie do próby ugodowej w dniu 30.07.2013 r. dotyczącym faktur: nr (...) z 7.06.2010 r. na kwotę 29280 zł, nr (...) z 30.06.2010 r. na kwotę 7523,74 zł, nr (...) z 22.07.2010 r. na kwotę 461,16 zł, nr (...) z 31.05.2011 r. na kwotę 4679,92 zł. Jak zatem widać już przed 30 lipca 2013 r. minął 3-letni termin od wystawienia faktur nr (...) z 7.06.2010 r. na kwotę 29280 zł, nr (...) z 30.06.2010 r. na kwotę 7523,74 zł, nr (...) z 22.07.2010 r. na kwotę 461,16 zł. Minął termin lat trzech od dnia, w którym poszkodowany dowiedział się o szkodzie i o osobie obowiązanej do jej naprawienia.

W tym zakresie roszczenie powódki, jako przedawnione, podlegało oddaleniu, o czym Sąd orzekł w punkcie II sentencji wyroku.

Rozstrzygnięcie w zakresie odsetek Sąd oparł na treści art. 481 § 1 i 2 k.c., zgodnie z którym jeżeli dłużnik opóźnia się ze spełnieniem świadczenia pieniężnego, wierzyciel może żądać odsetek za czas opóźnienia, chociażby nie poniósł żadnej szkody i chociażby opóźnienie było następstwem okoliczności, za które dłużnik nie ponosi odpowiedzialności.

Z uwagi na brak zapłaty w dacie wymagalności przedmiotowego roszczenia, powodowi przysługuje prawo do żądania odsetek od dnia następującego po tym dniu. Należy zaznaczyć, że pozwany zakwestionował roszczenie pozwu w całości.

Sąd uznał jednak za zasadne przyznanie odsetek za opóźnienie w zakresie żądania zapłaty kwoty 236362 zł od dnia wytoczenia powództwa, to jest od 27 czerwca 2014 r. do dnia zapłaty. Powódka bowiem nie przedstawiła wezwania przedprocesowego do zapłaty spornej należności. Natomiast od kwoty 47.622,70 zł od 9.08.2013 r. oraz od kwoty 17568 zł od dnia 8.11.2013 r. jako bezspornych dat zawezwania do próby ugodowej o te wierzytelności.

Jak wskazano m.in. w wyroku Sądu Najwyższego z dnia 24 lipca 2008 r. (IV CSK 151/08, LEX nr 483309), pojęcie opóźnienia w zapłacie sumy dłużnej wiąże się z terminem spełnienia świadczenia. Obowiązek naprawienia szkody według reżimu odpowiedzialności deliktowej na ogół jest nieterminowy, w rozumieniu art. 455 k.c. Z uwagi na to istotną przesłanką stosowania art. 481 § 1 k.c. jest wezwanie do zapłaty. Wobec braku wezwania do spełnienia świadczenia, datą, od której wystąpiło opóźnienie, jest dzień wytoczenia powództwa. Zgodnie bowiem z treścią wyroku Sądu Najwyższego z dnia 20 stycznia 2004r. (II CK 364/02, LEX nr 347285), „przy odpowiedzialności deliktowej wezwanie do zapłaty związane jest z datą doręczenia odpisu pozwu, chyba że strona wykaże istnienie wcześniejszego wezwania przesądowego”.

W punkcie III sentencji wyroku Sąd obciążył pozwanego kosztami postępowania jako stronę przegrywającą (w odniesieniu do całości roszczenia głównego) na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c., art. 99 k.p.c., i art. 100 zd. I k.p.c. i § 6 pkt 7 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. 2002, Nr 163 poz. 1349), zasądzając na rzecz powódki kwotę 21356 zł. Powódka wygrała proces w 87,79 % - wartość przedmiotu sporu określiła na 343.498, a Sąd zasądził z roszczenia głównego 301.553,70 zł. W takim też procencie rozdzielono koszty między strony.

/-/ SSO Katarzyna Krzymkowska