

**Sygn. akt IA Ca 513/12**

## WYROK

### W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

***Dnia 13 listopada 2012 r.***

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący: SSA Przemysław Kurzawa

Sędziowie: SA Hanna Muras

SO (del.) Joanna Zaporowska (spr.)

Protokolant: sekr. sąd. Monika Likos

po rozpoznaniu w dniu 13 listopada 2012 r. w Warszawie

na rozprawie sprawy z powództwa (...) sp. z o.o. w R.

przeciwko (...) sp. z o.o. w W.

o zapłatę

na skutek apelacji powoda

od wyroku Sądu Okręgowego Warszawa-Praga w Warszawie

z dnia 2 lutego 2012 r., sygn. akt X GC 134/10

**1. oddala apelację;**

**2. zasądza od (...) sp. z o.o. w R. na rzecz (...) sp. z o.o. w W. kwotę 1800 (jeden tysiąc osiemset) złotych tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym.**

Sygn. akt IA Ca 513/12

## UZASADNIENIE

Powód (...) Spółka z o.o. w R. domagała się zasądzenia od pozwanej (...) Spółki z o.o. w W. kwoty 19 520 zł z ustawowymi odsetkami za zwłokę od dnia 12 stycznia 2006 r. do dnia zapłaty oraz kosztów procesu. W uzasadnieniu żądania wskazano, że strony łączyła umowa o premiach i współpracy wraz z warunkami handlowymi sprzedaży i na tej podstawie pozwany wykonywał usługi marketingowe dla powoda. Ze względu na to, że pozwany pobierał bezprawnie należności za te usługi powód żądał ich zwrotu, wskazując jako podstawę prawną art. 410 § 1 i 2 k.c., 58 k.c. oraz art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

W dniu 30 grudnia 2008 r. referendarz sądowy w Sądzie Rejonowym dla Warszawy – Pragi Północ w Warszawie wydał nakaz zapłaty w postępowaniu upominawczym, zgodny z żądaniem pozwu.

W sprzeciwie od nakazu pozwana Spółka wniosła o oddalenie powództwa z zasądzeniem kosztów, przecząc by dochodzona kwota była nienależna.

Sąd Rejonowy uznał się niewłaściwym i 31 marca 2010 r. przekazał sprawę do rozpoznania Sądowi Okręgowemu.

Wyrokiem z dnia 2 lutego 2012 r. Sąd Okręgowy oddalił powództwo i zasądził od powodowej Spółki na rzecz strony pozwanej 2 400 zł tytułem zwrotu kosztów procesu. Oparł się na następujących ustaleniach: powodowa Spółka i poprzednik prawny strony pozwanej ( (...) Spółka z o.o.) pozostawali w stosunkach handlowych. Powód dostarczał i zbywał na rzecz Spółki (...) produkty (makarony). W umowie zawartej przez strony przewidziano świadczenie przez (...) na rzecz (...) usług marketingowych, a także promocje, animacje i degustacje.

W 2003 r. i latach następnych strony podpisywały umowy promocyjne, których przedmiotem było organizowanie przez (...) świadczenia usług promocyjnych w sklepach sieci (m. in. moduły w gazetce reklamowej). W 2003 r. strony ustaliły, że cena za jeden moduł będzie wynosiła 20 000 plus VAT.

W umowie zawartej w 2004 r., którą przedłużono na 2005 r., strony przewidziały, że (...) będzie przygotowywał i publikował indywidualne moduły promujące znak towarowy, nazwę lub logo powoda w gazetce promocyjnej, w okresach zgodnych ze specyfikacją. Ustalono, że cena modułu w gazetce promocyjnej będzie wynosiła: za gazetkę sieci A. – 22 500 plus VAT za jeden moduł, za gazetkę sieci H.- 20 000 zł plus VAT za jeden moduł. Ustalono też, że cena ta może ulec zmianie na podstawie wspólnej wyceny stron.

(...) wykonywał na rzecz powodowej Spółki usługi promocyjne, w grudniu 2005 r. ukazała się gazetka promocyjna z produktami powoda. Sprzedaż w promocji objęła okres od 14 do 24 grudnia 2005 r. W gazecie ukazało się zdjęcie produktów powodowej Spółki, uzgodnione z jej pracownikiem. Dnia 28 grudnia 2005 r. (...) wystawiła powodowi fakturę VAT nr (...). Wskazano w niej, że obejmuje „usługi promocyjne w gazetkach”, a jako datę sprzedaży podano 14 – 24 grudnia 2005 r., zaś jako datę płatności 11 stycznia 2006 r. Pracownik powoda sprawdził fakturę pod względem merytorycznym. Stwierdzono, że opłata jest zgodna z porozumieniem za moduł w gazetce reklamowej.

Powód uregulował należność z tej faktury w całości, w formie kompensaty wzajemnych należności. W dniu 2 stycznia 2006 r. strony podpisały umowy na kolejny okres współpracy, zaś w dniu 2 lipca 2007 r. powód skierował do (...) wypowiedzenie umowy z dnia 2 stycznia 2006 r. Następnie wezwał pozwaną Spółkę, za pośrednictwem (...) S.A. o zwrot należności, stanowiących inne niż marża handlowa, potrącone kwoty.

Sąd Okręgowy ustalił też, że (...) Spółka z o.o. jest następcą prawnym (...) Spółki z o.o. oraz (...) Spółki z o.o”.

Stan faktyczny został ustalony na podstawie dokumentów i zeznań świadka B. M., ocenionych jako wiarygodne.

Sąd Okręgowy, mając na uwadze dokonane ustalenia, uznał że powództwo nie zasługuje na uwzględnienie. Powód twierdził, że uiszczenie kwoty 19 520 zł na podstawie faktury nr (...), stanowiło świadczenie nienależne, a zarazem czyn nieuczciwej konkurencji określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Pozwana Spółka zaprzeczyła, wskazując że strony wynegocjowały umowę i jej poprzednik prawny zgodnie z tą umową wykonywał na rzecz powoda określone usługi. W opinii Sądu Okręgowego potwierdzenie świadczenia usługi wynika z treści pozwu, adnotacji na fakturze. Powód, pomimo że na nim spoczywał ciężar dowodowy, nie zdołał udowodnić, że świadczenie miało charakter nienależny. Postępowanie dowodowe wykazało, że Spółka (...) faktycznie w końcu grudnia 2005 świadczyła usługi objęte umową stron. W gazetce reklamowej ukazał się moduł reklamujący produkty powoda, o czym świadczą zeznania świadka B. M. oraz zapiski pracowników powoda na fakturze. Prowadząc promocję poprzednik prawny pozwanej Spółki eksponował firmę powoda i zakres jego działalności gospodarczej.

Powód nie wykazał, aby płatność za te usługi była warunkiem dopuszczenia towarów powoda do sprzedaży w sieci sklepów Spółki (...).

Sąd Okręgowy uznał też za nieuzasadniony zarzut nieważności umowy łączącej strony (art. 58 k.c.). Strony, w ramach swobody umów, prowadziły współpracę. Powód dostarczał towary za które otrzymywał zapłatę, dodatkowe usługi reklamowe były przez Spółkę (...) faktycznie wykonywane. Czynności te nie były sprzeczne ani z prawem, ani zasadami

współzycia społecznego (art. 353<sup>1</sup> k.c.). Świadczenie powoda nie było też nienależne, jak również nie stanowiło czynu nieuczciwej konkurencji.

Mając to wszystko na uwadze Sąd Okręgowy oddalił powództwo, rozstrzygając o kosztach w oparciu o art. 98 k.p.c.

Apelację od tego wyroku złożył powód, zarzucając:

1. naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. przez przekroczenie zasady swobodnej oceny dowodów i brak oceny dominującej pozycji pozwanego polegającej na uznaniu, że powód otrzymywał świadczenie wzajemne w postaci określonych usług w sytuacji, gdy materiał dowodowy wskazywał, że warunkiem nawiązania współpracy między stronami była akceptacja przez powoda przedłożonych przez Spółkę (...) warunków współpracy, w których zostało zastrzeżone na rzecz pozwanego prawo pobierania opłat, w tym usługi promocyjne w gazetkach i pobieranie tych opłat należało uznać za pobieranie innych niż marża opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;

2. obrazę prawa materialnego, a to art. 353<sup>1</sup> k.c. w zw. z przepisami art. 3, art. 15 ust. 1 pkt 4, art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r.

o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. Nr 153 poz. 1503 ze zm.).

W konkluzji apelujący wnosił o zmianę zaskarżonego wyroku i zasądzenie na jego rzecz kwoty 19 520 zł z odsetkami ustawowymi od dnia 12 stycznia 2006 r. i kosztami procesu.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje: apelacja nie zasługuje na uwzględnienie.

Podstawą prawną roszczenia powodowej Spółki były przepisy ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz. U.

z 2003 r. Nr 153 poz.1503 ze zm.), a to art. 15 ust. 1 pkt 4), który stanowi, że czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w szczególności przez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży ( który w zw. z art. 18 ust. daje podstawę do dochodzenia wskazanych tam żądań). Na tle tych przepisów wykształciło się bogate orzecznictwo Sądu Najwyższego i sądów powszechnych. I tak np. Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 12 czerwca 2008 r. III CSK 23/08 (LEX 449921) uznał, że przewidziany w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji delikt pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży może przybrać postać zawieranych obok umowy sprzedaży tego towaru do dużej sieci handlowej, tzw. porozumień marketingowo – promocyjnych. Z kolei Sąd Apelacyjny w Lublinie w wyroku z dnia 25 stycznia 2012 r.

IA Ca 639/11(LEX 1110272) wskazał, że umowy dodatkowe przybierają zwykle postać tzw. umów marketingowych, na podstawie których dostawca zobowiązany jest do zapłaty należności z tytułu rabatu „od obrotu”, opłat „na otwarcie” sklepu, kosztów wydawania gazetek promocyjnych itp.

Utrwalone orzecznictwo dotyczące wskazanych wyżej przepisów ustawy

o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, wbrew wywodom apelującego, nie zwalniały go, jako powoda w niniejszej sprawie, od obowiązków dowodzenia swych twierdzeń. Powodowa Spółka winna więc między innymi udowodnić, że pobrana od niej sporna opłata nie miała odzwierciedlenia w świadczonych na jej rzecz usługach. Na tę okoliczność nie przedstawiła jednak żadnych dowodów. Natomiast strona pozwana wniosła o przesłuchanie w charakterze świadka B. M.. W obszernych i szczegółowych zeznaniach, których prawdziwości powód nie zakwestionował, a Sąd pierwszej instancji dał im wiarę, B. M. wyjaśniła, jak wyglądała współpraca handlowa z powodową Spółką, na czym polegały usługi marketingowe, w szczególności zamieszczenie modułu ze zdjęciem produktów powoda w grudniu 2005 r. Szczegóły promocji były ustalane z dostawcą, który musiał być przygotowany na to, że podczas promocji wielokrotnie wzrastała sprzedaż. Usługa promocyjna w postaci publikacji modułu z promocją produktów powoda została wykonana, potwierdzona przez powoda

i nie było co do tego żadnych kontrowersji. Pozwany udowodnił więc, że usługa została wykonana zgodnie z wolą stron, zaś powód nie przedstawił dowodów na to, że było inaczej. Z zeznań świadka wynika nadto, że powód odniósł wymierną korzyść z promocji w postaci zwiększenia zapotrzebowania na jego produkty (nawet kilkukrotnego).

Kolejną przesłanką niezbędną do uwzględnienia roszczenia, było wykazanie przez powoda, że akceptacja przez niego warunków współpracy, w których zostało zastrzeżone na rzecz poprzednika prawnego pozwanego pobieranie opłat za usługi promocyjne, było warunkiem nawiązania z nim współpracy i przyjęcia towarów powoda do sprzedaży w sieci Spółki (...). Wbrew twierdzeniom zawartym w apelacji okoliczność ta również wymaga udowodnienia i nie można poprzestać tu na samym twierdzeniu. Materiał dowodowy wskazuje, że pozwany współpracował z pozwanym i jego poprzednikami prawnymi przez wiele lat. Gdyby zatem w wyniku umowy promocyjnej doszło do niedozwolonych praktyk

z punktu widzenia przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, na powodzie spoczywał ciężar udowodnienia, że zasady tej współpracy zostały mu w tym przypadku narzucone. Powód nie sprostał temu zadaniu, choć na nim spoczywał ciężar dowodu (art. 6 k.c.).

W apelacji znalazł się również zarzut braku oceny przez Sąd pierwszej instancji dominującej pozycji pozwanego. Wskazać zatem należy, że pojęcie pozycji dominującej związane jest przede wszystkim z przepisami ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), przez które to pojęcie rozumie się tam pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku właściwym przekracza 40%. Jest to jednak definicja utworzona na potrzeby stosowania ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, której przepisy nie były podstawą roszczenia powoda, nadto nie zaprezentował on w toku procesu żadnych twierdzeń odnośnie pozycji strony powodowej na rynku, a tym bardziej nie przedstawił dowodów w tym zakresie.

Reasumując należy zatem stwierdzić, że materiał dowodowy został przez Sąd Okręgowy oceniony prawidłowo i bez przekroczenia zasady swobodnej oceny dowodów, wyrażonej w art. 233 § 1 k.p.c., co czyni zarzut apelacji naruszenia tego przepisu chybionym.

Apelujący nie wskazuje na czym miałyby polegać błędna wykładnia

i niewłaściwe zastosowanie art. 353<sup>1</sup> k.c. w zw. z art. 3, 15 ust. 1 pkt 4 i art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Jak wynika z tego, co powiedziano wyżej, podstawa prawna żądania nie była w zasadzie przedmiotem kontrowersji między stronami, spór dotyczył raczej oceny materiału dowodowego.

Skoro ocena ta była prawidłowa, a do ustalonego w oparciu o nią stanu faktycznego Sąd pierwszej instancji zastosował właściwe przepisy prawa materialnego, brak też podstaw, które Sąd Odwoławczy winien wziąć pod uwagę z urzędu, apelacja jako niezasadniona podlegała oddaleniu (art. 385 k.p.c.).

Podstawą rozstrzygnięcia o kosztach postępowania apelacyjnego były przepisy art. 98 i 108 § 1 k.p.c. oraz § 6 i § 12 ust. 2 pkt 2) rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu (Dz. U. Nr 163, poz. 1349 ze zm.).