

Sygn. akt I ACa 1113/13

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 7 lutego 2014 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący: SSA Edyta Mroczek

Sędziowie: SA Zbigniew Stefan Cendrowski (spr.)

SA Jerzy Paszkowski

Protokolant: st. sekr. sąd. Monika Likos

po rozpoznaniu w dniu 7 lutego 2014 r. w Warszawie

na rozprawie sprawy z powództwa (...) Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W.

przeciwko (...) - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i Spółka Spółce Komandytowej w W.

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 20 maja 2013 r. sygn. akt XVI GC 347/11

- 1. zmienia zaskarżony wyrok w części w punkcie 1 w ten sposób, że oddala powództwo co do dalszej kwoty 7.517,60 zł (siedem tysięcy pięćset siedemnaście złotych sześćdziesiąt groszy) wraz z ustawowymi odsetkami od 9 grudnia 2008 r., do dnia zapłaty;*
- 2. uchyla zaskarżony wyrok w punkcie 1 w części rozstrzygającej o żądaniu związanym z premią pieniężną w wysokości 40.573 zł (czterdzieści tysięcy pięćset siedemdziesiąt trzy złotych) z ustawowymi odsetkami od 9 grudnia 2008 r. do dnia zapłaty, oraz w punkcie 3 rozstrzygającej o kosztach i w tym zakresie przekazuje sprawę do ponownego rozpoznania Sądowi Okręgowemu w Warszawie, pozostawiając temu Sądowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania apelacyjnego.*

UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 21 kwietnia 2011 r. powódka (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. wniosła o zasądzenie od pozwanej (...) - spółki z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka" spółki komandytowej z siedzibą w W. kwoty 84.805,86 zł wraz z ustawowymi odsetkami od kwot i dat wskazanych w pozwie wraz z kosztami procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego oraz kosztami wywołanymi próbą ugodową.

Pozwana w odpowiedzi na pozew dniu 10 sierpnia 2011 r. wniosła o oddalenie powództwa w całości i zasądzenie od powódki na rzecz pozwanej kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Wyrokiem z dnia 20 maja 2013 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zasądził od „(...) - spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. kwotę 84.805,86 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 9 grudnia

2008 r. do dnia zapłaty i oddalił powództwo w pozostałej części, a ponadto zasądził od (...) - spółka z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. kwotę 11.498,00 zł tytułem zwrotu kosztów procesu i kosztów wywołanych próbą ugodową.

Sąd Okręgowy ustalił następujący stan faktyczny.

(...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. zawarła z (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. w dniu 1 stycznia 2006 r. „Umowę określającą warunki współpracy handlowej”, na mocy której powódka zobowiązała się dostarczać pozwanej towary bezpośrednio do magazynów sieci hipermarketów (...) albo do Centrum (...) w S., zaś spółka (...) do odebrania towarów na warunkach określonych w umowie oraz zapłaty ceny w wysokości uzgodnionej w tej umowie (§ 1 ust. 2 umowy). Nadto, spółka (...) zobowiązała się wobec powódki do przeprowadzenia kompleksowej usługi - akcji promocyjno - marketingowej, pozostającej w zgodzie z polityką marketingową tejże Spółki, mającej na celu zwiększenie atrakcyjności i sprzedaży towarów powódki oraz rozpoznawania marki, którą się posługuje. Koszt tej usługi marketingowej został ustalony na poziomie 9% od obrotu (§ 4 umowy).

W dniu 14 lipca 2006 r. (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. zawarła z pozwaną, działającą w ramach (...) Sp. z o.o. i Spółka Spółka komandytowa z siedzibą w W., przedwstępną umowę sprzedaży zorganizowanej części przedsiębiorstwa Spółki (...) Sp. z o.o. Pismami z dnia 19 października 2006 r. (...) Sp. z o.o. i Spółka Komandytowa zawiadomił o tym fakcie powódkę oraz poinformował, że z dniem 01 listopada 2006 r. wszystkie dotychczasowe (...) z o.o. zostaną przejęte przez pozwaną Spółkę, zaś wszystkie istotne warunki umowy mają być - na mocy umowy sprzedaży przedsiębiorstwa - przeniesione na pozwaną.

Z kolei pismem z dnia 23 października 2006 r. (...) Sp. z o.o. przedstawił informacje dotyczącą wzajemnych rozliczeń w związku ze sprzedażą przedsiębiorstwa spółki (...). z o.o. spółce (...) Sp. z o.o. i spółka Spółce Komandytowej. Wskazano, że w związku ze sprzedażą części przedsiębiorstwa spółki (...) spółce (...), która nastąpi w dniu 31 października 2006 r., za wszelkie towary i usługi dostarczone do dnia 31 października 2006 r. płaci spółka (...), a zatem faktury mają być wystawione na tą spółkę. Za wszelkie towary i usługi, których dostawa nastąpi w dniu 1 listopada 2006 r. i w dniach następnych płaci spółka (...) i faktury powinny być wystawione na spółkę (...). Płatności za wszelkie usługi świadczone przez spółkę (...) do dnia 31 października 2006 r. będą dokonywane spółce (...) na podstawie faktur wystawionych przez spółkę (...). Płatności za wszelkie usługi świadczone przez spółkę (...) od dnia 1 listopada 2006 r. będą dokonywane spółce (...) na podstawie faktur wystawionych przez spółkę (...).

Ww. umowa z dnia 01 stycznia 2006 r. opierała się na zredagowanym przez (...) Sp. z o.o. wzorcu, zaś pozwana od chwili przejścia zobowiązań i uprawnień z niej wynikających nie zaproponowała powódce żadnych zmian. Nie było również możliwości uzgodnienia innych zasad na okres do końca roku 2006. Na początku 2007 r. pozwana przedstawiła powódce propozycję współpracy na rok 2007, na tych samych zasadach, tyle że z wyższymi stawkami wynagrodzeń za świadczone usługi, dalszymi obciążeniami i wyższymi kosztami, które powódka zobowiązana byłaby ponosić, a nadto przedstawiła powódce propozycję świadczenia usługi transportowej. Powódka nie miała możliwości negocjacji przedstawionych warunków. Umowa na rok 2007 została podpisana przez powódkę z uwagi na to, że w świetle podpisanych umów pozwana miała odebrać zalegający towar, a powódka chciała ten towar sprzedać. W okresie współpracy z pozwaną ceny towarów dostarczanych przez powódkę musiały zostać jeszcze obniżone w stosunku do cen proponowanych(...). z o.o. Przy okazji przedłużania współpracy tłumaczono powodowej spółce, że nie ma ona obowiązku dostarczania do pozwanej, że na miejsce powódki jest wielu innych chętnych potencjalnych dostawców. Usługi oferowane przez pozwaną nie były wykorzystywane przez powódkę oraz nie były w ogóle w jego rozumieniu uznawane za świadczenie usług za które trzeba dodatkowo płacić.

W okresie od 1 listopada 2006 r. do 31 grudnia 2006 r. pozwana wystawiła powódkę faktury VAT na łączną kwotę 84 805,86 zł z tytułu świadczenia usług tj.: usługa marketingowa w ramach programu lojalnościowego, kompleksowa usługa marketingowa, premia pieniężna, usługa (...), usługa reklamowa, premia pieniężna okresowa, zaś powódka wystawiła pozwanemu faktury VAT z tytułu sprzedaży towarów. Faktury wystawione przez pozwanego zostały uregulowane poprzez potrącenie ze świadczeń należnych powódce z tytułu sprzedaży towarów.

Pozwana w roku 2006, ani poprzednio (...) Sp. z o.o. nie spełniła na rzecz powódki żadnych usług reklamowych, czy marketingowych, które miałyby służyć promowaniu firmy powódki. Podobnie jak w trakcie współpracy z (...) Sp. z o.o. ani logo ani marka powodowej spółki nie były przez pozwaną w żaden sposób eksponowane. W gazetkach promocyjno - reklamowych wydawanych przez pozwaną Spółkę nie było nawet informacji, że to powódka jest dostawcą danych artykułów, jedynie raz zostało ustalone umieszczenie jednego produktu powódki w gazetce reklamowej, więcej nie otrzymała żadnych informacji. Weryfikacja świadczenia usługi promocyjno - reklamowej była niemożliwa dla powódki z uwagi na rozproszenie sklepów pozwanej na dużym obszarze kraju.

Pismem z dnia 1 grudnia 2008 r. powódka wezwała pozwaną do zapłaty kwoty 101.881,68 zł, wyznaczając pozwanej termin zapłaty na dzień 8 grudnia 2008 r.

Na podstawie powyższego stanu faktycznego Sąd Okręgowy dokonał następujących ustaleń.

Na wstępie Sąd przywołał treść art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wskazując, że celem tego przepisu jest wyeliminowanie sytuacji, w której zawarcie umowy sprzedaży zależy od dodatkowego świadczenia pieniężnego po stronie sprzedawcy. Nie oznacza to, że pomiędzy sprzedawcą a kupującym niedopuszczalne jest nawiązywanie relacji umownych, w których po stronie sprzedawcy istnieje obowiązek świadczenia pieniężnego, jednakże pod warunkiem, że ekwiwalentem tego świadczenia jest świadczenie kupującego, inne niż sprzedaż towaru zakupionego od sprzedawcy. Ciężar udowodnienia okoliczności, które miałyby wyłączyć kwalifikację określonego świadczenia jako świadczenia niedopuszczalnego w świetle omawianej regulacji, spoczywa na przedsiębiorcy, który twierdzi, że omawiane unormowanie nie ma zastosowania.

Sąd zauważył, że w każdym przypadku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Z powołanego wyżej przepisu wynika bowiem, że nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnienie dostępu do rynku, sam ustawodawca zakwalifikował takie działanie, jako utrudniające dostęp do rynku. Bez znaczenia jest czy sprzedawca mógł zbyć te towary innym kupującemu, oraz czy zbycie towarów przedsiębiorcy pobierającemu takie opłaty jest mniej czy bardziej opłacalne ekonomicznie dla sprzedającego, niż zbycie innemu przedsiębiorcy. Nie jest dopuszczalne pobieranie opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze standardową sprzedażą towarów ostatecznemu odbiorcy. Po dokonaniu sprzedaży kupujący nie spełnia już żadnych świadczeń na rzecz pierwotnego sprzedawcy. Ogół podejmowanych wówczas przez niego działań promocyjno - marketingowych dotyczących odsprzedawanych towarów, służy korzystnemu zbyciu ich przez kupującego finalnemu odbiorcy. Przy kwalifikowaniu dodatkowych opłat stosowanych przez sklepy wielkopowierzchniowe w oparciu o regulację przedmiotowego deliktu należy wziąć pod uwagę dwa elementy: utrudnienie przedsiębiorcy dostępu do rynku i nieuczciwy charakter takiego utrudnienia. O utrudnianiu dostępu do rynku świadczyć może m. in. praktyka 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 sprzedawcy wielu postaci rabatów (w ramach dostawy tego samego towaru do sieci), tworzenia niejasnych z punktu widzenia umowy głównej (sprzedaży/dostawy) tzw. budżetów promocyjnych o charakterze tzw. kredytu handlowego, czy zawieranie umów o promocję towaru renomowanego. Natomiast element nieuczciwości w działaniu kupującego pojawia się m. in. wówczas, gdy opłaty marketingowe ponoszone przez dostawcę do sieci są niewspółmiernie większym obciążeniem finansowym dla dostawcy niż koszty stworzenia przez niego samodzielnej akcji marketingowej, tj. bez powiązania jej z umową główną (sprzedaży/dostawy do sieci).

Odnosząc się już bezpośrednio do przedmiotowej sprawy Sąd Okręgowy w pierwszej kolejności uznał zarzut przedawnienia podnoszony przez pozwaną za nieuzasadniony, zgodnie bowiem z art. 20 u.z.n.k. roszczenia te ulegają przedawnieniu z upływem lat trzech, a powódka wystąpił z roszczeniami wymaganymi na dzień 8 grudnia 2008 r., a pozew wpłynął do Sądu w dniu 21 kwietnia 2011 r., więc przed upływem lat trzech.

Sąd wskazał, że w przedmiotowej sprawie miało miejsce kilka dodatkowych świadczeń dostawcy na rzecz odbiorcy, które towarzyszyły zawartej umowie o współpracy handlowej, tj.: usługa marketingowa w ramach programu lojalnościowego, kompleksowa usługa marketingowa, premia pieniężna, usługa logistyczna -(...) usługa reklamowa, premia pieniężna okresowa. Powódka, pomimo chęci negocjacji, w rzeczywistości nie miała realnych możliwości negocjowania usług dodatkowych. Nie mogła również z nich zrezygnować, pod rygorem zerwania z nią współpracy.

Sąd uznał, że wszystkie wyżej wymienione usługi uznać należy za narzucone, bowiem powódka została obciążona wynagrodzeniem za nie bez spełnienia przez(...) a następnie pozwaną świadczenia wzajemnego. Pozwana nie przedstawiła żadnych dowodów wykonania na rzecz powódki jakichkolwiek usług marketingowych. Nie zostały zaprezentowane ani dowody z dokumentów, ani z osobowych źródeł dowodowych. Jedynie świadek B. K. zeznała na okoliczność nieumieszczenia w gazetkach informacji na temat dostawców, umieszczania logo i nazwy ale tylko markowych przedmiotów. Nic poza tym nie wiedziała o korzystaniu przez powódkę z innych usług. Wobec powyższego Sąd nie znalazł w działaniu polegającym na zaprezentowaniu towaru w ofercie handlowej pozwanej, pozbawionym informacji o pochodzeniu produktu od powódki, znamion usługi zdefiniowanej w umowie jako kompleksowa usługa - marketingowa i reklamowa, mająca na celu zwiększenie atrakcyjności i sprzedaży towarów powódki oraz rozpoznawania marki, którą dostawca się posługuje. Takie działanie miało na celu przyniesienie korzyści samej pozwanej, poprzez prezentacje klientom własnej oferty, towarów będących już własnością pozwanej, w ten sposób zwiększając szanse na wyższe przychody z ich sprzedaży.

W ocenie Sądu Okręgowego powódka wykazała, iż pozwana pobrała opisywane kwoty poprzez pomniejszenie należności powódki z tytułu sprzedaży. W odniesieniu do pobrania należności przez pozwaną, powódka przedstawiła dokumenty rozliczeniowe (faktury), które zostały danym przelewem rozliczone oraz wyciągi ze swojego rachunku bankowego. Wbrew twierdzeniom pozwanej o kwestionowaniu dokumentów przedstawionych przez powódkę jako nieposiadających waloru dokumentów urzędowych ani prywatnych. Sąd uznał, że dokumenty te mogą stanowić dowód w sprawie, oceniony przez Sąd zgodnie z regułami zawartymi w treści przepisu art. 233 k.p.c.

Wobec powyższego Sąd wskazał, że twierdzenie powódki o pobraniu przedmiotowych opłat z jego należności z tytułu sprzedanych towarów zostało udowodnione. Wolą pozwanej było zatrzymanie (nie wypłacenie) części należności powódki wynikających ze wskazanych faktur. Pobranie tych kwot z ceny sprzedanego towaru oznacza, że pozwana uzyskała towar o wartości wyższej niż dokonana zapłata. Jest to korzyść o której mowa w art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. Pozwana uzyskała zatem korzyść majątkową, kosztem powódki, która nie otrzymała zapłaty ceny za sprzedany towar w pełnej wysokości. Korzyść ta została uzyskana bez podstawy prawnej, ponieważ nastąpiło to wskutek popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Ponadto pozwana nie przedstawiła żadnego dowodu świadczącego o faktycznym wykonywaniu przedmiotowych usług. Sąd doszedł do przekonania, że pozwana nie udowodniła ani tego, że te usługi świadczyła, ani tego, że wynagrodzenie za nie pobrane stanowiło ekwiwalent dla wartości tychże usług. W tej sytuacji brak jest podstaw do ustalenia, że w zamian za poniesione opłaty powódka otrzymywała od pozwanej ekwiwalentne świadczenie, inne niż sprzedaż towaru.

Na marginesie należy zauważyć, że niezasadny był również zarzut pozwanej odnośnie niekwestionowania przez powódkę faktur VAT wystawionych przez pozwaną, które zostały następnie rozliczone przez powódkę zarówno w zakresie podatku od towarów i usług (podatku VAT), jak i w zakresie podatku dochodowego. Przede wszystkim podkreślić należy, że pozwana nie wykonała żadnych usług na rzecz powódki. W takiej sytuacji wystawienie przez pozwaną faktur z tytułu niedozwolonych opłat stanowiło jedynie narzędzie, dzięki któremu pozwana dokonała potrącenia tych opłat z wierzytelnościami powódki z tytułu sprzedaży. Jednocześnie wystawienie faktur VAT wywołało określone skutki podatkowe dla powódki. Powódka była zobowiązana, zgodnie z przepisami ustawy o VAT, odliczyć naliczony na podstawie spornych faktur podatek VAT. Nie stanowi to natomiast potwierdzenia wykonania przez pozwaną spółkę usług, a wywiązanie się z obowiązków wobec Skarbu Państwa.

W konsekwencji powyższe Sąd uznał wskazane wyżej opłaty za usługi marketingowe zakwalifikowane na podstawie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. i rozstrzygnięcie oparł na podstawie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k.

Natomiast odnośnie odsetek orzeczono na podstawie art. 481 § 1 i 2 k.c.

Powództwo zostało oddalone w zakresie żądania zasądzenia odsetek ustawowych za okres od : kwoty 28 000,28 zł od dnia 15 grudnia 2006r, kwoty 1 384,92 zł od dnia 28 grudnia 2006r. do dnia zapłaty, kwoty 7 621,79 zł od dnia 10 lutego 2007r. do dnia zapłaty, 3 546,50 zł od dnia 27 marca 2007r. do dnia zapłaty, kwoty 984,34 zł od dnia 12 kwietnia 2007r. do dnia zapłaty, kwoty 8 639,96 zł od dnia 25 kwietnia 2007r. do dnia zapłaty, kwoty 13 861,16 zł od dnia 23 maja 2007r. do dnia zapłaty, kwoty 4 337,77 zł od dnia 20 czerwca 2007r. do dnia zapłaty, kwoty 4 260,31 zł od dnia 18 lipca 2007r. do dnia zapłaty, kwoty 10 851,20 zł od dnia 6 września 2007r. do dnia zapłaty, kwoty 1 317,63 zł od dnia 19 września 2007r. do dnia zapłaty. Powołując się na art. 481 § 1 k.c. Sąd wskazał, że w ww. zakresie żądanie odsetek ustawowych przez powoda nie znajduje uzasadnienia prawnego. Żądanie powoda miało podstawę w przepisach o bezpodstawnym wzbogaceniu, zgodnie z brzmieniem art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. Roszczenie takie jest bezterminowe i dopiero wezwanie wierzyciela skierowane do dłużnika (art. 455 k.c.) przekształca go w terminowe. Zatem odsetek za opóźnienie na podstawie art. 481 k.c. wierzyciel może żądać dopiero od dnia, w którym dłużnik po jego wezwaniu winien dług uiścić. Realizacja roszczenia opartego na w/w przepisie następuje - zgodnie z jego brzmieniem - na zasadach ogólnych, co oznacza, że zastosowanie mają kodeksowe przepisy regulujące instytucję bezpodstawnego wzbogacenia (art. 405 k.c.). Jeżeli przedmiotem wzbogacenia jest suma pieniężna, zwrotowi podlega kwota nominalna (art. 405 w zw. z art. 406 k.c.), chyba że wierzyciel zażąda zastosowania art. 358' § 3 k.c. i istnieć będą przesłanki do zastosowania tego przepisu. Uzyskana zatem przez wzbogaconego kwota pieniężna stanowi przedmiot podlegającego zwrotowi wzbogacenia. Jeżeli wzbogacony pozostaje w opóźnieniu w jej zwrocie, powodowi należą się odsetki za opóźnienie (art. 481 k.c.) od daty ustalonej według art. 455 k.c. Dlatego też Sąd uznał, że odsetki ustawowe od zasądzonej kwoty podlegały uwzględnieniu od dnia 9 grudnia 2008r. r., stosownie do treści wezwania do zapłaty wystosowanego przez powódkę, określającego termin zapłaty na dzień 8 grudnia 2009 r.

O kosztach procesu rozstrzygnięto na podstawie art. 100 k.p.c.

Apelację od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 20 maja 2013 r. wniosła pozwana zaskarżając powyższe orzeczenie w części w punkcie pierwszym i drugim. Zaskarżonemu wyrokowi zarzuciła:

1. naruszenie przepisów postępowania, art. 233 § 1 k.p.c. poprzez dowolną a nie swobodną ocenę zebranego w sprawie materiału dowodowego, przejawiającą się w arbitralnym wyprowadzeniu wniosku, że premie pieniężne oraz wynagrodzenie za usługi świadczone przez pozwaną na rzecz powódki mają charakter innej niż marża opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży, co stoi w sprzeczności z zebraniem w sprawie materiałem dowodowym, w szczególności z zeznaniami świadków, jak też dowodami z dokumentów;

2. naruszenie przepisów prawa materialnego:

a. art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. poprzez błędne zastosowanie i przyjęcie, że premie pieniężne oraz wynagrodzenie za usługi świadczone przez pozwanego na rzecz powoda stanowią czyn nieuczciwej konkurencji stypizowany w tym przepisie, tj. utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat z tytułu przyjęcia towaru do sprzedaży;

b. art. 498 k.c. poprzez jego błędną wykładnię i w konsekwencji niewłaściwe zastosowanie w niniejszej sprawie, a także przepisu art. 505 pkt 3 k.c. poprzez niezastosowanie w niniejszej sprawie i przyjęcie, iż wierzycielność nienależna (wynikająca z czynu niedozwolonego) może być przedmiotem skutecznego potracenia;

c. art. 6 k.c. w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. poprzez jego niewłaściwe zastosowanie i błędne przyjęcie, że ciężar udowodnienia braku przesłanki utrudniania dostępu do rynku, wynikającej z przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., jak

i innych przesłanek deliktu nieuczciwej konkurencji, spoczywa na pozwanym, nie zaś, że to na powódzie spoczywa obowiązek wykazania wszystkich przesłanek zarzucanego czynu.

Pozwana wniosła o zmianę wyroku w zaskarżonej części i orzeczenie co do istoty sprawy poprzez oddalenie powództwa również co do zaskarżonej części oraz o zasądzenie od powódki na rzecz pozwanej kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego za obie instancje według norm przepisanych, ewentualnie o uchylenie wyroku w zaskarżonej części i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania sądowi pierwszej instancji w tej części, z pozostawieniem temu Sądowi rozstrzygnięcia o kosztach instancji odwoławczej.

W odpowiedzi na apelację pozwanej powódka wniosła o jej oddalenie i zasądzenie kosztów procesu na rzecz powódki.

Sąd Apelacyjny ustalił i zważył, co następuje:

Apelacja jest częściowo uzasadniona - w zakresie, w jakim dotyczy należności wynikających z usług logistycznych i premii pieniężnej.

Nie są uzasadnione zarzuty apelacji odnoszące się do należności za szeroko pojęte usługi reklamowo-promocyjne.

Nieuzasadniony jest zarzut naruszenia przepisu art. 233 § 1 k.p.c., który skarżący wiąże z oceną treści zeznań świadka B. K..

Wskazać bowiem należy, że świadek ten znał okoliczności dotyczące kolejnej umowy na 2007 r. jedynie z relacji innych osób.

Treść zeznań tego świadka odnosi się do jej wiedzy o charakterze ogólnym, co wyraźnie wynika z tychże zeznań (k. 256 akt).

Jedynie z dokumentów świadek ten wie, że powód nie przedstawił żadnych wniosków. Okoliczności zawarcia umowy wyjaśnia jednak powód w swoich zeznaniach (k. 258-259 akt).

Ponadto należy wskazać, że to, czy negocjacje miały miejsce, czy też nie, samo w sobie nie przesądza o niedozwolonym charakterze należności.

Decydujące znaczenie ma to, czy usługi, określone w umowie, były rzeczywiście wykonywane, i czy miały dla drugiej strony realne znaczenie.

Kwestia negocjacji stanowi element pozwalający na bliższą ocenę tych okoliczności.

Sąd Okręgowy prawidłowo ustalił, że usługi promocyjno-reklamowe nie były wykonywane i nie miały dla powoda znaczenia. O wykonywaniu tych usług nie może świadczyć, jak zasadnie wskazał Sąd Okręgowy, jednorazowe zamieszczenie w gazetce reklamowej jednego oznaczonego produktu powódki.

Nie zmienia tej oceny treść zeznań B. K., która nie znała żadnych szczegółów dotyczących usług mających być wykonywanych na rzecz strony powodowej.

Jej wiedza, tak jak i w części dotyczącej zawierania umowy, miała charakter ogólny, nie odnosiła się do konkretnych dostawców i konkretnych działań.

Sąd Apelacyjny podziela w całości w tym zakresie ocenę dowodów dokonaną przez Sąd Okręgowy i poczynione na tej podstawie ustalenia faktyczne.

Nie są również uzasadnione zarzuty naruszenia prawa materialnego.

W świetle poczynionych ustaleń faktycznych – dotyczących usług promocyjno-reklamowych – istnieją uzasadnione podstawy do oceny, że strona pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 3 tej ustawy.

Przepis ten w taki sposób ingeruje w stosunku prawa pomiędzy producentem (dostawcą), a sprzedawcą (zamawiającym), że zabrania temu ostatniemu pobierania takich opłat, które związane są ze zwykłymi, typowymi czynnościami podejmowanymi w celu dalszej odsprzedaży zakupionych towarów.

Z przyczyn już omówionych – pozwany jako zamawiający nie spełnił na rzecz powoda ekwiwalentnych świadczeń związanych z usługami promocyjnymi.

Należy przy tym wykazać, że treść umowy wiążącej strony nie określa treści i charakteru tychże świadczeń (usług).

Co do tego, czy postępowanie pozwanego stanowiło w tym zakresie utrudnienie dostępu do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 u.z.n.k. – to Sąd Apelacyjny podziela w tym zakresie ocenę Sądu Okręgowego.

Pojęcie „dostępu do rynku” winno być rozumiane szeroko – jako swoboda wejścia na rynek, wyjścia z niego – a przede wszystkim jako możliwość oferowania na nim swoich towarów i usług.

Zagwarantowanie swobodnej i uczciwej konkurencji rynkowej jest jednym z istotnych celów ustawodawstwa gospodarczego, a jedną z metod pozwalających ten cel osiągnąć, jest tworzenie warunków zmierzających do zachowania równowagi pomiędzy podmiotami funkcjonującymi na rynku.

Przepis art. 15 ust. 1 u.z.n.k. został tak skonstruowany, że zachowania wymienione w punktach 1-5 stanowią przykładową egzemplifikację czynu niedozwolonej konkurencji, polegającego na utrudnieniu innym przedsiębiorcom dostęp do rynku (vide: wyrok Sądu Apelacyjnego w W. z 10 kwietnia 2013 r. – syn. akt I ACa 1173/12 i powołane tam orzecznictwo sądowe).

Przepis art. 15 ust. 1 u.z.n.k. stanowi o utrudnianiu dostępu do rynku, czyli o stwarzaniu przeszkód w prowadzeniu działalności gospodarczej.

Konieczność zaś ponoszenia dodatkowych kosztów w celu zagwarantowania sobie możliwości sprzedaży towarów – stanowi rodzaj bariery finansowej, która ogranicza dostawcy dostęp do rynku.

Nie jest uzasadniony zarzut naruszenia przepisu art. 498 k.c. oraz art. 505 pkt 3 k.c. z tego powodu, że Sąd Okręgowy nie stosował tych przepisów.

Sąd Okręgowy, odwołując się m.in. do uchwały Sądu Najwyższego z 19 sierpnia 2009 r. – III CZP 58/09 wskazał, że na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, strona może, niezależnie od innych roszczeń wynikających z umowy, dochodzić zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Co do zarzutu naruszenia przepisu art. 6 k.c. – to jest on jedynie o tyle uzasadniony, że rację ma skarżący, że przepis art. 15 ust. 1 u.z.n.k. nie zmienia zasady rozkładu ciężaru dowodu.

Strona wywodząca swoje roszczenie z czynu niedozwolonego ma obowiązek udowodnić, na ogólnych zasadach, że istnieją ustawowe przesłanki odpowiedzialności z czynu niedozwolonego.

Powyższe wiąże się z przebiegiem niniejszego procesu i czynnościami powoda.

Powód w pozwie w sposób ogólny powołał się na nienależne opłaty, ograniczając się w uzasadnieniu do odniesienia ich do usług o charakterze promocyjno-reklamowych.

Brak jest nie tylko dowodu, ale nawet i twierdzenia odnoszącego się do usług logistycznych.

W tym miejscu należy wskazać, że powód załączył do pozwu umowę z 1 stycznia 2006 r. (k. 84-94), umowę o współpracy handlową z 12 maja 2006 r. (k. 99-107), załącznik nr (...) (k. 108-118), załącznik nr (...) (k. 119-133) i załącznik(...) (k. 134-143), oraz porozumienie o warunkach handlowych z 5 grudnia 2006 r. (k. 144-146).

Nie przedstawił w żadnej formie załącznika (...) oraz załącznika (...) – określających warunki logistyczne i wynagrodzenie za usługi transportowo-magazynowe.

Z treści umowy z 1 stycznia 2006 r. (k. 84) wynika jedynie, że sprzedawca zobowiązuje się dostarczać towary bezpośrednio do magazynów sieci hipermarketów (...) albo do Centrum (...) w S., a (...) – do odebrania towarów na warunkach określonych w umowie.

Powód, mimo ciążącego na nim obowiązku, nie przedstawił takiej umowy. Nie przedstawił też w toku całego procesu ani dowodów ani nawet twierdzeń co do tego, w jaki sposób w tym zakresie umowa była wykonywana. Nie stwierdził w toku całego procesu, by strona pozwana nie wykonywała na jego rzecz usług transportowych.

Brak jest zatem podstaw do oceny, by opłaty pobierane przez stronę pozwaną za te usługi były opłatami nienależnymi.

Podobna uwaga dotyczy premii pieniężnej.

W toku całego procesu strona powodowa przedstawiła w tym zakresie jedynie stwierdzenie S. M. (k. 259), ograniczone do dwóch zdań, iż nie utożsamia on premii z pojęciem rabatu.

Sąd Okręgowy nie ustalił w tym zakresie rzeczywistej treści umowy, jak też nie poczynił żadnych ustaleń co do tego, w jaki sposób była ona wykonywana.

W uzasadnieniu wyroku nie odniósł się do tej kwestii w żaden sposób, co uzasadnia ocenę, że w tym zakresie nie orzekł o istocie sprawy.

Rozstrzygnięcie o żądaniu w tym zakresie wymagać będzie w pierwszej kolejności ustalenia treści umowy łączącej strony, jak też poczynienie ustaleń co do sposobu jej wykonywania.

Co do zasady bowiem premia pieniężna w stosunkach handlowych nie jest ze swojej definicji czynem niedozwolonej konkurencji, postanowieniem umownym utrudniającym dostęp do rynku czy też sprzecznym z dobrymi obyczajami.

Zależy to od okoliczności związanych z zawarciem umowy, treścią tej umowy i jej realizacją.

Sąd Okręgowy zatem w pierwszej kolejności ustali rzeczywistą treść umowy stron w tym zakresie ze szczególnym uwzględnieniem, czy i jakie obiektywne, podlegające weryfikacji kryteria odnoszące się do premii pieniężnej zostały ustalone przez strony w umowie, jaki mają charakter i w jaki sposób wpływają na ustalenie wysokości takiej premii pieniężnej.

Strona pozwana nie przedstawiła w apelacji zarzutu odnoszącego się do kwestii podatku od towarów i usług (VAT) oraz podatku dochodowego mających wpływ na wysokość żądania.

Sąd Apelacyjny zatem ogranicza się do pełnej akceptacji stanowiska Sądu Okręgowego w tym zakresie, dzieląc ocenę dokonaną w tym zakresie przez Sąd I instancji.

Z tych wszystkich względów orzeczono zgodnie z art. 385 k.p.c. oraz art. 386 § 4 k.p.c.