

Sygn. akt I ACa 988/14

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 9 stycznia 2015 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący: SSA Edyta Mroczek (spr.)

Sędziowie: SA Robert Obrębski

SO (del.) Małgorzata Sławińska

Protokolant: asystent sędziego Małgorzata Fiołna -Skotak

po rozpoznaniu w dniu 9 stycznia 2015 r. w Warszawie

na rozprawie sprawy z powództwa S. K.

przeciwko (...) S.A. w W.

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 1 kwietnia 2014 r., sygn. akt XVI GC 375/13

1. oddala apelację;

2. zasądza od (...) S.A. w W. na rzecz S. K. kwotę 5400 (pięć tysięcy czterysta) złotych tytułem zwrotu kosztów zastępstwa prawnego w postępowaniu apelacyjnym.

I A Ca 988/14

UZASADNIENIE

Powód S. K. wniósł o zasądzenie od pozwanego (...) Spółki Akcyjnej z siedzibą w W. kwoty 494 508,75 zł. wraz z ustawowymi odsetkami od kwot i dat szczegółowo wskazanych w pozwie. W uzasadnieniu podniósł, iż na podstawie łączących strony umów sprzedał pozwanemu towary w związku z czym zostały wystawione faktury VAT. Następnie pozwany na podstawie tych samych umów wystawił powodowi faktury i faktury korygujące obejmujące szeroko rozumiane usługi marketingowe promocyjne itp. oraz dokonywał potrąceń wynagrodzenia z wynagrodzeniem należnym powodowi z tytułu sprzedaży towarów. Zdaniem powoda zapłata za świadczenia objęte umową na podstawie spornych faktur pozwanego jest świadczeniem nienależnym, a pobieranie tych opłat jest sprzeczne z art. 3 w zw. z art. 15 w zw. z art. 18 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, i stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w postaci pobierania opłat za wejście na rynek – do sklepów pozwanego.

Nakazem zapłaty wydanym w postępowaniu upominawczym dnia 19 marca 2013 roku, orzeczono zgodnie z żądaniem pozwu. Nakaz został zaskarżony w całości przez pozwanego.

Wyrokiem z dnia 1 kwietnia 2014 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zasądził od (...) Spółki Akcyjnej z siedzibą w W. na rzecz S. K. kwotę 494.508,75 złotych wraz z ustawowymi odsetkami za okres od 17 stycznia 2013 r. do dnia zapłaty, a

w pozostałej części powództwo oddalił oraz zasądził od pozwanego na rzecz powoda kwotę 31.943,- zł. tytułem zwrotu kosztów postępowania.

Sąd ten ustalił, że powód prowadzi działalność gospodarczą w postaci sprzedaży zniczy. Od roku 2005 do roku 2013 strony pozostawały w stosunkach gospodarczych, w ramach współpracy zawarły trzy kolejne umowy tj. umowę z dnia 11 maja 2005 roku, umowę z dnia 13 grudnia 2006 roku nr (...) oraz umowę z dnia 12 grudnia 2008 roku nr (...) z okresem obowiązywania od dnia 01 stycznia 2009 roku. Każda zawarta umowa zastępowała poprzednią. Integralną częścią każdej z umów były załączniki, zaś wszelkie zmiany umów w okresie ich obowiązywania dokonywane były w formie aneksów.

W załączniku Nr(...) do umowy nr (...) zostały zawarte definicje między innymi następujących usług: „zarządzanie budżetem marketingowym”, „usługa (...)” oraz „usługa (...)”, które miały być świadczone przez pozwanego na rzecz powoda.

Usługa „zarządzanie budżetem marketingowym” polegała na zarządzaniu portfelem działań promocyjnych i reklamowych powoda poprzez dobór odpowiednich środków marketingowych w celu wspierania promocji i reklamy pozwanego a w szczególności poprzez udostępnianie powierzchni w placówkach handlowych do ekspozycji materiałów, przeprowadzanie promocji towarów, umieszczenie dodatkowej wkładki o produktach w gazetce, na stałym nośniku reklamy lub w tematycznym katalogu, dystrybucję dostarczonych materiałów reklamowych, wyeksponowanie logo towaru pozwanego, przygotowanie, drukowanie i dystrybucję gazetek reklamowych zawierających produkty powoda.

Usługa (...) polegała na umożliwieniu korzystania z części P. portalu internetowego M. z możliwością generowania raportów dotyczących artykułów powoda sprzedawanych przez pozwanego. Podstawą dostępu do systemu był między innymi generator haseł, który miał zostać dostarczony powodowi przez pozwanego.

Usługa (...) a i b polegała na opracowaniu oraz późniejszej aktualizacji projektu koncepcji dostosowania asortymentu powoda do wymagań nowego lokalnego rynku na bazie identyfikacji podstawowych grup klientów oraz czynników najsilniej kształtujących świadomość klientów.

Tytułem opłaty za świadczone usługi powód miał uiszczać na rzecz pozwanego kwoty: za usługę (...) a i b – 4 100 zł i 2 500 zł netto w okresie obliczeniowym 65 dni, za usługę zarządzanie budżetem marketingowym – 9,9 % wartości rocznego obrotu handlowego, za usługę (...) – 5,6 % wartości rocznego obrotu handlowego.

Zapłata za usługi świadczone przez pozwanego określone w załączniku miała następować w ciągu 14 dni od dnia wystawienia faktury VAT przez pozwanego. Formą rozliczenia należności pozwanego z tytułu rozliczenia usług było potrącenie wierzytelności pozwanego wobec powoda z wierzytelnościami powoda wobec pozwanego z tytułu sprzedanych towarów.

Na podstawie aneksu nr (...) do umowy powód zamówił u pozwanego usługi promocyjne w okresie od 01.01.2009 r. do 31.12.2009 r o wartości 1,5% obrotu. Analogiczne usługi na tę samą cenę w 2010 roku powód zamówił na podstawie aneksu nr (...) do umowy, zaś w 2011 roku na podstawie aneksu nr (...) do umowy.

Na podstawie nowego porozumienia o warunkach handlowych z dnia 4 lutego 2010 roku z okresem obowiązywania od dnia 1 stycznia 2010 roku stanowiącego załącznik nr(...) do umowy opłaty za usługi wynosiły odpowiednio (...) 1a – 4 100 zł, (...) 1b – 2 500 zł, metro link – 5,6 % obrotu, zarządzanie budżetem marketingowym – 10,2 % obrotu. Na podstawie analogicznego porozumienia z dnia 31 stycznia 2011 roku obowiązującego od dnia 01 stycznia 2011 roku, opłaty za usługi wynosiły odpowiednio (...) 1a – 4 100 zł, (...) 1b – 2 500 zł, m. – 5,6 % obrotu, zarządzanie budżetem marketingowym – 10,5 % obrotu

W trakcie trwania współpracy handlowej strony okresowo dokonywały spotkań w celu ustalenia nowych warunków handlowych na kolejne lata współpracy. Ze strony powoda w spotkaniach uczestniczył sam powód a także M. K.

oraz M. G.. Ze strony pozwanego w spotkaniach uczestniczyła A. S.. W trakcie spotkań, podczas których zawierano kolejne umowy o współpracy powód nie miał możliwości negocjacji warunków umowy w zakresie usług, które miałyby być świadczone przez pozwanego ani ich ceny. Powodowi przedstawiono do podpisu gotowe projekty umów, które mógł albo zaakceptować w całości, albo też współpraca z nim nie zostałaby przez pozwanego podjęta. W ten sposób została zawarta także umowa nr (...). Zmiany umów o współpracy handlowej w tym także umowy nr (...) w okresie ich obowiązywania polegały na przesłaniu egzemplarza dokumentu powodowi pocztą celem jego podpisu. W zakresie zmian umowy obejmującym wynagrodzenie z tytułu objętych umową usług zarządzania budżetem marketingowym, (...) oraz M., powód nie miał możliwości negocjacji i musiał zaakceptować nowe warunki lub odstąpić od współpracy. Polityka pozwanego w zakresie zawieranych umów, w tym także umów zawieranych z powodem wyglądała w ten sposób, że negocjujący w imieniu pozwanego (...) tylko w wyjątkowych przypadkach, uzasadnionych specyfiką asortymentu oraz charakterem współpracy mogli odstępować od wytycznych dotyczących wysokości wynagrodzenia za usługi objęte umową o współpracy handlowej.

W ramach zawartej umowy, powód miał dostarczać pozwanemu towar w postaci zniczy na okresowo przeprowadzane w placówkach pozwanego promocje. Decyzję co do rozmiaru i terminu zamówienia podejmował pozwany, zaś powód mógł pozwanemu jedynie sugerować dobór i ilość zamawianego towaru. Procedura wyboru dostawcy wyglądała w ten sposób, że w aukcji elektronicznej pozwany spośród dostawców towarów analogicznych do towaru powoda w oparciu o kryterium ceny dostarczanego towaru wybierał dostawcę, u którego dokonywał zamówienia.

Podczas współpracy stron pozwany w trakcie promocji z udziałem towarów dostarczanych przez powoda organizowanych w okresie od września do listopada wydawał gazetki reklamowe. W siedmiu gazetkach reklamowych obejmujących dwa okresy promocyjne w 2011 i 2012 roku zamieszczone były dostarczane przez powoda towary (znicze) wraz z oznaczeniem logo powoda. W trakcie promocji pozwany wydawał od 4 do 5 gazetek reklamowych. Pozwany nie doręczał powodowi egzemplarzy gazetek reklamowych. Innych działań reklamowych z udziałem towaru powoda pozwany nie przeprowadzał.

Pozwany założył powodowi konto umożliwiające skorzystanie z dostępu do prowadzonego przez pozwanego portalu w ramach usługi (...). Informacje handlowe zawarte na portalu obejmowały stany towarów powoda na magazynach pozwanego w poszczególnych placówkach.

W okresie od 31 marca 2010 roku do 31 października 2012 roku pozwany z tytułu realizacji usług oraz z tytułu rabatu wystawił na rzecz powoda faktury VAT na łączną kwotę 494 508,75 złotych.

Z tytułu usługi (...) pozwany wystawił powodowi faktury VAT: nr (...).

Z tytułu usługi (...) pozwany wystawił powodowi faktury VAT: nr (...).

Z tytułu usługi zarządzania budżetem marketingowym pozwany wystawił powodowi faktury VAT: nr (...).

Z tytułu dodatkowych usług promocyjnych pozwany wystawił powodowi faktury VAT :nr (...).

Oplaty za usługi objęte wystawionymi fakturami VAT zostały przez pozwanego pobrane w okresie od dnia 18 maja 2010 roku do 02 stycznia 2013 roku, w ten sposób, że dokonując płatności na rzecz powoda z tytułu dostarczonych przez niego towarów, pozwany kwotę należności objętych wystawionymi przez powoda fakturami VAT pomniejszył o kwotę należności naliczonych przez niego z tytułu usług, w związku z którymi wystawił własne faktury VAT.

Dnia 09 stycznia 2013 roku pełnomocnik powoda nadał na adres pozwanego wezwanie do zapłaty kwoty 562 994,67 złotych do dnia 16 stycznia 2013 roku.

Sąd Okręgowy oddalił wniosek pozwanego o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego z dziedziny księgowości i rachunkowości na okoliczność ustalenia rozmiaru zubożenia powoda ewentualnie wysokości szkody poniesionej przez powoda oraz ustalenie rozmiaru wzbogacenia pozwanego wynikających z faktu dokonania przez powoda na rzecz pozwanego zapłaty kwot wskazanych na fakturach załączonych do pozwu z uwzględnieniem

okoliczności, iż pozwany podatek VAT ujęty na w/w fakturach rozliczył jako podatek należny a kwotę netto wynikającą z tych faktur uwzględnił w przychodach podlegających opodatkowaniu podatkiem dochodowym od osób prawnych, zaś powód odliczył podatek VAT zaś kwotę netto zaliczył do kosztów uzyskania przychodu. W ocenie Sądu przeprowadzenie powyższego dowodu było niepotrzebne dla rozstrzygnięcia sprawy. Pozwany za pomocą dowodu chciał ustalić wysokość kwoty, której wyzbył się w rozumieniu art. 409 k.c. w ten sposób, iż nie jest już wzbogacony, co czyniłoby roszczenie powoda częściowo bezzasadnym. Z uwagi jednak na fakt, iż w ocenie Sądu w stanie faktycznym sprawy uiszczenie przez pozwanego podatków od kwoty uzyskanej w ramach nienależnego świadczenia w ogóle nie mogłoby być uznane za wyzbycie się w ten sposób, że pozwany nie jest w tym zakresie wzbogacony - niepotrzebne było przeprowadzenie dowodów mających na celu określić rozmiar tego wyzbycia.

Z tych samych względów Sąd oddalił także wnioski dowodowe pozwanego o przeprowadzenie dowodów z dokumentów księgowych stron na w/w okoliczność oraz wniosek o zobowiązanie powoda do przedstawienia dokumentów księgowych, a także zobowiązanie urzędu skarbowego do przedstawienia wyciągu z ksiąg rachunkowych dotyczących rozliczeń podatkowych powoda.

Sąd oddalił także wniosek dowodowy pozwanego o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego z zakresu informatyki na okoliczność posiadania przez powoda dostępu do portali (...). Okoliczność stanowiąca tezę dowodową została bowiem dostatecznie wyjaśniona w oparciu o inne dowody a to zeznania świadka D. L. oraz wydruk administratora portalu (...).

Sąd oddalił wniosek pozwanego o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z opinii biegłego z zakresu. marketingu handlowego oraz planowania sprzedaży zgłoszony na okoliczność 1./ poziomu rozpoznawalności rynkowej powoda oraz pochodzących od niego towarów oraz ustalenia poziomu rotowalności tych towarów bez działań intensyfikujących sprzedaż w szczególności ich promocji i reklamy, 2./ rzeczywistego wykonania przez pozwanego na rzecz powoda usług marketingowych i promocyjnych, zarządzania budżetem marketingowym oraz usług, 3./ realnej wartości rynkowej wykonanych przez pozwanego na rzecz powoda usług promocyjnych, zarządzania budżetem marketingowym oraz usług (...). W niniejszym postępowaniu kwestią sporną pomiędzy stronami i mającą znaczenie prawne było, czy pozwany w ogóle wykonuje na rzecz powoda usługi przewidziane zawartą umową, w tym usługę w postaci akcji reklamowych i promocyjnych, czy też zapisy umowne o niej są jedynie zasłoną dla pobierania dodatkowych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Bez znaczenia natomiast była okoliczność, czy akcje te odnoszą dla powoda wymierny skutek. Przeprowadzenie zatem dowodu na okoliczność wskazaną przez pozwanego było w niniejszym postępowaniu niecelowe. Co do zaś punktu 2 tezy dowodowej, to tak zakreślona teza zmierza w istocie do przeprowadzenia przez biegłego oceny prawnej czynności podejmowanych przez pozwanego pod kątem czy wypełniają one cechy wykonywania usług marketingowych. Dokonywanie tego typu ocen nie jest zaś domeną biegłych lecz Sądu.

Sąd Okręgowy wskazał, że przepis art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r., nr 153, poz. 1503 ze zm.) stanowi samoistną podstawę dochodzenia roszczeń. Sąd ten podzielił stanowisko Sądu Najwyższego wyrażone w uchwale z dnia 19 sierpnia 2009 r. (III CZP 58/09, OSNC 2010/3/37): zgodnie z którym na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 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. Przy czym dopuszczalne jest dochodzenie ochrony na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy bez potrzeby sięgania przy tym do konstrukcji nieważności umowy (art. 58 k.c.).

Wobec powyższego Sąd Okręgowy ograniczył się do badania roszczenia pod kątem popełnienia przez pozwanego czynu nieuczciwej konkurencji. Powołując przepis art. 3 ust. 1 ustawy oraz art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy wskazał, że czyn nieuczciwej konkurencji stanowi już samo pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Dotyczy to wszelkich dodatkowych opłat oprócz marż i cen, które zawsze stanowią przedmiot negocjacji między stronami, w szczególności opłaty za samo wejście do sieci, za reklamę i promocję towarów, za miejsce ekspozycji towarów czy chociażby za wprowadzenie towaru do sieci informatycznej. Nie jest zatem dopuszczalne pobieranie od przedsiębiorcy opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze sprzedażą towarów ostatecznym

odbiorcom. Równocześnie art. 15 ust. 1 pkt 1 wprowadza domniemanie prawne, iż w każdym przypadku pobierania za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat innych niż marża handlowa dochodzi do utrudnienia innym przedsiębiorcom dostępu do rynku.

Z czynem z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy mamy zatem do czynienia wówczas, gdy spełnione zostaną dwie przesłanki faktyczne, to jest uwarunkowanie przyjęcia do sprzedaży towaru od wyrażenia zgody na uiszczenie innych niż marża handlowa opłat oraz faktyczne ich pobieranie.

Materiał dowodowy zebrany w sprawie potwierdza istnienie obu tych przesłanek. W ocenie Sądu powód nie miał realnego wpływu na treść podpisanych umów handlowych. Umowy te były mu przedstawiane przez pozwanego w formie gotowych szablonów, zawierających z góry sformułowane warunki współpracy dostawcy i zamawiającego, wśród których zastrzeżono także opłaty za świadczenie przez zamawiającego ww. usług. Brak możliwości negocjacji dotyczył nie tylko korzystania z samej usługi, lecz także wysokości opłaty za nią. W razie odmowy zawarcia umowy w kształcie przedstawionym przez pozwanego mogło nie dojść w ogóle do jej zawarcia, zaś w miejsce powoda, pozwany prowadziłby współpracę z innym dostawcą godzącym się na uiszczanie dodatkowych opłat.

Materiał dowodowy przedstawiony przez powoda znajduje w tym zakresie potwierdzenie z zeznaniami świadka – M. K. – który zeznał, iż ze strony pozwanego jedynie w szczególnych wypadkach była możliwość odejścia od warunków umownych obejmujących zakres i wynagrodzenie z tytułu świadczonych usług a było to uwarunkowane specyfiką dostarczanego asortymentu oraz szczególną jakością relacji handlowych.

Równocześnie powód kontynuował współpracę handlową z pozwanym na skutek specyficznych stosunków które wytworzyły się pomiędzy stronami. Skutkiem bowiem możliwości zwrotu zamówionego towaru, powód już na początku współpracy posiadał w swoich magazynach znaczne partie towaru zwróconego przez pozwanego, który równocześnie miał inne parametry niż towar zazwyczaj przez powoda produkowany i sprzedawany. Tym samym celem zbycia zalegającego towaru powód zmuszony był także w kolejnych latach współpracować – ponosząc przy tym dodatkowe opłaty, aby sprzedać towar zalegający z lat poprzednich.

Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 12 czerwca 2008 r. (sygn. akt III CSK 23/08, LEX nr 449921) wskazał, iż niezasadność opłat innych niż marża handlowa ma miejsce, gdy ich pobieranie utrudnia przedsiębiorcy dostęp do rynku i utrudnienie takie ma nieuczciwy charakter. Dostęp do rynku rozumiany jest jako swoboda wejścia na rynek, wyjścia z niego, a także oferowania na nim swoich towarów i usług.

W niniejszej sprawie, pozwany dążył do wykazania, iż pomimo uzależnienia zawarcia umowy o współpracy z powodem od zawarcia dodatkowych umów o świadczenie różnego rodzaju usług nie dopuścił się deliktu stypizowanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy, gdyż w zamian za pobierane od powoda opłaty spełniał ekwiwalentne świadczenia w postaci usług „zarządzania budżetem marketingowym”, (...) oraz (...), oraz „dodatkowych usług marketingowych” a tym samym opłaty te nie były pobierane niezasadnie.

W ocenie Sądu należało jednak uznać, że pozwany – którego w tym zakresie dotyczył ciężar dowodu - nie wykazał, iż z jego strony występowało świadczenie ekwiwalentne w postaci wykonywania usług, do których był zobligowany z tytułu zawartej umowy.

Za nieudowodnione należało uznać twierdzenia o świadczeniu usługi „zarządzania budżetem marketingowym” sprowadzającej się do szeroko pojętych działań reklamowych i marketingowych na rzecz powoda. Pozwany nie przedstawił bowiem żadnych danych na temat tego, jakie konkretnie czynności były podejmowane w ramach tych usług, gdzie i ile razy miały one miejsce i jaka była ich rzeczywista wartość. Z całej gamy przewidzianych w umowie działań promocyjnych, pozwany wykazał jedynie działanie w postaci uwzględnienia towaru powoda w ramach dwóch trwających u niego promocji w latach 2011 - 2012. Także jednak i uwzględnienie towarów powoda w ramach gazetek wydawanych w trakcie dwóch promocji w ocenie Sądu nie pozwala na przyjęcie, iż miało w przedmiotowej sprawie świadczenie na rzecz powoda usług reklamowych, mające prowadzić do zwiększenia jego rozpoznawalności i uzasadniające pobór wynagrodzenia. Sprzedawane przez pozwanego towary dostarczane mu przez powoda, w chwili

wystawienia ich w hali marketu stanowiły już własność pozwanego, w sprzedaży której sam był zainteresowany. Okoliczność ta przesądza, iż za działanie reklamowe na rzecz powoda nie może być uznane dowolne działanie marketingowe podejmowane przez pozwanego, celem sprzedaży posiadanych przez niego rzeczy. Idąc bowiem tym tokiem rozumowania, za działanie reklamowe na rzecz dostawcy należałoby uznać już samo umieszczenie towaru w ramach powierzchni handlowej sklepu, bądź jego sprzedaż po specjalnej cenie. Przy takim układzie faktycznym obarczanie powoda koniecznością ponoszenia opłat z tytułu działalności reklamowej przy jednoczesnym minimalnym działaniu ze strony pozwanego, który z szeroko rozpisanej w umowie gamy działań reklamowych i marketingowych stosował – a i to jedynie dwukrotnie – tylko jedno z tych działań, jawi się jako przerzucanie na dostawcę kosztów działalności reklamowej. Działalności, którą pozwany tak czy inaczej - niezależnie od zawarcia umów o świadczenie tej usługi z dostawcą – musiałby przeprowadzić.

O iluzorycznym charakterze usługi świadczy w ocenie Sądu fakt, iż wynagrodzenie za jej wykonywanie było ustalone jako odsetek wartości obrotu pomiędzy stronami. Tak ściśle powiązane tych elementów, przy uwzględnieniu faktu, iż wolumen obrotu nie ma przełożenia na trudność i koszty związane z reklamą i promocją świadczy o tym, iż pozwanemu w ramach zawartej umowy nie zależało na dodatkowym zarobku z tytułu świadczonych usług, lecz na proporcjonalnym do dostaw zmniejszeniu cen jednostkowych dostarczanych przedmiotów.

Nie udowodnił także pozwany wykonania usługi (...). Zgodnie z umowami usługi (...) miały polegać na opracowaniu koncepcji dostosowaniu asortymentu dostawcy do wymagań nowego lokalnego rynku albo odmiennych wymagań lokalnych rynków. Także i w tym zakresie nie wykazał pozwany, spełnienia świadczenia, które polegać miałyby na doradztwie powodowi co do asortymentu, tak aby odpowiadał odmiennym wymogom rynków, na których działały jego placówki. Pozwany nigdy nie dostarczył powodowi informacji, które miałyby określać lokalną specyfikę rynku oferowanych przez niego towarów. Na marginesie tylko wskazać należy, iż jakiegokolwiek strategii sprzedaży, organizowane przez powoda i tak były uzależnione od jednostronnej akceptacji pozwanego. Pozwany bowiem miał wyłączny wpływ na rozmiary i terminy zamówień oraz asortyment wchodzący w ich skład a powód niezależnie od zawarcia umowy o współpracę i tak musiał każdorazowo uczestniczyć w konkursie ofert w którym inicjatywa wpływająca na atrakcyjność towaru leżała wyłącznie po jego stronie.

Podobnie pozwany nie udowodnił, że wykonał ekwiwalentną usługę (...), w ramach której między innymi dostawca miał otrzymać dostęp do danych spółek z M. (...), w szczególności dostęp do części P. portalu M.(...)(...), w której udostępnia się aplikację umożliwiającą generowanie raportów dotyczących artykułów dostawcy sprzedawanych poprzez (...) handlowe (...). Niezależnie od okoliczności, iż pozwany założył powodowi konto na portalu, to nie wykazał, iż umożliwił powodowi dostęp do usługi, przekazując mu generator kodów dostępu (token). Nadto w ocenie Sądu, usługa ta dla powoda nie miała żadnego znaczenia i także w istocie stanowiła przerzucenie na powoda kosztów działalności pozwanego. Sąd podziela w tym zakresie stanowisko strony powodowej, że de facto usługa ta miała służyć jedynie ułatwieniu pozwanemu realizacji umowy o współpracy. Charakter współpracy pomiędzy stronami przesądzał bowiem o braku wpływu powoda na strategię sprzedaży jego produktów i w tym zakresie jedynym decydującym był pozwany dokonujący zamówień. O iluzorycznej w istocie funkcji usługi dostępu świadczy treść danych udostępnionych na platformie. Powód bowiem za jej pośrednictwem mógł uzyskać jedynie dane o stanach na magazynach poszczególnych placówek pozwanego, co uniemożliwia wyciągnięcie wniosków na przyszłość odnoszących się do strategii sprzedaży. Także i w tym zakresie w ocenie Sądu, pozwany starał się przerzucić na powoda koszty funkcjonowania systemu, który w istocie stworzył na własne potrzeby.

Podobnie jak i w odniesieniu do usługi „budżetu promocyjnego” o iluzorycznym charakterze w/w usługi świadczyć może dodatkowo powiązanie wynagrodzenia za ich świadczenie z wartością obrotu handlowego pomiędzy stronami. Wolumen obrotu w żaden bowiem sposób nie przekłada się na koszty ponoszone w związku ze świadczeniem tej usługi.

Co się zaś tyczy „dodatkowych usług reklamowych” które pozwany miał realizować na podstawie aneksów do umowy, które obejmować miały działania analogiczne do usługi „zarządzania budżetem marketingowym” i za które pobrał odrębne wynagrodzenie, to wskazać należy, iż pozwany nie wskazał nawet, jakie działania podjął w ramach realizacji tej usługi. Jedyne z działań, które wedle pozwanego miały stanowić działania marketingowe tj. zamieszczenie towarów

powoda w gazetkach reklamowych, konsekwentnie było przez niego kwalifikowane jako działanie w wykonaniu usługi od początku objętej umową. Tym samym nie było możliwe nawet rozpatrywanie go jako możliwego działania w wykonaniu dodatkowych usług reklamowych.

Podobnie również o iluzorycznym charakterze w/w usługi świadczyć może powiązanie wynagrodzenia za jej świadczenie z wartością obrotu handlowego pomiędzy stronami, co – jak już powyżej wskazano – nie ma przełożenia na koszt działań reklamowych.

Wreszcie o fakcie wykonania przez pozwanego wszystkich będących przedmiotem sprawy usług nie świadczy okoliczność dokonania rozliczeń podatkowych przez powoda, w których uwzględnilby uzyskanie mniejszego wynagrodzenia na skutek dokonanych przez pozwanego zatrzymań wynagrodzenia. Odprowadzenie bowiem podatku w związku ze zdarzeniem podatkowym którym miałyby być dokonanie czynności cywilnoprawnej nie przesądza o jej faktycznym zaistnieniu. W razie zaś następczego stwierdzenia, iż czynność będąca zdarzeniem podatkowym nie miała miejsca dla strony otwiera się możliwość odzyskania nadpłaconej kwoty, bądź konieczność zapłaty dodatkowych kwot, tytułem podatku zaniżonego.

Tym samym Sąd uznał działanie pozwanego za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy. Niewątpliwie skutkiem ponoszenia dodatkowych opłat w związku z realizowaną umową, powód – osiągając mniejszy zysk - znajdował się w trudniejszej sytuacji niż gdyby nie był obowiązany do ich uiszczenia.

Skutkiem uznania, że działania pozwanego stanowiły czyny nieuczciwej konkurencji, było uznanie zasadności roszczenia o zwrot pobranych kwot na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy.

Skutkiem działania pozwanego w postaci pobrania wynagrodzenia za usługi „zarządzanie budżetem marketingowym”, (...), (...) oraz z tytułu „dodatkowej usługi reklamowej” z wynagrodzenia przysługującego powodowi z tytułu dostarczonych towarów nastąpiło przysporzenie po stronie pozwanego w postaci zmniejszenia pasywów. Równocześnie zaś po stronie powoda nastąpiło zubożenie w postaci otrzymania wynagrodzenia mniejszego, niż było mu należne. Sama zaś czynność została dokonana bez podstawy prawnej. Pozwanemu w istocie nie przysługiwała wiarygodność z tytułu świadczonych usług – ich istnienie bowiem było fikcją mającą za zadanie ukrycie poboru dodatkowych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Pobranie zaś kwoty stanowiło tym samym w istocie delikt z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy. Świadczenie to należało więc uznać za bezpodstawnie uzyskane przez pozwanego kosztem powoda i w tym zakresie orzec o obowiązku jego zwrotu.

Konsekwencją oceny działania pozwanego w postaci zatrzymania części należnego powodowi wynagrodzenia na poczet opłat tytułem usług, które miałyby być świadczone przez pozwanego - jako czynu nieuczciwej konkurencji - jest przyjęcie, iż wzbogacenie po stronie pozwanego zostało dokonane w całości bez podstawy prawnej i jako takie podlega zwrotowi. Skoro zatem brak było podstaw po stronie pozwanego do wzbogacenia, nie mógł powstać po jego stronie obowiązek podatkowy, zaś kwota uiszczona tytułem podatków: od towarów i usług oraz dochodowego od osób prawnych nosi cechy nadpłaty podatku w rozumieniu art. 72 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku ordynacja podatkowa (Dz. U. z 1997r., Nr 139, poz. 926 ze zm.) i podlega zwrotowi na rzecz pozwanego. Nie można zatem zgodzić się z twierdzeniem pozwanego, iż w zakresie uiszczonego podatku od kwoty zatrzymanej stanowiącej jego przychód nie jest on już podmiotem wzbogaconym, skoro po jego stronie istnieje roszczenie o zwrot nadpłaconego podatku.

Ponadto za bezzasadny należało uznać zarzut niewykazania przez powoda przesłanek odpowiedzialności odszkodowawczej do których odsyła art. 18 ust. 1 pkt 4 ustawy. W toku procesu powód bowiem konsekwentnie opierał swoje roszczenia na art. 18 ust. 1 pkt 5 kreującym roszczenie o zwrot bezpodstawnie uzyskanych korzyści a nie roszczenie o naprawienie wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych.

W zakresie roszczenia o zapłatę odsetek Sąd orzekł na podstawie art. 455 k.c. w zw. z art. 481 § 1 k.c. zgodnie z wezwaniem do zapłaty wystosowanym przez pełnomocnika dnia 9 stycznia 2013 roku, w którym termin na zapłatę

określono na dzień 16 stycznia 2013 roku. W pozostałym zakresie Sąd oddalił powództwo w części w której powód żądał zasądzenia odsetek za okres wcześniejszy.

O kosztach procesu Sąd orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c. w zw. z art. 99 k.p.c.

Apelację od powyższego wyroku złożył pozwany, zaskarżając go w części tj. w punkcie 1 i 3 i zarzucając naruszenie prawa procesowego mające wpływ na rozstrzygnięcie w sprawie, tj: 1. art. 233 § 1 kpc oraz art. 328 § 2 kpc, poprzez brak wszechstronnego i obiektywnego rozpatrzenia materiału dowodowego sprawy, które przejawilo się całkowitym pominięciem - bez należytego wyjaśnienia w uzasadnieniu skarżonego wyroku przyczyn takiego postąpienia - wynikającej z treści materiału dowodowego okoliczności faktycznej, iż powód mógł negocjować warunki współpracy z pozwaną,

2. art. 233 § 1 kpc oraz art. 328 § 2 kpc - poprzez dowolne przyjęcie w uzasadnieniu wyroku, w oparciu wyłącznie o twierdzenia faktyczne strony powodowej, z pominięciem treści zeznań świadków powołanych przez pozwaną i bez należytego uzasadnienia takiego postąpienia, że;

a) współpraca stron nie przynosiła dla powoda korzyści w postaci zwiększenia zamówień i sprzedaży;

b) pozwana nie wykonała na rzecz powoda umówionych usług (...), promocyjnych, marketingowych oraz (...) a nawet jeżeli takie działania miały miejsce to świadczenie tych usług nie było dla powoda korzystne (były dla niego bezużyteczne);

c) rodzaj współpracy polegającej na świadczeniu przez pozwaną usług został powodowi narzucony,

3. art. 227 kpc w zw. z art. 217 § 2 kpc w zw. z art. 244, art. 245, art. 278 § 1 kpc oraz art. 316 kpc - poprzez pominięcie wniosków dowodowych pozwanej zawartych w pkt. 7-10 sprzeciwu od nakazu zapłaty czego następstwem był, w szczególności, brak podjęcia przez Sąd I-ej instancji działań mających na celu ustalenie:

a) czy na moment wyrokowania strona powodowa utraciła korzyści wynikające z odliczenia VAT ujętego w fakturach objętych pozwem oraz z zaliczenia do kosztów podatkowych kwoty netto wynikające z tychże;

b) czy na moment wyrokowania nie wygasł obowiązek strony powodowej do skorygowania swych zobowiązań podatkowych;

a także naruszenie prawa materialnego, tj.:

4. art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk polegające na jego niewłaściwym zastosowaniu poprzez przyjęcie, że zapłacone przez powoda na rzecz pozwanej wynagrodzenia za wykonanie na jego rzecz usług (...), M. (...) promocyjnych oraz marketingowych -stanowią w istocie „inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży”;

5. art. 18 ust. 1 pkt 5 uznk w zw. z art. 405 i nast. kc, poprzez ich niewłaściwe zastosowanie oraz w zw. z art. 3531 kc poprzez jego niezastosowanie i przyjęcie, że M. został bezpodstawnie wzbogacony kosztem zubożenia powoda w związku z realizacją umówionych usług (...), M.(...)k, promocyjnych oraz marketingowych;

6. art. 18 ust. 1 pkt 5 uznk w zw. z art. 405, art. 409 kc oraz art. 410 § 1 kc, poprzez ich niewłaściwe zastosowanie i zasądzenie od pozwanej na rzecz powoda bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu wynagrodzenia za wykonanie usług (...), M.(...)k, promocyjnych oraz marketingowych w kwocie obejmującej zobowiązania publicznoprawne pozwanej, tj. bez uwzględnienia okoliczności, że od zasądzonej kwoty (...) uregulował zobowiązania podatkowe w zakresie podatku od towarów i usług oraz podatku dochodowego od osób prawnych i do wysokości kwot tych zobowiązań podatkowych nie był już wzbogacony na moment wytoczenia powództwa i wyrokowania w sprawie.

Skarżący wniósł o zmianę wyroku i oddalenie powództwa w całości oraz zasądzenie od powódki na rzecz pozwanej kosztów postępowania za obie instancje, w tym kosztów zastępstwa procesowego, według norm przepisanych, a

na wypadek nieuwzględnienia powyższego wniosku o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje. Apelacja jako bezzasadna podlega oddaleniu.

Pozwana spółka w apelacji podniosła zarówno zarzuty naruszenia prawa materialnego, jak i prawa procesowego. Prawdliwość zastosowania lub wykładni prawa materialnego może być właściwie oceniona jedynie na kanwie niewadliwie ustalonej podstawy faktycznej rozstrzygnięcia. Powyższe rodzi konieczność rozpoznania w pierwszym rzędzie, zarzutów naruszenia prawa procesowego, zmierzających do zakwestionowania stanu faktycznego (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 7 marca 1997 r. II CKN 18/97 - OSNC 1997/8/112).

Sąd Apelacyjny podziela w całości ustalenia faktyczne poczynione przez Sąd Okręgowy i uznaje je za własne, jak również wykładnię i zastosowanie przepisów prawa materialnego wskazanych jako podstawa prawna wydanego wyroku.

Wbrew zarzutowi apelacji ocena dowodów dokonana przez Sąd pierwszej instancji nie narusza granic zasady swobodnej oceny wyrażonej w art. 233 § 1 k.p.c. Przepis ten dotyczy tylko oceny wiarygodności i mocy (wartości) dowodowej przeprowadzonych w sprawie dowodów. Jego naruszenie może polegać na dokonaniu przez sąd oceny dowodów z uchybieniem zasad w nim określonych, tj. regułom logicznego myślenia, zasadzie doświadczenia życiowego i właściwego kojarzenia faktów. Prawidłowe postawienie takiego zarzutu wymaga zatem wskazania konkretnego dowodu przeprowadzonego w sprawie, którego zarzut ten dotyczy i podania, w czym skarżący upatruje wadliwą jego ocenę. Przepis ten nie dotyczy zaś poczynionych ustaleń faktycznych czy wyprowadzonych z materiału dowodowego wniosków (np. wyroki Sądu Najwyższego: z dnia 16 grudnia 2005 r., III CK 314/05, Lex nr 172176, z dnia 13 października 2004 r., III CK 245/04, Lex nr 174185), z dnia 25 listopada 2003 r., II CK 293/02, Lex nr 151622). Ramy swobodnej oceny dowodów wyznaczone są wymaganiami prawa procesowego, doświadczenia życiowego oraz regułami logicznego myślenia, według których sąd w sposób bezstronny, racjonalny i wszechstronny rozważa materiał dowodowy jako całość, dokonuje wyboru określonych środków dowodowych i wążąc ich moc oraz wiarygodność, odnosi je do pozostałego materiału dowodowego (wyrok SN z dnia 10 czerwca 1999 r. - UKN 685/98, OSNAPiUS 2000, Nr 17, poz. 655). Skuteczne postawienie zarzutu naruszenia przez Sąd I instancji przepisu art. 233§1 k.p.c. wymaga zatem wykazania, że Sąd uchybił zasadom logicznego rozumowania, sprzeczności oceny z doświadczeniem życiowym, braku wszechstronności albo nie oparł się na wszystkich dowodach przeprowadzonych w postępowaniu. Gdy bowiem sąd wyprowadza wnioski logicznie poprawne i zgodne z doświadczeniem życiowym z całości materiału dowodowego, z którego można wysnuć także wnioski odmienne, nie można mu przypisać zarzutu naruszenia art. 233§1 k.p.c. Takie działanie mieści się w przyznanym sądowi kompetencjach do swobodnego uznania, którą z możliwych wersji uznaje za prawdziwą (wyroki SN: z 27 września 2002 r., II CKN 817/00 - Lex Polonica nr 376152; z 9 stycznia 2004 r. IV CK 339/02 - LexPolonica nr 1632812). W ocenie Sądu Apelacyjnego nie można uznać, aby Sąd Okręgowy nie dokonał wszechstronnej i obiektywnej oceny materiału dowodowego.

Apelujący podnosi, że sąd I Instancji pominął okoliczność, iż powód mógł negocjować warunki współpracy z pozwaną. W uzasadnieniu apelacji podkreślono, że sąd nie dał wiary zeznaniom świadków pozwanego M. B., E. D. oraz A. S., co jednak nie znalazło odzwierciedlenia w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku. Podobnie Sąd ten nie uwzględnił tych zeznań świadków z których wynika, że usługi zostały przez pozwaną wykonane – jako przykład podając zeznania świadka D.. Tymczasem z uzasadnienia zaskarżonego wyroku wynika, że Sąd Okręgowy dał wiarę zeznaniom wszystkich wyżej wymienionych świadków, natomiast wyprowadził z nich inne aniżeli skarżący wnioski. Stawiając powyższe zarzuty apelujący nie wskazał, w którym fragmencie zeznań powołanych wyżej świadków znalazły się wskazywane wyżej tezy, ograniczając się jedynie do własnej oceny tych dowodów. Taka konstrukcja zarzutów naruszenia przepisu art. 233 § 1 k.p.c. i ich uzasadnienie nie może być skuteczna i prowadzić do uwzględnienia apelacji w tym zakresie.

Ponadto wskazać należy, że Sąd nie mógł oceniać zeznań E. D., albowiem osoba ta nie została w ogóle przesłuchana, z uwagi na cofnięcie wniosku o jej przesłuchanie przez pełnomocnika pozwanego na rozprawie w dniu 3 grudnia 2013 r. – k.1300.

Natomiast zeznania wskazanych wyżej świadków nie potwierdzają tezy skarżącego, wynika z nich bowiem, że powód nie miał możliwości rezygnacji z usług pozwanego, zaś warunki umów były z góry narzucone i nie podlegały negocjacjom. Osoby negocjujące umowy z ramienia pozwanego tylko w wyjątkowych okolicznościach związanych z asortymentem kontrahenta mogły odstępować od wytycznych, co nie miało miejsca w tej sprawie. Podobnie należy ocenić zeznania świadka D. L., co do wykonania usług przez pozwaną. Sąd Okręgowy wiele miejsca poświęcił na opis i ocenę działań pozwanego wskazując na okoliczność, iż towary promowane przez pozwanego stanowiły jego własność, podkreślając sposób ustalenia wynagrodzenia jako procent od obrotu oraz szczegółowo opisując dlaczego działania pozwanego ocenił jako iluzoryczne. Skarżący nie powołał na poparcie swojego stanowiska w zasadzie żadnych argumentów, ani nie wskazał jakim zasadom logicznego rozumowania uchybił Sąd wyprowadzając odmienne od pozwanego wnioski. Reasumując ustalenie Sądu Okręgowego, z którego wynika, że powód nie mógł w rzeczywistości negocjować postanowień umownych odnoszących się do świadczenia usług, znajdowało oparcie w zgromadzonym materiale dowodowym, a ocena tego materiału nie naruszała ani reguł logiki ani zasad doświadczenia życiowego. Ponadto wskazać należy, że z punktu widzenia przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie ma znaczenia, czy postanowienia umowne, zastrzegające prawo kupującego do wskazanych tam niedozwolonych opłat, były przez strony negocjowane i w jakim stopniu. Jeżeli na sprzedawcę, również w formie tzw. umów promocyjnych, zostają nałożone obowiązki dodatkowych świadczeń pieniężnych, należy domniemywać, że w ten sposób uiszczana jest w rzeczywistości zabroniona opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży. Sprzedający korzysta w takim przypadku z ułatwienia dowodowego w wykazywaniu popełnienia przez kupującego czynu niedozwolonej konkurencji, o jakim mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Wystarczające będzie wykazanie przez niego, że poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży, uiszczal na rzecz kupującego dodatkowe należności w pieniądzu (wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 13 października 2010 r., I ACa 707/10, LEX nr 756710). Przeprowadzone w sprawie dowody nie wykazały swobody negocjacji i zawarcia kontraktu o charakterze ekwiwalentnym, w którym świadczeniu określonych usług odpowiadałyby nawiązujące do nich świadczenia pieniężne. Brak jest również dowodu, który potwierdzałby wpływ powoda na sposób wykonywania usług.

Nie ma także racji skarżący twierdząc, że błędne było ustalenie sądu, iż powód nie odniósł korzyści z faktu współpracy z pozwaną odnosząc to do charakteru działań i wykonania usług przez pozwanego. Sąd Apelacyjny podziela stanowisko Sądu I Instancji, że nastąpiło przejście własności towarów na rzecz pozwanego, a zatem pozwany promował swoje towary i powód nie miał żadnego interesu gospodarczego w ich reklamowaniu. Wzrost sprzedaży towarów, jeżeli istotnie nastąpił to miał znaczenie jedynie dla pozwanego, który sprzedawał już własny towar. Zarzuty skarżącego sprowadzają się właściwie do polemiki nie tyle z ustaleniami Sądu, co z wnioskami przez niego wyciągniętymi i subsumpcją ustalonego stanu faktycznego do normy prawnej określonej przez przepis art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. i art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., a które to wnioski Sąd II instancji podziela w całości.

Powyższe nie pozwala na uwzględnienie zarzutu naruszenia art. 328§2 k.p.c. postawionego w zestawieniu z art. 233§1 k.p.c. Sąd Okręgowy szczegółowo wskazał dowody, na których się oparł przy ustalaniu stanu faktycznego sprawy. Wbrew twierdzeniom apelacji nie pominął żadnych dowodów, jak również wszystkie zgromadzone w sprawie dowody ocenił, a jedynie z ustalonych na ich podstawie faktów, wyprowadził inne wnioski, niż oczekiwane przez skarżącego. Uzasadnienie zaskarżonego wyroku odpowiada prawu i zawiera podstawę faktyczną rozstrzygnięcia oraz wyjaśnienie podstawy prawnej wyroku z przytoczeniem przepisów prawa.

Prawidłowo również zostały oddalone wnioski dowodowe z dokumentów oraz opinii biegłego wnioskowane przez pozwanego w sprzeciwie od nakazu zapłaty, a które zmierzały do wykazania braku zubożenia powoda na skutek pomniejszenia zobowiązania podatkowego w zakresie VAT oraz braku wzbogacenia po stronie pozwanego na skutek uiszczenia podatku dochodowego oraz podatku VAT.

Z chwilą spełnienia świadczenia nienależnego przez powoda, powstało po jego stronie roszczenie kondykcyjne obejmujące obowiązek zwrotu wartości uzyskanych świadczeń łącznie z zawartym w cenie podatkiem od towarów i usług (vide: wyrok Sądu Najwyższego z 27 lutego 2004 r. – V CK 293/03 i wyrok Sądu Najwyższego z 24 listopada 2011 r. – I CSK 66/11).

Zgodnie z poglądami doktryny, ogólne przesłanki bezpodstawnego wzbogacenia należy rozumieć specyficznie w przypadku nienależnego świadczenia. Sam fakt spełnienia nienależnego świadczenia uzasadnia roszczenie kondykcyjne. W takim przypadku nie zachodzi potrzeba badania, czy i w jakim zakresie spełnione świadczenie wzbogaciło accipiensa, jak również, czy majątek solvensa uległ zmniejszeniu. Jak wyjaśnił Sąd Najwyższy w w/w wyroku z 2011 r. ze stosunku obligacyjnego łączącego podmioty będące podatnikami podatku od towarów i usług (VAT) wynika obowiązek spełnienia przez nabywcę usługi – świadczenia mieszczącego w sobie wartość naliczonego podatku VAT.

Jednocześnie wystawienie faktury VAT przez podatnika podatku VAT – będącego usługodawcą powoduje powstanie zobowiązania podatkowego tego podmiotu obejmującego obowiązek zapłaty naliczonego w fakturze podatku. W razie wykonania cywilnoprawnego zobowiązania świadczenia – przez usługobiorcę wobec usługodawcy – nabywca usługi jest tym podmiotem który ponosi gospodarczy (finansowy) ciężar zapłaty podatku VAT, gdyż usługodawca odzyskuje wartość uiszczoną przez siebie podatku VAT w postaci świadczenia usługobiorcy – jako że świadczenie to zawiera w sobie ten podatek.

Beneficjentem jest Skarb Państwa – który uzyskuje podatek VAT zapłacony przez usługodawcę. Jednakże zgodnie z prawem podatkowym – usługobiorca nabywa uprawnienie do „odzyskania” wartości naliczonego podatku – przez odliczeniem podatku naliczonego od podatku należnego. Realizacja tego uprawnienia prowadzi do efektu gospodarczego analogicznego w skutkach ze zwrotem części uiszczoną świadczenia, z tym, że następuje to kosztem należności Skarbu Państwa, w ramach stosunku podatkowego łączącego podatnika ze Skarbem Państwa.

Zaistnienie takich okoliczności w płaszczyźnie cywilnoprawnej – jak zwrot spełnianego świadczenia - może spowodować utratę przez podatnika prawa do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego (art. 86 ust. 1 ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług).

Podatek naliczony jest bowiem związany z faktycznie dokonanymi zdarzeniami gospodarczymi, z którymi ustawa wiąże obowiązek naliczenia podatku VAT. Jeżeli takie zdarzenia nie zaszły (jak w sprawie niniejszej – gdyż w sprawie świadczenie zawierające podatek VAT było świadczeniem nienależnym, zatem brak było podstaw do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego) – to zgodnie z art. 8 ust. 3a ustawy o podatku od towarów i usług – zostają zniwelowane korzyści majątkowe wynikające ze skorzystania przez podatnika z prawa do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego.

W sprawie niniejszej powód spełnił świadczenie (zawierające podatek VAT) na podstawie nieważnych postanowień umowy, przewidujących opłaty inne niż marża handlowa w rozumieniu przepisów art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Oznacza to, że wystawione przez pozwanego faktury przedstawiały zdarzenia niezgodne z rzeczywistością (wynikające z nieważnej czynności prawnej). Wskutek tego powstała sytuacja tak, jak gdyby podatek VAT był nienależny. Wobec tego również zapłacona przez usługobiorcę cena (zawierająca podatek VAT) – kwota podatku VAT jest świadczeniem nienależnym w rozumieniu art. 410 § 2 k.c.

Ponadto, jak podkreślił Sąd Najwyższy obowiązek podatkowy tak jednej jak i drugiej strony stosunku obligacyjnego nie wpływa na wartość roszczenia kondykcyjnego.

W przypadku zwrotu nienależnego świadczenia – skutkiem jest konieczność jego ujęcia (w tym przypadku przez powoda) w uzyskanych przychodach, co niweluje osiągnięte wcześniej korzyść majątkową uzyskaną wskutek obniżenia podatku dochodowego – wynikający z uwzględnieniu w rozliczeniu podatkowym poniesionych kosztów w związku ze spełnieniem tego świadczenia (vide: też wyrok Sądu Najwyższego z 4 grudnia 2008 r. –

I CSK 224/08).

Rozliczenie tak uzyskanej korzyści winno nastąpić w ramach stosunku podatkowego łączącego podatnika podatku dochodowego z organem podatkowym i na podstawie przepisów prawa podatkowego – co pozostaje bez wpływu na wysokość roszczenia kondykcyjnego. Powyższe stanowisko podzielone przez Sąd Apelacyjny wskazuje, iż zbędne było przeprowadzanie dowodów, o jakich mowa w apelacji.

Chybione są również dalsze wywody apelacji odnoszące się do wpływu działań pozwanego o charakterze reklamowym na uzyskanie przez powoda korzyści.

Usługi marketingowe polegające na umieszczaniu zdjęć towarów powoda w gazetkach reklamowych – zaledwie kilku na osiem lat współpracy - były świadczone, lecz ich beneficjentem był pozwany, jako, że reklamował swoje towary w celu ich zbycia. Gdy chodzi o usługi marketingowe podzielić należy pogląd, że 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 towarów, ale wyłącznie do promowania marki owego dostawcy lub jego towarów, w szczególności czynności zmierzających do informowania innych podmiotów o walorach jakościowych produktów dostawcy, o korzystnym stosunku jakości do ceny tych produktów, których celem byłoby wyrobienie u owych nabywców przekonania, iż warto nabywać przede wszystkim produkty pod marką owego dostawcy - nie można mówić o usłudze promocyjnej wykonywanej na rzecz dostawcy (T. Dyś. „Nieuczciwa konkurencja: opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży" M.P. 2003/14/644, T. Szanciło „Charakter prawny opłat marketingowych jako utrudnienie dostępu do rynku”, M.P. 2013/3/117-125). Samo umieszczenie zdjęć towarów powoda w gazecie reklamowej czy wyłożenie jego towaru w oznaczonym miejscu sklepu, nie może być uznane za działalność realizowaną na rzecz i w interesie powoda. Nawet jeśli wiązała się z tym wzmószona sprzedaż, to nie wpływała ona wprost na sytuację ekonomiczną powoda, bowiem poza ceną nie był on uprawniony do żądania jakichkolwiek świadczeń finansowych od pozwanego. Ani reklama ani promocja nie mogą polegać jedynie na wyeksponowaniu ceny i nazwy produktu bądź dostawcy, bowiem po pierwsze dotyczy to każdego produktu w sklepie, po drugie nie jest nadzwyczajnym zdarzeniem przyciągającym klienta, podnoszącym świadomość marki i jej znajomość a w szczególności nie wskazuje jakie dodatkowe walory ma towar by zachęcić do jego zakupu również poza siecią.

Skarżący podniósł, że ponieważ działania marketingowe prowadzone przez niego przekładały się na wzrost sprzedaży towarów powoda w sieci handlowej pozwanego, to zwiększała się również sprzedaż powoda, czyli, że nawet jeżeli pozwany był właścicielem reklamowanych towarów, to powód odnosił korzyść w postaci większej sprzedaży. Rozumowanie takie jest błędne. Zdaniem Sądu Apelacyjnego podstawowymi kryteriami umożliwiającymi ocenę, czy usługi marketingowe i podobne mogą być świadczeniem ekwiwalentnym do pobieranych przez pozwaną opłat i czy w ogóle były świadczone, są: własność reklamowanych towarów, interes majątkowy i wpływ dostawcy na zakres usług. Niezależnie od tego wskazać trzeba, że pozwany w ogóle nie dowiódł, aby po pierwsze, umieszczenie towarów powoda w gazecie reklamowej faktycznie powodowało zwiększoną ich sprzedaż, a po drugie, aby w związku z większą sprzedażą towarów powoda, pozwany dokonywał u niego większych zamówień. Tylko zaś w takiej sytuacji można by mówić, że działania na jakie powołuje się pozwany przyniosły wymierną korzyść także powodowi. Pozwany nie wykazał, aby obroty handlowe między stronami uległy zwiększeniu

Bezzasadne są również zarzuty naruszenia przepisów prawa materialnego.

W uchwale z 19 sierpnia 2009 r. – II CZP 58/09 Sąd Najwyższy stwierdził, 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 bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Fakt popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji zastępuje przy tym przesłankę braku podstawy prawnej, o której mowa w art. 405 k.c.

Pojęcie „marża handlowa”, o której mowa w tym przepisie nie jest zdefiniowane. Strony negocjują ceny sprzedaży i w tym kontekście marżą kupującego jest różnica pomiędzy uzyskaną przez kupującego ceną odsprzedaży, a ceną zakupu. Ustawodawca nie ingeruje w wysokość ustalanych marż czy cen, z omawianej regulacji wynika jedynie, że na tych uzgodnieniach winny zakończyć się finansowe rozliczenia stron. Istotne jest to, że 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.

W przedmiotowej sprawie miało miejsce porozumienie, które nakładało na powoda obowiązek ponoszenia opłat nie mających żadnego wymiernego ekwiwalentu. Przeprowadzone w sprawie dowody nie dowodziły swobody negocjacji i zawarcia kontraktu o charakterze ekwiwalentnym, w którym świadczeniu określonych usług odpowiadałyby nawiązujące do nich świadczenia pieniężne. Brak jest również dowodu, który potwierdzałby wpływ powoda na sposób wykonywania usług. Warunkiem nawiązania współpracy przez powoda z pozwanym była zgoda tego pierwszego na poniesienie opłat z tytułu różnych usług wymienionych w zawartych umowach. Okoliczność ta wynikała w sposób jednoznaczny z zeznań powoda.

W świetle powyższego należało uznać, że zgoda powoda na poniesienie różnego rodzaju opłat za usługi oferowane przez pozwanego była koniecznym warunkiem nawiązania współpracy, która umożliwiała stronie powodowej dostęp do istotnego rynku zbytu produkowanych przez nią towarów. Takie zachowanie pozwanego, który wykorzystując swoją naturalną przewagę rynkową, narzucił dostawcy niekorzystne dla niego warunki umowy, naruszało dobre obyczaje handlowe (tak też Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 26 stycznia 2006 r., II CK 378/05, Wokanda 2006, nr 6, s. 8).

Twierdzenia strony pozwanej o podejmowaniu działań marketingowych również w interesie strony powodowej uznać należało za gołosłowne. Pozwany w żaden sposób nie wykazał, aby podejmowane przez niego działania reklamowe przekładały się na wzrost sprzedaży towarów produkowanych przez powoda i na wzrost zamówień ze strony pozwanej.

Nie zostały przedstawione na powyższe okoliczności jakiegokolwiek dowody, które wykazywałyby istnienie zależności pomiędzy wzrostem obrotów i zamówień towarów, a konkretnymi działaniami reklamowymi.

Strona pozwana nie wykazała zatem, aby umieszczanie zdjęć produktów powoda w gazetkach promocyjnych miało charakter usługi świadczonej na rzecz i w interesie strony powodowej, a nie w wyłącznym interesie samego pozwanego, który w ten sposób informował swoich klientów o promocyjnej sprzedaży własnych już produktów.

Strona pozwana nie wykazała, aby za otrzymane od strony powodowej wynagrodzenie świadczyła na jej rzecz usługi pozostające w jakiegokolwiek równoważności z tym, co sama otrzymała. Już sam sposób rozliczeń rodził wątpliwości, co do odpowiedniości świadczeń obu stron. Jakkolwiek nie można z góry zakwestionować możliwości ustalenia wynagrodzenia usługodawcy, jako procentu od obrotu, to jednak wymagało to wykazania, że usługi reklamowe świadczone były w rzeczywistym interesie dostawcy oraz że otrzymane przez nabywcę wynagrodzenie odpowiadało, chociaż w przybliżonym stopniu wartości jego wzajemnego świadczenia. Powyższe rozważania prowadzą do wniosku, że Sąd pierwszej instancji zasadnie uznał, że opłaty za usługi marketingowe miały charakter opłat, których pobieranie jest zabronione przez art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wprowadzając zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży ogranicza zakres swobody stron umowy układających wiążący je stosunek prawny. Odwołanie się do art. 353¹ k.c. statuującego zasadę swobody umów nie może zatem stanowić uzasadnienia zamieszczenia w umowie postanowień naruszających przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Ani treść ani cel umowy nie mogą pozostawać w sprzeczności z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa oraz zasadami współżycia społecznego.

Odnosząc się zaś do argumentów apelacji, iż zasądzona zaskarżonym wyrokiem kwota nie odzwierciedla faktycznego wzbogacenia pozwanej ponownie należy odnieść się do cytowanego wyżej wyroku Sądu Najwyższego z dnia 24

listopada 2011 I CSK 66/11, zgodnie z którym sam fakt spełnienia nienależnego świadczenia uzasadnia roszczenie kondykcyjne. W takim też przypadku nie zachodzi potrzeba badania, czy i w jakim zakresie spełnione świadczenie wzbogaciło osobę, na rzecz której świadczenie zostało spełnione (accipiensa), jak również, czy majątek spełniającego świadczenie (solvensa) uległ zmniejszeniu. Uzyskanie nienależnego świadczenia wypełnia bowiem przesłankę powstania wzbogacenia, a spełnienie tego świadczenia przesłankę zubożenia. Z chwilą też spełnienia świadczenia nienależnego powstaje roszczenie kondykcyjne, którego treścią jest obowiązek dokonania czynności faktycznej lub prawnej, stanowiącej świadczenie przeciwne do spełnionego. Z chwilą spełnienia świadczenia nienależnego przez powoda, powstało po jego stronie roszczenie kondykcyjne obejmujące obowiązek zwrotu wartości uzyskanych świadczeń łącznie z zawartym w cenie podatkiem od towarów i usług (vide: wyrok Sądu Najwyższego z 27 lutego 2004 r. – V CK 293/03 i wyrok Sądu Najwyższego z 24 listopada 2011 r. – I CSK 66/11).

Biorąc powyższe od uwagę apelacja podlegała oddaleniu na podstawie art. 385 k.p.c. O kosztach postępowania orzeczono na podstawie art. 98§1 i 3 k.p.c. w zw. z art. 391§1 k.p.c. w zw. z §12 ust.1 pkt 2 w zw. z §6 pkt 7 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28.09.2002r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu.