

Sygn. akt I A Ca 434/15

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 27 listopada 2015 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący: SSA Małgorzata Rybicka-Pakuła

Sędziowie: SA Katarzyna Polańska - Farion

SO (del.) Emilia Szczurowska (spr.)

Protokolant: referent - stażysta Joanna Mikulska

po rozpoznaniu w dniu 27 listopada 2015 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa B. K.

przeciwko (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (...) spółce komandytowej z siedzibą w W.

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 19 grudnia 2014 r. sygn. akt XVI GC 343/14

I. oddala apelację;

II. zasądza od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz B. K. kwotę 1800 (tysiąc osiemset) złotych tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym.

Katarzyna Polańska – Farion Małgorzata Rybicka-Pakuła Emilia Szczurowska

Sygn. akt I A Ca 434/15

UZASADNIENIE

Pozwem z 10 marca 2014 r. powódka B. K. wniosła o zasądzenie od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. kwoty 12 010,65 zł wraz z ustawowymi odsetkami i kosztami procesu. W uzasadnieniu wskazano, że na podstawie łączących strony procesu umów handlowych, powódka sprzedawała pozwanej towary w postaci płyt CD oraz DVD, które następnie były przez tą ostatnią odsprzedawane w sklepie wielkopowierzchniowym. Przyjmowanie przez pozwaną towarów uzależnione było jednak od uiszczenia na jej rzecz przez powódkę dodatkowych opłat, mających w ocenie strony powodowej, charakter opłat niedozwolonych, zakazanych zgodnie z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w postaci: bonusów warunkowych kwartalnych oraz rocznych, bonusów za wzrost obrotu oraz opłaty za reklamę centralną. Opłaty te zostały pobrane przez pozwaną w ten sposób, że wystawiała ona faktury oraz noty obciążeniowe a następnie należności

ujęte na tych dokumentach potrącała z wierzytelnościami, przysługującymi powódce z tytułu sprzedaży towarów. Pomimo skierowania przez powódkę wezwania do zapłaty, pozwana nie zwróciła pobranych opłat.

W odpowiedzi na pozew (...) sp. z o.o. R. sp.k. wniosła o oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powódki na swoją rzecz kosztów procesu a w tym zastępstwa procesowego według norm prawem przepisanych. Nade wszystko podkreśliła, że powódka w żaden sposób nie wykazała utrudniania jej przez pozwaną dostępu do rynku, jak również nie uzasadniła, dlaczego działania pozwanej były sprzeczne z prawem i dobrymi obyczajami. Nadto pozwana podniosła, że wszystkie noty obciążeniowe oraz faktury VAT zostały wystawione w oparciu o postanowienia łączących strony umów handlowych oraz marketingowych i stanowiły wyraz swobody zawierania umów. Warunki kontraktów były przez strony negocjowane a powódka podczas wielu lat współpracy nie zgłaszała zastrzeżeń co do naliczania przez pozwaną tychże opłat. Nie sposób też przyjmować, że zastrzeżenie bonusów a priori (bez dodatkowej analizy ekonomicznego uzasadnienia wprowadzenia ich do umowy) stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, tym bardziej, że do pojęcia premii pieniężnej (bonusu) odwołuje się np. art. 615 k.c. Skoro zaś ustawodawca przewiduje specjalne uregulowania poświęcone instytucji rabatów/bonusów, to de facto akceptuje tę praktykę obrotu gospodarczego. Ponadto pozwana powoływała się na interpretację podatkową bonusów i rabatów, prezentowaną przez Ministerstwo Finansów i wreszcie podniosła także zarzut przedawnienia roszczenia.

Wyrokiem z 19 grudnia 2014 r. Sąd Okręgowy zasądził od pozwanej spółki na rzecz powódki kwotę 12 010,65 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 10 kwietnia 2010 r. do dnia zapłaty i kwotę 3 018 zł tytułem zwrotu kosztów procesu a w pozostałym zakresie powództwo oddalił.

Powyższy wyrok został wydany w oparciu o następujące ustalenia faktyczne i rozważania prawne:

W latach 2005-2009 powódka B. K. współpracowała m.in. z (...) sp. z o.o. R. sp.k. z siedzibą w W., w oparciu o umowy handlowe i marketingowe, których przedmiotem objęto cały asortyment, dostarczany przez dostawcę do odbiorców (spółek należących do grupy (...)). Jak ustalił Sąd Okręgowy, umowy te przewidywały dodatkowe świadczenia dostawcy na rzecz odbiorcy: rabaty na rachunku w wysokości 3% od cen hurtowych netto; bonus kwartalny warunkowy w wysokości 1,5% (od 2007 r. 10%), płatny pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w kwartale obrotu (zdefiniowanego jako suma netto wszystkich faktur i faktur korygujących dostawcy (z tytułu zwrotu lub zmiany cen) zaksięgowanych przez wszystkich odbiorców łącznie w danym okresie rozliczeniowym (kwartale, półroczu, roku)) w wysokości 30 000 zł, płatny po zakończeniu każdego kwartału, w ciągu 30 dni od daty wystawienia faktur VAT (not obciążeniowych) przez wszystkich odbiorców; bonus roczny warunkowy w wysokości 12 % w latach 2005 – 2006, w 2007 r. 4%, od 2008 r. 4,5%, od 2009 r. 6,5%, płatny pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w roku kalendarzowym obrotu w wysokości 150 000 zł, płatny po zakończeniu roku w ciągu 30 dni od daty wystawienia faktur VAT (not obciążeniowych) przez wszystkich odbiorców; bonus za wzrost obrotu (do 2008 r. włącznie) w wysokości 0,5% - 3% (do 2007 r. do 2,75% w przypadku przekroczenia 1 000 000 zł) od całego uzyskanego obrotu, w przypadku przekroczenia określonego w umowie poziomu obrotu (w latach 2005-2006 450 000 zł – 1 000 000 zł, od 2007 r. 450 000 zł – 950 000 zł), rozliczany rocznie, płatny w ciągu 30 dni od daty wystawienia faktur VAT (not obciążeniowych) przez wszystkich odbiorców; rabat na otwarcie w wysokości 10% dodatkowo obowiązujący przy powstaniu każdego kolejnego podmiotu (odbiorcy), utworzonego z udziałem (...) sp. z o.o., naliczany od całości zamówień złożonych przed otwarciem marketu (rozliczenie w fakturze dostawcy). Począwszy od 2007 r. kwoty bonusów: kwartalnego warunkowego, rocznego warunkowego oraz za wzrost obrotu miały być dokumentowane przez odbiorców notami obciążeniowymi, bez naliczania podatku od towarów i usług. Ponadto, stosownie do zapisów umów handlowych, płatność za dostarczony towar miała być dokonywana centralnie przez (...) sp. z o.o. w imieniu i na rachunek odbiorców (m. in. (...) sp. z o.o. R. sp.k. w W.). Zobowiązanie odbiorcy mogło być także uregulowane przez potrącenie z należnością, jaką posiadać będzie wobec dostawcy inny odbiorca. Kompensata ta miała być przeprowadzana przez (...) sp. z o.o. w imieniu odbiorców. Dokonanie kompensaty oznaczać miało także dokonanie przelewu wierzytelności, w wyniku którego odbiorca stał się przez przelew wierzytelności, którą następnie skompensowano przez potrącenie ze zobowiązaniem, wierzycielem dostawcy w miejsce dotychczasowego odbiorcy-wierzyciela. Rozliczenie ekwiwalentu przelanej w celu kompensaty wierzytelności między odbiorcami, następować miało na podstawie odrębnych uzgodnień odbiorców. Jak dalej przyjął Sąd Okręgowy, łączące strony

procesu umowy marketingowe z kolei określały warunki i sposoby świadczenia przez odbiorców (m.in. (...) sp. z o.o. R. sp.k.) usług marketingowych i reklamowych na rzecz dostawcy. Mocą przedmiotowych umów m.in. spółka (...) sp. z o.o. R. sp.k. zobowiązała się w okresie obowiązywania umów do świadczenia na rzecz B. K. w sposób ciągły usług marketingowych i reklamowych, obejmujących w szczególności: ekspozycję w sklepie – organizację oraz stałą kontrolę ekspozycji towarów dostawcy w sposób zapewniający możliwie najkorzystniejszą ich prezentację w celu utrzymywania właściwego wizerunku dostawcy i jego towarów; akcje reklamowe w stosunku do wybranych towarów dostawcy, polegające w szczególności na umieszczeniu towarów w specjalnie oznaczonym i wyróżnionym miejscu regału, sklepu lub centrum handlowego (od 2007 roku); reklamę publiczną prowadzoną w środkach masowego przekazu, na billboardach, i przez internet oraz w inny podobny sposób; druki – prezentację towarów na zlecenie dostawcy w materiałach wspierających sprzedaż przygotowywanych przez odbiorców, takich jak inserty, gazetki itp. Z ustaleń sądu pierwszej instancji wynika, że wymienione akcje reklamowe miały stanowić jedynie wyliczenie przykładowe a strony mogły dowolnie modyfikować zakres usług reklamowych, świadczonych przez każdego z odbiorców, w szczególności każdy z odbiorców mógł dodatkowo świadczyć na rzecz dostawcy usługi reklamowe o charakterze okolicznościowym, związane z takimi wydarzeniami jak otwarcie nowego sklepu, reotwarcie sklepu, rocznica odbiorcy, itp. Zgodnie z treścią umów marketingowych, zawieranych przez strony począwszy od 2007 r., usługi o charakterze okolicznościowym obejmować miały okres 7 dni przed otwarciem (reotwarciem lub rocznicą) do 7 dni po otwarciu (reotwarciu lub rocznicy) i w szczególności mogły się składać z: reklamy w gazetce wydawanej w związku z otwarciem (reotwarciem lub rocznicą) sklepu; wykorzystania strony internetowej poprzez umieszczenie na niej informacji o markach dostawcy, które będą w sklepie dostępne; umieszczenia w sklepie czasowej ekspozycji – tablicy z nazwami oferowanych marek, dostarczanych przez dostawcę; informacji zamieszczonej na billboardach przygotowanych w związku z otwarciem (reotwarciem lub rocznicą) sklepu i reklamy medialnej organizowanej w innej formie wybranej przez odbiorcę. Wynagrodzenie za usługi marketingowe okolicznościowe określono na kwotę 7 500 zł na sklep. Budżet na centralne akcje reklamowe ustalono na 1,5% obrotu rocznego (tj. sumy netto wszystkich faktur i faktur korygujących dostawcy (z tytułu zwrotu lub zmiany cen), zaksięgowanych przez odbiorcę w danym okresie rozliczeniowym (kwartale, półroczu, roku)). Wynagrodzenie za świadczenie ww. usług miało być dokumentowane wystawianymi przez odbiorcę fakturami VAT a płatności miały być dokonywane na rachunki odbiorców w terminie 30 dni licząc od dnia wystawienia faktury VAT. Jednocześnie strony przyjęły, że zobowiązanie odbiorcy będzie mogło być uregulowane przez potrącenie z należnością, jaką posiada wobec dostawcy inny odbiorca (spółka z grupy (...)). Dokonanie kompensaty oznaczać miało także dokonanie przelewu wierzytelności, w wyniku którego odbiorca stał się przez przelew wierzytelności, którą następnie skompensowano przez potrącenie ze zobowiązaniem, wierzycielem dostawcy w miejsce dotychczasowego odbiorcy-wierzyciela. Rozliczenie ekwiwalentu przelanej w celu kompensaty wierzytelności między odbiorcami następować miało zaś na podstawie odrębnych uzgodnień odbiorców.

Z dalszych ustaleń Sądu Okręgowego wynika, że warunki umów handlowych faktycznie nie podlegały negocjacom. Aczkolwiek powódka, w ramach prowadzonych rozmów, proponowała obniżenie wysokości przewidzianych w przedstawianym przez odbiorcę projekcie umowy opłat, to jednak zgoda na to nie została wyrażona. Co więcej, wysokość bonusów stale wzrastała a B. K. została poinformowana na początku współpracy, że wyrażenie zgody na taką treść umów handlowych i marketingowych stanowi warunek podjęcia i kontynuowania współpracy w zakresie dostawy towarów. W oparciu o umowy handlowe, B. K. dostarczała m. in. do placówek handlowych spółki (...) sp. z o.o. R. sp.k. płyty CD oraz DVD. Cena sprzedawanego towaru była każdorazowo pomniejszana o udzielany odbiorcy przez dostawcę rabat w wysokości 3%. Sąd pierwszej instancji ustalił, że pozwana nie świadczyła usługi reklamy centralnej na rzecz B. K. a mimo to dostawca był obciążany kosztami reklamy, mimo że dostarczane przez niego towary nie były nią objęte. B. K. nie miała zagwarantowanego poziomu obrotów ze spółkami z grupy M. S. (...) ani też ze spółką (...) sp. z o.o. R. sp.k. Co więcej, z każdym rokiem współpracy obroty te malały i tak kolejno: w 2007 r. wysokość obrotów ze wszystkimi odbiorcami z grupy (...) wynosiła ok. 800 tys. zł, w 2008 roku było to 600 tys. zł, a w 2009 roku już tylko ok. 460 tys. zł. Wysokość obrotu ze spółką (...) sp. z o.o. R. sp.k. w 2008 roku wyniosła ok. 18 tys. zł a rok później ok. 10 tys. zł. Zestawienie obrotów, stanowiące podstawę naliczenia przewidzianych w umowach bonusów, B. K. każdorazowo przysyłała (...) sp. z o.o. na jej wniosek, po zakończeniu danego okresu rozliczeniowego, która z kolei wystawiła B. K. noty obciążeniowe oraz faktury VAT, wskazując w nich jako tytuł zapłaty: bonus kwartalny warunkowy, bonus roczny warunkowy, reklamę centralną oraz bonus za wzrost obrotu. Rozliczenie kwot, wynikających z not obciążeniowych

oraz faktur, wystawionych przez spółkę odbywało się co do zasady w ten sposób, że spółka uiszczala kwoty, wynikające z faktur, wystawionych przez B. K. z tytułu ceny sprzedaży dostarczanych przez nią m.in. do placówek handlowych (...) sp. z o.o. R. sp.k. towarów, pomniejszając kwoty należne B. K. o wartość wystawionych m.in. przez (...) p. z o.o. R. sp.k. not i faktur. Do każdego przelewu, dokonanego przez spółkę sporządzana była specyfikacja płatności, w której wymieniano podlegające rozliczeniu noty obciążeniowe oraz faktury wystawione przez obie strony. Każdorazowo różnica wartości była przelewana na rachunek bankowy B. K. i w konsekwencji spółka pobrała od B. K. łącznie kwotę 12 010,65 zł tytułem bonusu kwartalnego, rocznego i bonusu za wzrost obrotu a także tytułem wynagrodzenia za usługę reklamy centralnej. B. K. wezwała spółkę (...) Sp. z o.o. R. sp.k. o zwrotu pobranych kwot, lecz bezskutecznie i dlatego złożyła w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie wniosek o zawiązanie do próby ugodowej, lecz do zawarcia ugody nie doszło.

Ustaień powyższych dokonano w oparciu o niesporne pomiędzy stronami twierdzenia oraz dokumenty, zeznania świadka I. J. oraz powódki B. K., którym sąd dał wiarę, nie dostrzegając istotnych dla sprawy rozbieżności między nimi. Ponadto sąd uzasadnił oddalenie wniosku o zobowiązanie powódki do przedłożenia ksiąg rachunkowych i analogicznie wyjaśnił, że nieprzydatne dla rozstrzygnięcia w sprawie okazały się także dołączone do odpowiedzi na pozew faktury VAT, wystawiane przez powódkę innym, niż pozwana odbiorcom.

Apelację od wyroku Sądu Okręgowego wniosła pozwana spółka, zaskarżając ten wyrok w części, w jakiej powództwo zostało uwzględnione co do kwoty 10 827,43 zł wraz z odsetkami od 10 kwietnia 2010 r. do dnia zapłaty. Pozwana zarzuciła Sądowi Okręgowemu naruszenie:

I. przepisów prawa procesowego, mające istotny wpływ na wynik postępowania to jest art. 228 k.p.c. i 233 § 1 k.p.c. poprzez dokonanie oceny dowodów, zebranych w sprawie niezgodnie z ich treścią oraz sprzecznie z zasadami logiki i doświadczenia życiowego, jak również z naruszeniem zasady wszechstronnej oceny materiału dowodowego, prowadzące do wskazanych błędnych ustaleń faktycznych, polegających na przyjęciu, że:

- powódka nie miała żadnego wpływu na kształt uregulowań umownych, dotyczących obowiązku uiszczenia przez nią opłat pod rygorem zerwania współpracy, podczas gdy umowy były negocjowane i nigdy nie padła propozycja ze strony powódki podpisania umowy z pominięciem bonusów,

- pozwana utrudniała powódce dostęp do rynku, podczas gdy pod względem obrotów grupa M. S. (...), do której należy pozwana, była głównym i strategicznym odbiorcą powódki, z którym powódka w latach 2006-2009 wygenerowała obrót na poziomie 2 500 000 zł a obroty z drugim z kolei odbiorcą były znacznie niższe, co oznacza, że powódka uznała, iż współpraca z pozwaną, nawet przy uwzględnieniu obciążeń, jest dla niej o wiele bardziej korzystna, gdyż sprzedaż za pośrednictwem sklepów (...) umożliwia jej dotarcie do szerszego grona klientów i tym samym zapewnia szerszy dostęp do rynku,

- po zakończeniu współpracy z pozwaną i grupą M. S. (...), powódka w roku 2010 r. zaprzestała prowadzenia działalności gospodarczej, gdyż bez współpracy z grupą M. S. (...) działalność ta przestała być rentowna;

II. przepisów prawa materialnego to jest:

1) art. 353¹ k.c. poprzez nieuwzględnienie woli i swobody stron w zakresie ułożenia stosunku prawnego wedle własnego uznania,

2) art. 5 k.c. poprzez zasądzenie na rzecz powódki kwot, wynikających z wystawionych przez pozwaną faktur i not obciążeniowych, podczas gdy uwzględnienie żądań powódki jest sprzeczne z zasadami współzycia społecznego, gdyż strony przez ponad 8 lat współpracowały ze sobą, corocznie podpisywały nowe umowy o współpracy a powódka godziła się na te obciążenia i nigdy ich nie kwestionowała uznając, że pomimo tych obciążeń dociera do szerszego grona klientów a tym samym zwiększa się jej dostęp do rynku,

3) art. 20 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez jego zastosowanie w sprawie w zakresie ustalenia terminu przedawnienia roszczeń o zwrot opłat, uiszczonych tytułem bonusów oraz art. 554 k.c. poprzez jego niezastosowanie w sprawie, co doprowadziło do błędnego ustalenia przez sąd pierwszej instancji, że dochodzone przez powódkę roszczenia nie uległy w tym zakresie przedawnieniu,

4) art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zw. z art. 405 k.c. w zw. z art. 410 k.c. w zw. z art. 6 k.c. poprzez niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że strona pozwana uzyskiwała korzyść majątkową kosztem powódki w wysokości opłat, objętych żądaniem pozwu,

5) art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez jego niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że opłata, jaką pozwana naliczała powódce z tytułu bonusów, obliczana jako procent od wartości zakupionego towaru, jest inną niż marża handlowa opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży, podczas gdy w rzeczywistości jest to upust od ceny nabycia towarów a więc czynnik cenotwórczy, wpływający na wysokość marży handlowej, uzyskiwanej przez kupującego,

6) art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez jego zastosowanie do ustalonego stanu faktycznego w zakresie bonusów, podczas gdy z interpretacji organów państwowych wynika, iż bonus jest odrębną w stosunku do sprzedaży towarów usługą, polegającą na intensyfikacji sprzedaży towarów a tym samym nie podlega ocenie z punktu widzenia art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, co narusza także art. 2 Konstytucji (zasada państwa prawa), gdyż oznaczałoby to w przeciwnym razie, że zastosowanie się przez pozwanego do interpretacji organu państwa jest zarazem sprzeczne z przepisami ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,

7) art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zw. z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez ich błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie, polegające na przyjęciu przez sąd pierwszej instancji, że naliczanie przez pozwaną należności, związanych z bonusami stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji, co uprawnia powódkę do żądania wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści na zasadach ogólnych, tj. na podstawie przepisów o świadczeniu nienależnym,

8) art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez jego błędną wykładnię i uznanie, że z przepisu tego wynika, że w każdym przypadku pobierania za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat innych niż marża handlowa dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji tj. utrudniania innym przedsiębiorcom dostępu do rynku oraz że w świetle tego przepisu nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie, czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnianie dostępu do rynku, podczas gdy ze wskazanego przepisu nie wynikają takie wnioski,

9) art. 6 k.c. poprzez przyjęcie, że ciężar udowodnienia okoliczności, które miałyby wykluczyć kwalifikację określonego świadczenia jako świadczenia niedopuszczalnego w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, spoczywa na pozwanej jako przedsiębiorcy, która z kolei twierdzi, że omawiane unormowanie nie ma zastosowania, podczas gdy pozwanej taki ciężar dowodu nie obciąża a nadto to na powódce spoczywa ciężar wykazania, iż pozwana popełniła czyn nieuczciwej konkurencji, wskutek czego utrudniła powódce dostęp do rynku,

10) art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez jego niezastosowanie do ustalonego w niniejszej sprawie stanu faktycznego, to jest poprzez brak zbadania, czy działania pozwanej były sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami a także czy zagrażały lub naruszały interes powódki,

11) art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zw. z art. 6 k.c. poprzez zasądzenie kwot żądanych w pozwie, pomimo braku wykazania przez powódkę utrudniania jej przez pozwaną dostępu do rynku,

12) zasady swobody przedsiębiorczości, określonej w art. 49 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej

13) klauzuli konwergencyjnej, zawartej w art. 3 ust. 2 Rozporządzenia Rady nr 1/2003 z 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji, ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu Ustanawiającego Unię Europejską poprzez jej niezastosowanie.

W oparciu o tak zaprezentowane zarzuty strona pozwana wniosła o zmianę wyroku Sądu Okręgowego przez oddalenie powództwa w całości i obciążenie powódki kosztami postępowania za obie instancje, według norm przepisanych, ewentualnie o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy sądowi pierwszej instancji do ponownego rozpoznania, pozostawiając temu sądowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania apelacyjnego. Jednocześnie skarżąca złożyła wnioski o zwrócenie się z pytaniami prawnymi do Sądu Najwyższego i do Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej.

W odpowiedzi na apelację powódka wniosła o jej oddalenie i obciążenie pozwanej kosztami postępowania apelacyjnego, powołując się na prawidłowość ustaleń faktycznych i oceny prawnej, dokonanych przez Sąd Okręgowy.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja pozwanej spółki podlegała oddaleniu. Sąd Apelacyjny nie podzielił zarzutów, na których została oparta i przyjął, że wyrok Sądu Okręgowego odzwierciedla trafne ustalenia, które nie zostały skutecznie zakwestionowane w apelacji.

Apelacja w dużej części koncentrowała się na niewłaściwej ocenie przez sąd pierwszej instancji opłaty z tytułu bonusów, bowiem w ocenie skarżącej, opłata ta miała charakter premii pieniężnej dla pozwanej spółki, wypłacanej za wyniki w sprzedaży towarów po osiągnięciu odpowiedniego poziomu. Według jej stanowiska, była świadczeniem warunkowym, wypłacanym po osiągnięciu wyniku sprzedaży, nie była zaś opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży. Pozwana nie zakwestionowała natomiast ustaleń Sądu Okręgowego odnośnie niedopuszczalności – w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – naliczania opłat z tytułu reklamy centralnej.

W ocenie Sądu Apelacyjnego, nie zasługiwały na uwzględnienie w szczególności zarzuty naruszenia przez Sąd Okręgowy przepisów prawa procesowego, na które strona pozwana powoływała się w treści apelacji a w tym w pierwszej kolejności art. 233 § 1 k.p.c., skoro sąd pierwszej instancji ocenił wiarygodność i moc dowodów według własnego przekonania, na podstawie wszechstronnego rozważenia zebranego materiału, dokonując wyboru określonych środków dowodowych. Jeżeli zaś w oparciu o określony materiał dowodowy sąd wyprowadza wnioski logicznie poprawne i zgodne z doświadczeniem życiowym, to ocena sądu nie narusza reguł swobodnej oceny dowodów i musi się ostać, choćby w równym stopniu, na podstawie tego materiału dowodowego, dawały się wysnuć wnioski odmienne. Tylko w przypadku, gdy brak jest logiki w wiązaniu wniosków z zebranymi dowodami lub, gdy wnioskowanie sądu wykracza poza schematy logiki formalnej, albo wbrew zasadom doświadczenia życiowego, nie uwzględnia jednoznacznych, praktycznych związków przyczynowo - skutkowych, to przeprowadzona przez sąd ocena dowodów może być skutecznie podważona. W realiach niniejszej sprawy stwierdzić należy, iż Sąd Okręgowy starannie zebrał i szczegółowo rozważył wszystkie dowody oraz ocenił je w sposób nienaruszający swobodnej oceny dowodów, uwzględniając w ramach tejże oceny zasady logiki i wskazania doświadczenia życiowego. Nie można bowiem mówić o przekroczeniu przez sąd pierwszej instancji zasady swobodnej oceny dowodów, określonej w art. 233 § 1 k.p.c. tylko z tego powodu, że wyprowadził wnioski odmienne od tych, których oczekiwała pozwana, skoro w istocie Sąd Okręgowy gromadząc i oceniając zebrany w sprawie materiał dowodowy, nie uchybił zasadom procedury cywilnej. Przeciwnie, wbrew stanowisku skarżącej, sąd ten dokonał, na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, prawidłowych ustaleń faktycznych i trafnie określił ich konsekwencje prawne a Sąd Apelacyjny podzielił w całości te ustalenia, przyjmując je za podstawę swego orzekania. Odnosząc się także w tym miejscu do zarzutu naruszenia art. 228 k.p.c., zgodnie z którym fakty powszechnie znane nie wymagają dowodu (§1), przy czym to samo dotyczy faktów znanych sądowi urzędowo, jednakże sąd powinien na rozprawie zwrócić na nie uwagę stron (§ 2), należy wskazać, iż pozwana nie wskazała jakie to fakty powszechnie znane lub znane sądowi z urzędu Sąd Okręgowy pominął i już tylko z tego względu zarzut naruszenia art. 228 k.p.c. był chybiony. Marginalna uwaga sądu pierwszej instancji, mająca charakter nader ogólny, o uprzednim rozpoznawaniu innych, podobnych spraw, nie przekreśla faktu dokonania przez

ten sąd szczegółowych ustaleń, odnoszących się do realiów niniejszej sprawy. Wreszcie zarzut ten tym bardziej nie zasługiwał na uwzględnienie, jeżeli zważyć, że powódka uzasadniała go poprzez wskazanie naruszenia przez sąd pierwszej instancji zasad logiki i doświadczenia życiowego, których to okoliczności przepis ten nie dotyczy. Tym samym, strona pozwana nie wykazała naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 233 § 1 k.p.c. i 228 k.p.c. a jej argumenty, przedstawione w apelacji ograniczały się faktycznie do polemiki z sądem pierwszej instancji, co do uznania za opłaty zabronione przez art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji opłaty uiszczone z tytułu bonusów, jednocześnie podnosząc, że w świetle art. 353¹ k.c. bonusy nie zostały powódce narzucone.

Art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, wprowadzając zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży niewątpliwie ogranicza zakres swobody stron umowy, układających wiążący je stosunek prawny. Odwołanie się do art. 353⁽¹⁾ k.c., statuującego zasadę swobody umów nie może jednak stanowić uzasadnienia dla zamieszczania 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. Oznacza to, że swobodna wola stron w zakresie ułożenia stosunku prawnego nie jest pozostawiona wyłącznie uznaniu a doznaje ograniczeń, wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa, natury stosunku prawnego i zasad współżycia społecznego. W ocenie Sądu Apelacyjnego, nie może budzić wątpliwości, że art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie sprzeciwia się nawiązaniu relacji umownych pomiędzy dostawcą a nabywcą, z których będzie wynikał obowiązek świadczeń pieniężnych ze strony dostawcy. Niemniej jednak, obowiązek ten nie może sprowadzać się do obligowania dostawców do współfinansowania kosztów działalności gospodarczej sieci handlowej, która polega przecież na oferowaniu towarów konsumentom. Innymi słowy, odnosząc się jednocześnie do pozostałych zarzutów apelacyjnych, skupiających się wokół naruszenia przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji to jest: art. 3 ust. 1, art. 15 ust. 1 pkt 4, art. 18 ust. 1 pkt 5 i art. 20 w związku z art. 353⁽¹⁾ k.c. oraz art. 6 k.c., podnieść należy, że w istocie rację ma skarżąca twierdząc, że kooperacja z podmiotem, prowadzącym rozległą działalność handlową w sieci własnych sklepów w ramach – jak określono w apelacji – „zintegrowanego kanału dystrybucji, stworzonego przez grupę (...) (...)”, mogłyby przynosić wymierne korzyści handlowe dostawcom i producentom towarów, oferowanych w tego rodzaju placówkach handlowych a w konsekwencji uzasadniać udzielanie sieci stosownych upustów potransakcyjnych. Niemniej jednak, materiał dowodowy zgromadzony w tej sprawie pozwala na konstatację, że w kontekście faktycznego braku możliwości negocjacyjnych i stale spadających obrotów pomiędzy stronami, rzeczywistym celem wprowadzenia do umów, łączących strony ustaleń, dotyczących bonusów, nie było intensyfikowanie współpracy pomiędzy stronami, lecz zwiększenie zysków pozwanej poprzez obciążenie dostawcy opłatami za przyjęcie jego towarów do sprzedaży. Jednocześnie dowody, przeprowadzone w niniejszej sprawie w pełni uzasadniały stanowisko Sądu Okręgowego, że zgoda powódki na poniesienie opłat za dodatkowe usługi oferowane przez stronę pozwaną była koniecznym warunkiem nawiązania współpracy, która umożliwiała stronie powodowej dostęp do istotnego rynku zbytu, oferowanych przez nią towarów. Zarówno wyniki przesłuchania powódki B. K., jak i zeznania świadka I. J., wskazują nie tylko, że bonusy stanowiły warunek sine qua non nawiązania współpracy ale także i to, że ich obniżenie, pomimo licznych starań powódki, podejmowanych przy podpisywaniu każdej, kolejnej umowy, nie było możliwe z uwagi na kategoryczne stanowisko pozwanej. Z tych też względów, bez znaczenia pozostaje to, że świadek I. J. w istocie zeznała, iż powódka nie przedstawiła swojego wzoru umowy a przy tym szybko zaakceptowała warunki współpracy. Nawiązanie i kontynuowanie współpracy oznaczało bowiem konieczność zaakceptowania bonusów i dlatego za trafne uznać należało ustalenie sądu pierwszej instancji co do narzucenia powódce ww. usług i uzależnienia od ich świadczenia możliwości sprzedaży przez powódkę towaru, znajdującego się w jej ofercie handlowej. Trafnie przy tym przyjął Sąd Okręgowy, że bonusy pobierane przez pozwaną nie były elementem marży a w konsekwencji ich pobór stanowił naruszenie art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Aczkolwiek Sąd Najwyższy w wyrokach z 17 kwietnia 2015 r., I CSK 136/14, niepubl. i 18 listopada 2015 r., III CZP 73/15, niepubl. orzekł, że w stosunkach handlowych między nabywcą, prowadzącym sieć sklepów a dostawcą nie jest wyłączone uznanie zastrzeżonej w umowie premii pieniężnej, uzależnionej od obrotu za rabat posprzedawowy, niestanowiący opłaty, przewidzianej w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, to jednak nie można abstrahować realiów tej, konkretnej sprawy w kontekście wyroku Sądu Najwyższego z 23 października

2014 r., I CSK 597/13, niepubl. w którym uznano, że przy ocenie tego, czy dochodzi do pobierania przez odbiorcę towarów opłaty innej niż marża handlowa za przyjęcie towarów do sprzedaży, należy brać pod uwagę nie tylko sam czynnik formalno-prawny (istnienie odpowiednich porozumień ze sprzedającym, umieszczonych w treści umowy o współpracę, w umowie sprzedaży lub nawet odrębnych), ale także - faktyczne ukształtowanie relacji handlowej pomiędzy przedsiębiorcą - dostawcą i przedsiębiorcą - odbiorcą towaru. Sama treść porozumień przewidujących opłaty „pozamarżowe” nie przesądza jeszcze o braku deliktu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Decydujące znaczenie ma handlowy sens takich opłat (tj. w czym interesie je ostatecznie zastrzeżono), w jaki sposób (przy pełnej lub ograniczonej swobodzie negocjacyjnej stron) i jakie ostatecznie inne jeszcze okoliczności ukształtowały faktyczną relację handlową między przedsiębiorcami. Sąd Apelacyjny w pełni podziela ten pogląd, tym bardziej, że podobne stanowisko wyrażane jest również w doktrynie, która nie odrzuca możliwości uznania bonusów liczonych od obrotu za opłaty niedozwolone, jeżeli taki wniosek wynika w szczególności z proporcji rabatu do pierwotnej ceny oraz warunków, które uzgodnione są przez strony do ich naliczania (K. Szczepanowska – Kozłowska, Czy rabat jest opłatą półkową, Glosa 2015, nr 2, s. 88). W ocenie Sądu Apelacyjnego, Sąd Okręgowy przeprowadził w tym zakresie logiczną analizę istoty bonusów pobranych przez pozwaną i słusznie uznał, że nie stanowiły one elementu kształtowania ceny w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Także zdaniem Sądu Apelacyjnego, zastrzeżone i pobrane przez pozwaną bonusy kwartalne i roczne, jak również za wzrost obrotu były zależne od wielkości obrotu, niemniej jednak nie sposób przyjąć, że stanowiły one element mechanizmu kształtowania ceny a więc marżę w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Słusznie bowiem zauważył Sąd Okręgowy, że już na samym wstępie współpracy powódka udzieliła pozwanej rabatu od ceny jednostkowej w wysokości 3%, co jednoznacznie wynika z treści każdej faktury VAT, przedłożonej wraz z pozwem. Tym samym, niezależnie od uzgodnionej ceny sprzedaży, pozwana w istocie płaciła na rzecz powódki mniejszą kwotę, albowiem ta udzieliła jej już rabatu na fakturze, co zresztą zastrzegano w umowach handlowych. Ponadto, analizując również progi, które upoważniały pozwaną do naliczenia rabatu kwartalnego i rocznego, jak również premii za wzrost obrotu – ich sposób zdefiniowania i wysokość nie można zasadnie twierdzić, iż stanowiły one rabat potransakcyjny. Z niekwestionowanych w toku procesu ustaleń sądu pierwszej instancji wynika, że w roku 2005 bonus kwartalny wynosił 1,5%, zaś podstawą do jego naliczenia był obrót w wielkości 30 000 zł, przy czym odnoszono go do sumy netto wszystkich faktur i faktur korygujących dostawców z 28 podmiotami, zaś bonus roczny wynosił 12% w razie uzyskania lub przekroczenia obrotu w wysokości 150 000 zł. Jednocześnie, w tym samym okresie bonus za wzrost obrotu wynosił 0,5% przy obrocie powyżej 450 000 zł, 1% przy obrocie powyżej 550 000 zł, 2% przy obrocie powyżej 650 000 zł, 2,5% przy obrocie powyżej 750 000 zł i wreszcie 2,75% przy obrocie powyżej 1 000 000 zł. W roku 2007 bonus kwartalny warunkowy wynosił 10% przy obrocie 30 000 zł z 39 podmiotami, zaś bonus roczny warunkowy 4% w razie obrotu na kwotę co mniej 150 000 zł a bonus za wzrost obrotu wynosił 0,5% przy obrocie powyżej 450 000 zł, 1% przy obrocie powyżej 550 000 zł, 2% przy obrocie powyżej 650 000 zł, 2,5% przy obrocie powyżej 750 000 zł, 2,75% przy obrocie powyżej 850 000 zł oraz 3% przy obrocie powyżej 950 000 zł. W roku 2008 bonus kwartalny warunkowy wynosił 10% przy obrocie 30 000 zł z 46 podmiotami, zaś bonus roczny warunkowy 4,5 % w razie osiągnięcia obrotu w wysokości 150 000 zł. Natomiast bonus za wzrost obrotu wynosił 0,5% przy obrocie powyżej 450 000 zł, 1% przy obrocie powyżej 550 000 PLN, 2% przy obrocie powyżej 650 000 zł, 2,5% przy obrocie powyżej 750 000 zł, 2,75% przy obrocie powyżej 850 000 zł oraz 3% przy obrocie powyżej 950 000 zł. W roku 2009 bonus kwartalny warunkowy wynosił 10% przy obrocie 30 000 zł z 52 podmiotami, zaś bonus roczny warunkowy 6,5 % w razie osiągnięcia obrotu w wysokości 150 000 zł, przy czym wówczas nie zastrzeżono bonusu za wzrost obrotu. Uważna analiza wysokości bonusu kwartalnego i rocznego w kontekście realizowanego pomiędzy stronami obrotu, prowadzi do jednoznacznego wniosku, iż bonus kwartalny warunkowy w powyższych okresach ulegał wzrostowi nominalnemu i faktycznemu. O ile w roku 2005 wynosił on 1,5%, o tyle w latach 2007-2009 już 10%. Tendencja zwykłowa towarzyszyła także naliczaniu bonusu rocznego warunkowego w roku 2005 – 12%, w roku 2007-4%, 2008-4,5%, w roku 2009 – 6,5%. I co prawda, w roku 2007 bonus roczny zmniejszył się o 8%, niemniej jednak, w tym samym czasie zwiększył o 8% się bonus kwartalny, co w konsekwencji powodowało, że pozwana mogła szybciej (od mniejszego progu) i cztery razy w roku naliczyć bonus a to z kolei nie pozwala na wniosek, iż w rzeczywistości doszło do zmniejszenia wysokości bonusów. Jednocześnie należy stanowczo podkreślić, iż powyższy wzrost odbywał się przy zachowaniu niezmiennych progów obrotu, upoważniających pozwaną do naliczenia bonusów to jest na poziomie 30 000 zł i 150 000 zł. Progi te zaś nie odnosiły się jedynie do obrotu z pozwaną spółką indywidualnie, ale

ze wszystkimi spółkami, będącymi stronami umowy, a ilość tych spółek również ulegała systematycznemu wzrostowi, tzn. w 2005 r. – 28 odbiorców, w 2007 r. – 39 odbiorców, w 2008 r. – 46 odbiorców, w 2009 r. – 52 odbiorców. Tym samym ekonomiczna dolegliwość bonusów z każdym rokiem rosła, albowiem niezależnie od tego, że rosła ich wartość nominalna, to dodatkowo rosła ilość podmiotów, co do których obrót był brany pod uwagę, przy określaniu niezmiennego progu, upoważniającego do naliczenia bonusu. Okoliczność ta, w ocenie Sądu Apelacyjnego, nie pozwala uznać, że bonusy miały charakter rabatów posprzedażowych. Istotą bowiem rabatu posprzedażowego, co było podkreślane przez pozwaną, jest ulga udzielona odbiorcy (pозwanej) w związku z wielkością obrotu. Skoro zaś w realiach niniejszej sprawy zwiększeniu ilości odbiorców nie towarzyszył wzrost progów, czy choćby obniżka wielkości bonusów, nie sposób uznać, że przyczyną ich naliczenia była intencja powódki, polegająca na obniżeniu ceny w związku z wielkością obrotu. Przy tym należy podkreślić, że dla naliczenia przez pozwaną spółkę bonusów nie miała żadnego znaczenia wielkość obrotów z nią samą bo nawet gdyby obroty z pozwaną spółką były minimalne, ale z innym podmiotem – stroną umowy handlowej powódka osiągnęłaby próg, będący podstawą do naliczenia bonusu, to i tak pozwana byłaby uprawniona w świetle umowy do pobrania od kwot, określonych w fakturach, wystawionych przez powódkę bonusu. Bez znaczenia jest nawet to, że bonusy były rozliczane między odbiorcami proporcjonalnie do wysokości dokonanych przez nich zakupów, skoro dla samej dopuszczalności naliczenia przez pozwaną powódcę bonusu żadnego znaczenia nie miała wielkość obrotu w relacji powódka – pozwana. Słusznie przy tym podkreślił Sąd Okręgowy, że na potrzeby naliczenia bonusu kwartalnego i rocznego pod uwagę był brany ten sam obrót bo wobec niewystawiania przez pozwaną faktury korygującej, mimo naliczenia bonusu kwartalnego warunkowego, nie ulegał zmniejszeniu obrót za ten kwartał o naliczony bonus. Tym samym, przy naliczaniu bonusu rocznego brane były ceny z faktur, które nie zostały pomniejszone o udzielony już wcześniej bonus kwartalny warunkowy. Podobnie opłat a przy tym okoliczności, polegające na niewystawianiu przez powódkę faktur korygujących w związku z pobraniem bonusów oraz naliczanie bonusu rocznego od obrotu, który nie był pomniejszony o bonus kwartalny wskazują, że bonusy te nie mogły być traktowane przez strony jako rabat posprzedażowy. Wreszcie także, wbrew stanowisku skarżącej, bonusy za wzrost obrotu nie stanowiły rabatu posprzedażowego. Nie były one faktycznie powiązane ze wzrostem obrotu w stosunku do poprzedniego okresu. Progi upoważniające do naliczenia tych bonusów, mimo zwiększania się liczby odbiorców nie wzrastały, a jednocześnie w żaden sposób nie były powiązane z obrotem w poprzednim okresie. W roku 2007, w stosunku do roku 2005, zmalał próg obrotu upoważniający pozwaną do naliczenia bonusu w kwocie 2,75%, a jednocześnie pojawiła się nowa wielkość rzeczonoego bonusu – 3%, przy czym próg do jego naliczenia był niższy niż w 2005 r. W 2008 r. bonus za wzrost obrotu, tak w zakresie progów, jak i nominalnej wielkości pozostał taki sam jak w roku 2008. Realny brak podniesienia progów, upoważniających do naliczenia bonusu za wzrost obrotu jest tym bardziej godny podkreślenia, iż w okresie tym ulegała systematycznemu zwiększeniu ilość odbiorców a przy tym bezspornie obroty powódki ze wszystkimi odbiorcami ulegały zmniejszeniu. W toku współpracy handlowej w latach 2006 – 2007 strony zrealizowały obrót w łącznej wysokości około 800 000 zł, rok później około 600 000 zł a w ostatnim roku współpracy to jest w 2009 r. już tylko na poziomie około 460 000 zł. I nawet w tej sytuacji, do 2008 r. rabat za wzrost obrotu, przy faktycznym jego spadku był naliczany, dlatego też nie sposób uznać, że pobieranie tego bonusu było związane ze zwiększeniem się obrotu. Tym bardziej, że obrót wyliczany do poboru tego bonusu nie był pomniejszany o uprzednio naliczony bonus kwartalny i roczny warunkowy. W kontekście zaś zarzutów apelacyjnych podnieść należy także i to, że bez znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy pozostaje, skąd powódka uzyskiwała środki na pokrycie należności, pobieranych od niej przez pozwaną, skoro w istocie za pomocą dowodów z dokumentów powódka udowodniła, że w istocie nie otrzymała całości wynagrodzenia za wydany na rzecz pozwanej towar (art. 405 w zw. z art. 410 i 6 k.c.). Twierdzenie zaś pozwanej spółki, zawarte w tym zakresie w apelacji a odnoszące się do otrzymywania przez pozwaną bliżej nieokreślonych środków finansowych od austriackiego kontrahenta – spółki (...) mają charakter na tyle ogólny, że nie pozwalają ani na ich powiązanie co do zasady z roszczeniem, dochodzonym w tej konkretnej sprawie, ani tym bardziej z jego wysokością a przy tym odnoszą się do opłat za otwarcie nowych sklepów, które nie są przedmiotem niniejszego postępowania.

Sąd Apelacyjny podziela natomiast pogląd strony pozwanej, wyrażony w apelacji, że powyższej przytoczone okoliczności nie przesądzają jeszcze, że w przedmiotowej sprawie pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji. Należy bowiem zaakceptować stanowisko reprezentowane w niniejszej sprawie przez pozwaną, poparte również orzecznictwem Sądu Najwyższego i Trybunału Konstytucyjnego, zgodnie z którym dla ustalenia popełnienia

czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji niezbędnym jest udowodnienie, że w wyniku pobrania innej, niż marża opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży doszło do utrudniania przedsiębiorcy dostępu do rynku. Słusznie zauważa skarżąca, że brak jest podstaw do kreowania domniemania, iż wykazanie pobrania innej niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży zwalnia z udowodnienia, że powyższe utrudniało dostęp przedsiębiorcy do rynku albowiem nie ma ono oparcia w brzmieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Dopiero kumulatywne wykazanie tych okoliczności pozwala stwierdzić, iż doszło do czynu nieuczciwej konkurencji, zdefiniowanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W ocenie Sądu Apelacyjnego, orzekającego w niniejszej sprawie, obligatoryjnym staje się w tym zakresie zdefiniowanie rzeczoności rynku i szerokie jego ujęcie, zgodnie z którym pod pojęciem dostępu do rynku rozumie się swobodę wejścia na rynek, wyjścia z niego a także możliwość oferowania na nim swoich towarów i usług (C. B., M. B., Utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży (art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.), (...) 2008, nr 4, s. 11). Rynek ten obejmuje już rynek subiektywnie ujmowany a wykreowany poprzez strony transakcji (postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 19 maja 2011 r., I CSK 700/10, niepubl., D. Wolski, Wybrane zagadnienia na tle orzeczeń dotyczących opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2013, nr 2, s. 35) a utrudnienie dostępu do niego ma miejsce wówczas, gdy pobór opłaty wpłynął na obniżenie konkurencyjności sprzedawanych towarów lub w sposób nieuzasadniony zwiększa zyski nabywcy kosztem obniżenia dochodów sprzedawcy (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 17.4.2015 r., I CSK 136/14, niepubl.). Nie może zatem budzić wątpliwości sądu drugiej instancji, że w wyniku poboru bonusów kwartalnych, rocznych, jak również za wzrost obrotu, w istocie doszło do utrudnienia dostępu powódce do rynku w takim rozumieniu. Skoro bowiem z zeznań świadka I. J., która jest pracownikiem holdingu, z którym była zawierana umowa handlowa jednoznacznie wynika, że nie było możliwości zawarcia umowy w takiej postaci aby nie było w niej przewidzianego bonusu, to już samo uzależnianie przez pozwaną zawarcia umowy z powódką od zastrzeżenia bonusu stanowi o utrudnieniu w ten sposób powódce dostępu do rynku. Obligatoryjność ponoszenia dodatkowych kosztów, mająca na celu zagwarantowanie możliwości sprzedaży towarów, stanowi rodzaj bariery finansowej, która ogranicza danemu dostawcy dostęp do rynku, zarówno w sensie bezpośrednim z uwagi na konkretne obciążenie finansowe, jak i pośrednim bo w ten sposób utrudniona jest rywalizacja rynkowa z dostawcami, którzy tych dodatkowych kosztów nie ponoszą. Pobranie zaś bonusów skutkowało nieuzasadnionym zwiększeniem zysków nabywcy, kosztem obniżenia dochodów sprzedawcy, bowiem ogólne zyski powódki z transakcji z pozwaną były niższe a przy tym pozwana ani nie twierdziła, a tym bardziej nie udowodniła, że konsekwencją poboru przez nią bonusów było zmniejszenie ceny płaconej finalnie przez klientów całej sieci. Tym samym, powódka wykazała, że pobór bonusów zmniejszał jej zyski a pozwana nie twierdziła, że jednocześnie nie doszło do zwiększenia jej korzyści. Zaznaczyć przy tym należy, że obroty powódki z całym holdingem, w którym uczestniczyła pozwana spółka zmniejszały się, mimo iż zwiększała się liczba odbiorców z którymi była zawierana kolejna umowa handlowa i dlatego – jak zeznała powódka – od 2010 r. zakończyła współpracę z pozwaną i innymi spółkami z tego samego holdingu a następnie zaprzestała prowadzenia działalności gospodarczej. Powyższe również musi prowadzić do wniosku, że pobierane przez pozwaną opłaty nie tylko utrudniały powódce dostęp do rynku, ale ostatecznie wręcz go uniemożliwiły. Powódka z powodu nierentowności współpracy zakończyła bowiem prowadzenie działalności gospodarczej. Skoro zatem z powodu pobranych przez pozwaną opłat powódka zniknęła z rynku (obrotu gospodarczego), to tym samym należy przyjąć, że opłaty te w rzeczywistości wypełniały znamiona czynu nieuczciwej konkurencji, wynikającego z art. 15 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. To zaś, że pozwana spółka a dokładnie rzecz ujmując, holding w którym uczestniczyła był dla powódki zasadniczym odbiorcą jej towarów, przemawia za twierdzeniem, że w istocie pozwana i inne spółki z tego samego holdingu wyznaczały dla powódki rynek, do którego jednocześnie utrudniały jej dostęp z uwagi na pobierane opłaty, w tym bonusy kwartalne, warunkowe i bonusy za wzrost obrotu. Powyższych wniosków nie może przekreślić także interpretacja poszczególnych kategorii bonusów i rabatów, wyrażona w uzasadnieniu wyroku Sądu Najwyższego z dnia 20 lutego 2014 r., I CSK 236/13, niepubl. z przywołaniem uchwały 7 sędziów Naczelnego Sądu Administracyjnego z 25 czerwca 2012 r., I FPS 2/12, ONSAiWSA 2013/6/85, że wypłata kontrahentowi bonusu warunkowego (premii pieniężnej) z tytułu osiągnięcia określonej wartości sprzedaży stanowi rabat w rozumieniu art. 29 ust. 4 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. Nr 54, poz. 535 ze zm.), zmniejszający podstawę opodatkowania. Wykładnia ta z oczywistych zresztą względów nie odnosi do realiów niniejszej sprawy, bo te stanowiły przedmiot powyższej analizy. Słusznie przy tym zauważył Sąd Okręgowy, że interpretacje sądów

administracyjnych dokonywane były jedynie w kontekście zgodności tych opłat z przepisami prawa podatkowego, stąd też naruszenia konstytucyjnej zasady demokratycznego państwa prawa ze strony sądu pierwszej instancji próżno się doszukiwać.

Niezasadny okazał się także zarzut naruszenia art. 554 k.c. w zw. z art. 20 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, bowiem Sąd Okręgowy zasadnie ocenił, że w przedmiotowej jednak sprawie powódka nie dochodzi roszczenia z tytułu sprzedaży, ale czynu nieuczciwej konkurencji. Roszczenie to ma natomiast samodzielnie określony termin przedawnienia. Zgodnie z art. 20 u.z.n.k. roszczenia z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji ulegają przedawnieniu z upływem lat trzech. Bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie co do każdego naruszenia a przepis art. 442 k.c. (442¹ k.c.) stosuje się odpowiednio. Jak natomiast trafnie zauważył Sąd Okręgowy, termin najwcześniej potrąconego roszczenia łącznie w obu sprawach przypadał na dzień 30 kwietnia 2007 r. Pozew zaś w tej sprawie został złożony co prawda w dniu 10 marca 2014 r., niemniej bieg terminu przedawnienia został uprzednio przerwany na podstawie art. 123 § 1 pkt 1 k.c. poprzez zawezwanie do próby ugody z dnia 12 kwietnia 2010 r., przy czym trzyletni termin przedawnienia rozpoczął bieg na nowo od dnia posiedzenia w dniu 16 marca 2011 r. (sprawa XV GCo 173/10) a wobec tego w dniu wytoczenia przedmiotowego powództwa, do przedawnienia roszczenia nie doszło.

Wreszcie Sąd Apelacyjny nie znalazł również usprawiedliwienia do zastosowania art. 5 k.c. w zakresie wskazanym w apelacji. Okoliczność, że strony współpracowały ze sobą przez wiele lat i podpisywały umowy o treści powoływanej w sprawie nie oznacza, że żądanie zapłaty wywiedzione przez powódkę, które jest uzasadnione w świetle obowiązującego prawa, jest jednocześnie naruszeniem zasad współzycia społecznego. Tolerowanie przez powódkę przez wiele lat nieuczciwych praktyk rynkowych w celu uzyskania dostępu do rynku, nie zmienia charakteru prawnego tych opłat a wystąpienie na drogę sądową nie może być traktowane jako sprzeczne z zasadami współzycia społecznego. Innymi słowy, nie sposób upatrywać w działaniu powódki, która wytoczyła proces w tej sprawie naruszenia zasad współzycia społecznego i nadużycia prawa jedynie w kontekście twierdzenia, że przez wiele lat współpracy B. K. nie zrobiła nic, aby wyjść z niekorzystnej sytuacji, tym bardziej, że powódka w istocie wielokrotnie manifestowała wobec spółki wolę obniżenia opłat bonusowych, ale nigdy nie spotkała się w tym zakresie z aprobatą ze strony pozwanej.

Zarzuty i twierdzenia apelacji, odwołujące się do naruszenia prawa unijnego nie zostały podniesione na etapie postępowania przed sądem pierwszej instancji. W świetle zaś art. 381 k.p.c., sąd drugiej instancji jest uprawniony do pominięcia nowych faktów i dowodów, zgłoszonych dopiero w postępowaniu apelacyjnym, jeżeli strona mogła je powołać przed sądem pierwszej instancji, chyba że potrzeba ich powołania wynika później. Usprawiedliwieniem dla uwzględnienia twierdzeń strony pozwanej w tym zakresie nie może być jedynie ogólny brak uprzedniej refleksji co do ewentualnego wyniku procesu. Niezależnie jednak od powyższego, pozwana nie podniosła żadnych okoliczności, które mogłyby prowadzić do wniosku o zagrożeniu konkurencyjnej struktury wspólnego rynku w świetle zarzutu ograniczenia przedsiębiorczości obywateli państwa członkowskiego na terytorium innego państwa członkowskiego, ograniczając się do ogólnego twierdzenia, że jedynym wspólnikiem (...) sp. z o.o. jest spółka mająca siedzibę na terenie Niemiec. Sąd Apelacyjny nie dopatrywał się w niniejszej sprawie naruszenia art. 49 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, jak również klauzuli konwergencyjnej zawartej w art. 3 ust. 2 Rozporządzenia Rady nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji, ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu Ustanawiającego Unię Europejską. O zastosowaniu powyższych norm prawnych można by mówić jedynie w sytuacji, gdyby transakcje pomiędzy stronami mogły wpływać lub wpływały na handel między państwami członkowskimi a taka okoliczność w przedmiotowej sprawie nie zaistniała. Biorąc zaś pod uwagę niską wartość przedmiotu sporu oraz fakt, że strony procesu w istocie mają siedzibę na terenie jednego państwa członkowskiego i to na nim prowadzą działalność gospodarczą, nie sposób wnioskować o wpływie na rynek wewnętrzny Unii Europejskiej. Niecelowym zatem było w tej sytuacji wystąpienie z pytaniami prawnymi do Trybunału Sprawiedliwości, podobnie jak i zwrócenie się z pytaniem prawnym do Sądu Najwyższego, bowiem zagadnienia wskazane przez skarżącą nie budzą wątpliwości, które winien wyjaśniać Sąd Najwyższy i zostały szczegółowo przeanalizowane powyżej przez pryzmat roszczenia zgłoszonego w tej, konkretnej sprawie.

Oceniając okoliczności niniejszej sprawy oraz materiał złożony przez strony, Sąd Apelacyjny podzielił stanowisko Sądu Okręgowego i przyjął, że kompensata wierzytelności dostawcy z tytułu sprzedaży kolejnych partii towarów z naliczonymi bonusami, określonymi w umowach łączących strony, była czynem nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy i źródłem bezpodstawnej korzyści z art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy, które odpowiadały wartości niezyskanych dochodów ze sprzedaży przez dostawcę towarów, zamawianych przez pozwaną w okresie istotnym dla wyniku sprawy. Żaden z zarzutów apelacji nie był więc zasadny. Apelacja pozwanej podlegała tym samym oddaleniu z mocy art. 385 k.p.c.

O kosztach postępowania apelacyjnego orzeczono zgodnie z art. 98 § 1 i 3 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c. i dlatego też od strony pozwanej na rzecz powódki została zasądzona kwota 1 800 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego przed Sądem Apelacyjnym w stawce minimalnej z § 12 ust. 1 pkt 2 w zw. z § 6 pkt 5 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu, stosownie do rodzaju sprawy i wartości przedmiotu zaskarżenia, która wynikała z apelacji.

Katarzyna Polańska – Farion Małgorzata Rybicka – Pakuła Emilia Szczurowska