

Sygn. akt I ACa 813/15

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 11 marca 2016 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący: SSA Katarzyna Polańska -Farion

Sędziowie SA Robert Obrębski (spr.)

SO (del.) Paulina Asłanowicz

Protokolant: Karolina Długosz

po rozpoznaniu w dniu 11 marca 2016 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W.

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

o zapłatę

na skutek apelacji powódki

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 14 października 2014 r., sygn. akt XVI GC 891/14

I. zmienia zaskarżony wyrok w ten sposób, że zasądza od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. kwotę 40573 zł (czterdzieści tysięcy pięćset siedemdziesiąt trzy złote) wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 9 grudnia 2008 r. do dnia zapłaty oraz kwotę 8657,56 zł (osiem tysięcy sześćset pięćdziesiąt siedem złotych pięćdziesiąt sześć groszy) tytułem zwrotu kosztów procesu;

II. zasądza od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. kwotę 3829 zł (trzy tysiące osiemset dwadzieścia dziewięć złotych) tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

Robert Obrębski Katarzyna Polańska-Farion Paulina Asłanowicz

Sygn. akt IA Ca 813/15

UZASADNIENIE

Pozwem wniesionym 21 kwietnia 2011 r. (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. wniosła o zasądzenie od (...) z ograniczoną odpowiedzialnością i spółka” spółki komandytowej z siedzibą w W. kwoty 84805,86 zł wraz z ustawowymi odsetkami do dat podanych w pozwie dla poszczególnych części tej należności do dnia zapłaty tytułem zwrotu bezpodstawnych korzyści uzyskanych z czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu przez stronę pozwaną innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie do sprzedaży we własnej sieci sklepów towarów

dostarczanych przez powódkę. W pozwie podniesiono, że warunki świadczenia usługi marketingowych, reklamowych i logistycznych oraz pobierania premii pieniężnych zostały narzucone przez stronę pozwaną. Nie były uzgodnione, zaś odmowa ich przyjęcia uniemożliwiała nawiązanie i dalszą realizację współpracy. Powódka twierdziła, że usługi marketingowe i reklamowe nie były faktycznie świadczone. Zaprzeczała ponadto, aby premie pieniężne, naliczane od obrotu osiąganego przez strony, w łącznej kwocie 40573 zł, stanowiły rodzaj rabatu posprzedazowego, który również uznawała za zabroniony, jeżeli taka opłata została narzucona sprzecznie z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Utrudniała bowiem faktycznie powódce dostęp do rynku w rozumieniu tego przepisu. Jako podstawa prawna roszczenia został powołany art. 18 ust. 1 pkt 5 tej ustawy. Powódka wniosła ponadto o zasądzenie kosztów postępowania na swoją rzecz od strony pozwanej.

Pozwana wnosiła o oddalenie powództwa. Przyznając fakty dotyczące naliczania wynagrodzenia za usługi marketingowe, reklamowe i logistyczne oraz pobierania premii, podnosiła, że takie należności zostały uzgodnione przez strony. Nie utrudniały powódce dostępu do rynku i były korzystne nie tylko dla pozwanej, ale również dla dostawcy. Według pozwanej, ekspozycja produktów powódki znacznie zwiększała popyt na dostarczane produkty. Istotnie więc się przyczyniała do zwiększenia obrotów. Ponadto pozwana zaprzeczała, aby usługi były pozorne oraz by ich wykonanie stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji. Podnosiła, że prowadzi działalność z wykorzystaniem nowoczesnych technik handlu, polegających na łączeniu sprzedaży w różnych usługami. Wskazywała ponadto, że premie pieniężne stanowiły szczególnego rodzaju rabatu ze strony dostawcy, który był uzależniony od wielkości obrotów we współpracy między stronami, swoisty upust udzielany po zrealizowaniu określonej partii dostaw, z którego przychód w orzecznictwie sądów administracyjnych nie jest obecnie uważany za usługę obciążoną podatkiem od towarów i usług. Nie stanowiąc bowiem wynagrodzenia za usługę, nie może zostać uznany za inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów prowadzonych przez pozwaną.

Wyrokiem z dnia 20 maja 2013 r. Sąd Okręgowy zasądził od pozwanej na rzecz powódki kwotę 8405,86 zł wraz z ustawowymi odsetkami od 9 grudnia 2008 r. do daty zapłaty. Oddalił powództwo w zakresie odsetek za poprzedni okres i zasądził od pozwanej na rzecz powódki kwotę 11498 zł tytułem zwrotu kosztów procesu. Nie poczynił jednak w uzasadnieniu żadnych ustaleń co do pobierania przez pozwaną premii pieniężnych, których potrącanie nie zostało również objęte argumentacją prawną związaną z zastosowaniem w tej sprawie art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy. W wyniku częściowego uwzględnienia apelacji pozwanej, wyrokiem z dnia 7 lutego 2014 r., wydanym w sprawie IA Ca 1113/13, Sąd Apelacyjny zmienił częściowo punkt pierwszy podanego wyroku poprzez oddalenie powództwa o zasądzenie kwoty 7517,60 zł z tytułu usług logistycznych, których świadczenie przez pozwaną na korzyść powódki zostało uzgodnione w umowach łączących strony, jak również przez uchylenie wyroku objętego apelacją i przekazanie sprawy o zasądzenie kwoty 40573 zł tytułem premii pieniężnych do ponownego rozpoznania oraz rozstrzygnięcia przez Sąd Okręgowy o kosztach postępowania apelacyjnego. W pozostałym zakresie apelacja strony pozwanej została oddalona. Sąd Apelacyjny uznał bowiem, że pobieranie przez pozwaną pozostałych usług marketingowych i reklamowych stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji polegający na pobieraniu innych niż marża opłat za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów, które prowadziła strona pozwana.

W ramach ponownego rozpoznawania sprawy przez Sąd Okręgowy obie strony podtrzymywały zajmowane wcześniej stanowiska w zakresie dotyczącym premii pieniężnych. Powódka podnosiła, że tego rodzaju obciążenia w ogóle nie były przewidziane w umowie z dnia 1 stycznia 2006 r., która była realizowana pod koniec 2006 r. Wskazywała również, że w umowie z dnia 15 grudnia 2006 r. premie pieniężne zostały wprowadzone. Nie zostały jednak skonstruowane jako rabat posprzedazowy, lecz jako wynagrodzenie za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży, którego pobieranie nie miało żadnego innego ekwiwalentu. Strona pozwana twierdziła natomiast, że chodziło o wskazany rabat.

Po ponownym rozpoznaniu sprawy, wyrokiem z dnia 10 października 2014 r. Sąd Okręgowy oddalił powództwo o zapłatę kwoty 40573 zł wraz z odsetkami tytułem premii pieniężnych i zasądził od powódki na rzecz strony pozwanej kwotę 6621,53 zł tytułem zwrotu kosztów procesu za obie instancje.

Na podstawie zebranych dowodów, Sąd Okręgowy ustalił, że w ramach prowadzonej działalności gospodarczej, powódka dostarczała towary, które pozwana nabywała na podstawie umów o współpracy z dnia 1 stycznia 2006

i z dnia 15 grudnia 2006 r., w celu ich sprzedaży w ramach sieci własnych sklepów. Obie umowy, jak ustalił Sąd Okręgowy, dotyczyły usługi marketingowych oraz premii pieniężnych, których wysokość była uzależniona od obrotów. Sąd Okręgowy ustalił, że w okresie obowiązywania powołanych umów, pozwana obciążyła powódkę należnościami z tytułu premii pieniężnych w kwocie 40573 zł, na które pozwana wystawiła faktury. Wierzytelności z tego tytułu, jak ustalił Sąd Okręgowy, zostały potrącone z należnościami powódki z tytułu dostawy kolejnych partii towarów. Ustalono również zostało, że pismem z dnia 1 grudnia 2008 r. powódka bezskutecznie wzywała pozwaną do zapłaty kwoty 10181,68 zł, w tym potrąconych premii rocznych, w terminie do 8 grudnia 2009 r.

Sąd Okręgowy uznał, że żądanie oparte na art. 15 ust 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji podlegało oddaleniu. Sądu Okręgowego nie znalazł bowiem podstaw do uznania premii rocznych za inne niż marża opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci wielkopowierzchniowych sklepów pozwanej. Odwołując się w szczególności wyroku składu 7 sędziów NSA z dnia 25 czerwca 2012 r., I FPS 2/12, oraz do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 20 lutego 2014 r., I CSK 236/13, Sąd Okręgowy podzielił argumentację pozwanej, która została podana na uzasadnienie tezy zakładającej, że premie pieniężne były rabatem posprzedażowy, który nie mógł zostać, w ocenie Sądu Okręgowego, uznany za niedozwoloną opłatę za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sklepach pozwanej. Zastosowany przez strony instrument, jak uznał Sąd Okręgowy, oddawał bowiem powszechną praktykę handlową, zgodnie z którą przy większych zakupach ustalana jest mniejszą cenę. Korzyści powódki wynikały bowiem z osiągnięcia większych obrotów we współpracy z pozwaną. Zmniejszenie ceny było zaś rekompensowane odpowiednio większą wartością obrotów. O kosztach procesu Sąd Okręgowy orzekł natomiast na podstawie art. 98 k.p.c.

Apelację do wyroku Sądu Okręgowego wniosła powódka. Zaskarżając ten wyrok w części oddalającej powództwo oraz orzekającej o kosztach procesu, zarzuciła Sądowi Okręgowemu nieprzeprowadzenie analizy umowy z dnia 1 stycznia 2006 r., która była realizowana pomiędzy stronami w listopadzie oraz grudniu 2006 r. Nie przewidywała jednak pobierania przez pozwaną premii pieniężnych, jak też przeoczenie, że wykonywana od początku 2007 r. umowa z dnia 15 grudnia 2006 r. obejmowała naliczanie przez pozwaną tych premii oraz ich potrącania z należnościami powódki. Nie zawierała więc konstrukcji, która pozwalałaby na obniżanie ceny poprzez udzielanie rabatu. Następnym zarzut dotyczył naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 386 § 6 k.p.c. poprzez zamiechanie zastosowania wskazówek zawartych w uzasadnieniu wyroku Sądu Apelacyjnego z dnia 7 lutego 2014 r., IA Ca 1113/13 w zakresie oceny charakteru prawnego premii pieniężnych, jak również nieuwzględnienie poniesionych przez powódkę kosztów postępowania apelacyjnego.

Na podstawie wskazanych zarzutów skarżąca wносиła o zmianę wyroku Sądu Okręgowego poprzez zasądzenie od pozwanej na rzecz powódki kwoty 40573 zł z odsetkami od dnia 9 grudnia 2008 r. do daty zapłaty oraz obciążenie pozwanej całości kosztów procesu za obie instancje.

Podczas rozprawy apelację strona pozwana wniosła o oddalenie apelacji i obciążenie powódki kosztami postępowania apelacyjnego.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja powódki była zasadna. Okoliczności związane z pobieraniem przez pozwaną premii rocznych, ich wysokości, prawidłowo naliczonych przez Sąd Okręgowy na kwotę 40573 zł, jak też ich rozliczenia pomiędzy stronami, poprzez potrącanie należności pozwanej z tytułu tych opłat z wierzytelnościami powódki za dostawy kolejnych partii towarów, na podstawie faktur, w których uwzględnione zostały także obciążenia podatkowe, zostały prawidłowo ustalone przez Sąd Okręgowy. W zasadzie nie były ponadto sporne pomiędzy stronami. Uzupełniając ustalenia Sądu Okręgowego i uwzględniając zasadne zarzuty ze strony skarżącej, należy natomiast podać, że w § 6 umowy z 1 stycznia 2006 r. przewidziany została wprowadzić rabat posprzedażowy, którego zastosowanie miało polegać na wystawianiu przez powódkę faktur korygujących, dających więc podstawę do przyjęcia, że istotnie chodziło o obniżenie ceny za towary, które powódka dostarczała na zamówienia pozwanej. Argument ten świadczył jednoznacznie na korzyść skarżącej. Z dokumentacji dotyczącej współpracy w ostatnich dwóch miesiącach 2006 r., jednoznacznie wynika, że strona pozwana nie obciążała powódki rabatami posprzedażowymi, lecz premiami pieniężnymi, które nie były przewidziane w umowie z podanej daty. Nie dochodziło bowiem do wystawiania przez powódkę faktur korygujących, lecz do wystawiania

przez pozwaną własnych faktur VAT, które obejmowały własne wierzytelności strony pozwanej w stosunku do powódki za przyjęcie towaru do sprzedaży. Potrącenie, które było stosowane we wzajemnych rozliczeniach pomiędzy stronami, miało na celu skompensowanie dwóch różnych wierzytelności. Nie chodziło natomiast tylko o obniżenie cen pobieranych przez powódkę z tytułu sprzedaży towarów zamawianych przez pozwaną. Jeśli więc premie pieniężne były pobierane nie na podstawie umowy, tym bardziej należało przyjąć, że chodziło o inne niż marża opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów pozwanej. Z drugiej zaś strony, jeżeli w umowie z 1 stycznia 2006 r. przewidziane zostały rabaty posprzedażowe, które nie były pobierane, wprowadzenie w umowie z dnia 15 grudnia 2006 r. premii pieniężnych od obrotu niezwiązanego z istotnie większą wartością transakcji, które nie polegały na wystawianiu przez powódkę faktur korygujących, lecz na wystawianiu własnych faktur przez pozwaną, które były realizowane poprzez potrącenie ujętych w nich kwot z wierzytelnościami powódki za dostawy kolejnych partii towarów, tym bardziej uznać należało, że nie były to rabaty posprzedażowe, lecz narzucone opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży, które ograniczały dostęp skarżącej do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Nie zostało natomiast wykazane, by opłaty z tego tytułu rzeczywiście stanowiły rabat posprzedażowy, na którego stosowanie pozwana powoływała się w tej sprawie. Za uzasadnione należało więc uznać zarzuty podniesione w apelacji. Z zapisów dotyczących premii pieniężnej, które zostały zawarte w umowie, nie zostały jednak właściwie odczytane przez Sąd Okręgowy, nie tylko nie wynika, aby zamiarem stron było wprowadzenie jeszcze jednej konstrukcji rabatu. Przeciwnie, wprowadzenie do umowy zapisów dotyczących sposobu naliczania i rozliczania premii pieniężnej, nie pozwala na ustalenie, że jej stosowanie odpowiadało prawnej konstrukcji rabatu. Nie prowadziło bowiem w żadnym razie do redukcji ceny uiszczanej przez stronę pozwaną. Polegało wyłącznie na powstaniu osobnej wierzytelności pozwanej w stosunku do powódki, która była rozliczana przez potrącenie. Istotne dla sprawy zapisy umowy zostały więc pominięte przez Sąd Okręgowy, który przeoczył, uznając premie za rodzaj rabatów, że nie miały one żadnego wpływu na określenie ceny należnej powódce z tytułu sprzedaży zamawianych przez pozwaną towarów, w przeciwieństwie do innych konstrukcji rabatowych, które zostały ustalone przez strony w obu powołanych umowach.

Zebrany w tej sprawie materiał dowodowy, w tym zeznania świadków i przesłuchanie stron, uzasadniał ponadto jednoznaczne przyjęcia, że pozwana narzuciła powódce obowiązek ponoszenia premii pieniężnych. Ich zastrzeżenie w umowie z 15 grudnia 2006 r. było więc też warunkiem koniecznym dalszego realizowania przez strony współpracy, której warunku zostały narzucone w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami oraz poprzez wykorzystanie przez pozwaną silniejszej pozycji rynkowej. Za przyjęciem tego wniosku przemawia argumentacja podana przez Sąd Apelacyjny w uzasadnieniu wyroku z dnia 7 lutego 2014 r., wydanego w sprawę IA Ca 1113/13, który był wiążący dla Sądu Okręgowego. Zostało w nim bowiem przesądzone, że również inne opłaty, które zostały uznane przez Sąd Apelacyjny za niedozwolone, zostały narzucone przez pozwaną, jak również że utrudniały powódce dostęp do rynku w rozumieniu przyjętym w art. 15 ust. 1 powołanej ustawy. Sąd Okręgowy był związany tym stanowiskiem Sądu Apelacyjnego. Nie uwzględnił jednak argumentów, które pośrednio wynikały z uzasadnienia powołanego wyroku i były wiążące dla Sądu Apelacyjnego również na etapie oceny apelacji wniesionej w tej sprawie przez powódkę. Zarzut naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 386 § 6 k.p.c. był więc w tym zakresie częściowo uzasadniony. Nie było natomiast wiążące stanowisko dotyczące oceny charakteru prawnego premii pieniężnych pobieranych przez powódkę w ostatnich dwóch miesiącach 2006 r. i w roku następnym. Na etapie rozpoznawania pierwszej apelacji wniesionej w tej sprawie, Sąd Apelacyjny nie wyrażał takiej oceny. Wskazał natomiast, że Sąd Okręgowy uchylił się wówczas od dokonania istotnych w tym zakresie ustaleń oraz poddania ich ocenie, która by uwzględniała wszystkie okoliczności sprawy i przesądzone przesłanki, które wskazywały na zasadność powództwa. Na etapie ponownego rozpoznawania tej sprawy Sąd Okręgowy nieprawidłowo określił jednak charakter prawny premii pieniężnych pobieranych przez pozwaną. Nadmierną wagę przywiązał również do niektórych orzeczeń NSA i Sądu Najwyższego. Nie dostrzegł, że nie zostały w tym zakresie wypracowane takie kryteria, które można zastosować w każdej podobnej sprawie bez analizy konkretnych okoliczności i z pominięciem ich oceny w kierunku pozwalającym na rozstrzygnięcie, czy w określonym stanie faktycznych chodziło o rabat czy też o opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Podstawowe znaczenie dla sprawy miała, w pierwszej kolejności, ocena konstrukcji premii, którymi pozwana obciążała powódkę proporcjonalnie do obrotu uzyskiwanego przez strony w okresie istotnym dla sprawy. Przyznać należy, że w

tym zakresie pojawiły się rozbieżności, nie tylko w działalności sądów powszechnych, ale również Sądu Najwyższego, które nie zostały dotąd ostatecznie rozstrzygnięte. Wymagają więc analizy na gruncie okoliczności konkretnej sprawy. W powołanym w apelacji wyroku z dnia 20 lutego 2014 r., I CSK 236/13, Sąd Najwyższy istotnie uznał, że premia pieniężna pobierana od określonej wielkości obrotów, czyli przy odpowiednio wysokiej lub narastającej w przedziałach kwotowych wartości zakupów dokonywanych przez podmiot prowadzący sklepy wielkopowierzchniowe, może stanowić dopuszczalny rabat. Samo zbywanie większej ilości towarów po niższej cenie, nie musi bowiem stanowić działania naruszającego zasady zdrowej konkurencji. Może więc nie być uznawane za delikt z art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy, jak trafnie uznał Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 6 czerwca 2014 r., III CSK 228/13. Podobne stanowisko, na tle zbliżonego stanu faktycznego, zostało też wyrażone przez Sąd Najwyższy także w wyroku z dnia 17 kwietnia 2015 r., I CSK 136/14. Lektura jego uzasadnienie, zwłaszcza porównana z racjami, na które powoływał się Sąd Apelacyjny w Warszawie w uzasadnieniu wyroku z dnia 23 października 2013 r., wydanego w sprawie IA Ca 736/13, może dawać podstawę do przyjęcia, że przyjmując stanowisko korzystniejsze dla podmiotów prowadzących sklepy wielkopowierzchniowe oraz osiągających z tego tytułu bardzo duże obroty, Sąd Najwyższy przywiązał dużo większą wagę do racji natury ekonomicznej niż do argumentacji prawnej, na którą powoływał się Sąd Apelacyjny w uzasadnieniu powołanego wyroku. Odmienne stanowisko Sąd Najwyższy zaprezentował w wyroku z dnia 23 października 2014 r., I CSK 597/13. Uznał bowiem za czyn nieuczciwej konkurencji działanie polegające na obciążaniu dostawcy premiami pieniężnymi, naliczanymi proporcjonalnie do wartości zakupów dokonywanych w celu dalszej odsprzedaży. Analogiczny pogląd Sąd Najwyższy zaprezentował również w wyroku z dnia 24 czerwca 2014 r., I CSK 431/13, w uzasadnieniu którego trafnie wyjaśniona została też prawna relacja pomiędzy rabatem, także posprzedażowym, a wysokością ceny za sprzedany towar. Wskazane więc zostały konkretne kryteria faktyczne, które pozwalają na odróżnienie takiego rabatu od pobierania innych niż marża opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży w sklepach wielkopowierzchniowych. Mając na uwadze powstałą rozbieżność, na tle okoliczności tej sprawy, zachodziły podstawy do podzielenia stanowiska, które Sąd Najwyższy zaprezentował w ostatnim z powołanych orzeczeń, jak też szczegółowej argumentacji, wyrażonej przez Sąd Apelacyjny w uzasadnieniu wyroku z dnia 23 października 2013 r., IA Ca 736/13, zwłaszcza że nawet z ostatniej uchwały Sądu Najwyższego, z dnia 18 listopada 2015 r., wydanej w sprawie III CZP 73/15, wynika, że nie stanowi opłaty przewidzianej w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wyłącznie pobieranie takiej premii pieniężnej, która stanowi rabat posprzedażowy. Decydująca jest więc ocena, czy na tle konkretnych okoliczności występował taki właśnie rabat, czy też chodziło o premię pieniężną, która nie stanowiła takiego rabatu.

Nie można więc oprzeć oceny ustalonych okoliczności rozpoznanej sprawy wyłącznie na prostej oraz od dawna spotykanej prawidłowości ekonomicznej, zgodnie z którą przy dużej partii nabywanych towarów, stosowane są zwykle proporcjonalne ograniczenia ceny należnej sprzedawcy. Nie można było ponadto poprzestać na oczywistej, z ekonomicznego punktu widzenia, prawidłowości, zgodnie z którą przy zwiększaniu stałych obrotów między dostawcą a nabywcą prowadzącym wskazane placówki handlowe, proporcjonalnemu zwiększeniu winny podlegać też przyjęte w tym zakresie upusty. Uwzględnienie oczywistych prawidłowości ekonomicznych na tle okoliczności konkretnej sprawy wymaga bowiem wprost wykazania, że zastosowana została konstrukcja prawna rabatu, polegająca na pomniejszeniu ceny za towar nabyty od dostawcy uzyskującego ograniczone przychody w sposób proporcjonalny do wysokości premii. Związek między prawną konstrukcją rabatu, również posprzedażowego, a zmniejszeniem ceny należnej sprzedawcy za dostarczony towar był zasadnie wskazywany przez Sąd Najwyższy w uzasadnieniu powołanego wyroku z dnia 24 czerwca 2014 r., I CSK 431/13. Podzielając stanowisko wyrażone w tym orzeczeniu, w składzie rozpoznającym apelację wniesioną w tej sprawie, Sąd Apelacyjny uznał, że prawna konstrukcja rabatu posprzedażowego nie była uzgodniona przez strony i nie była realizowana w okresie istotnym dla sprawy. Uzyskany został tylko efekt zbliżony, w sensie ekonomicznym, który nie mógł zostać uznany za upust w zakresie ceny, czyli rabat w ścisłym prawnym znaczeniu. Premie pobierane przez pozwaną musiały więc zostać uznane tylko za inne niż marża opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży prowadzonej przez pozwaną. W sytuacji, w której zostało wykazane, że zostały narzucone wbrew dobremu obyczajom w rozumieniu przyjętym w art. 3 ust. 1 powołanej ustawy, jak też że utrudniały powódce dostęp do rynku w znaczeniu wynikającym z art. 15 ust. 1 pkt 4 tej ustawy, Sąd Apelacyjny doszedł do przekonania, że pozwana dopuściła się określonego w powołanym przepisie czynu nieuczciwej konkurencji, ze szkodą dla powódki.

Ustalone okoliczności nie pozwalały na przyjęcie, że przez strony zostało wprowadzone szczególne rozliczenie dodatkowego rabatu. W przeciwieństwie do usług, których wprowadzenie nie musi być czynem nieuczciwej konkurencji, obciążenie dostawcy premiami naliczanymi od obrotu ze swojej natury stanowi inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży, jeżeli nie prowadzi do obniżenia ceny, czyli gdy nie przybiera prawnej postaci upustu. Nie znajduje bowiem, we wskazanym wypadku, jakiegokolwiek uzasadnienia w świadczeniu wzajemnym nabywcy. Taka sytuacja wystąpiła na tle okoliczności rozpoznanej sprawy.

Wykorzystane w umowach łączących strony konstrukcje prawne przeczą twierdzeniu strony pozwanej. Nie wykazują bowiem, aby stronom chodziło o szczególne rabaty czy upusty. Treść powołanych umów jest jednoznaczna i nie wykazuje, aby do okoliczności tej sprawy mogły mieć zastosowanie orzeczenia sądów administracyjnych dotyczące obciążenia podatkiem od towarów i usług świadczeń określanych mianem premii rocznych. Jak przyjął Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 20 grudnia 2011 r., IA Ca 601/11 „Nie chodzi tu o upust od ceny sprzedaży, czyli pomniejszenie ceny – jak twierdzi skarżący, ale dodatkową opłatę, stanowiącą w istocie świadczenie bez ekwiwalentu, jeśli nie liczyć samego faktu zawarcia umowy z dostawcą i dokonywania zamówień na towary u strony powodowej, co jednak oznacza pobieranie opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży”. W rozpoznawanej sprawie Sąd Apelacyjny podzielił przytoczony pogląd i uznał, że pobieranie okresowych opłat pieniężnych przez stronę pozwaną naruszało art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Stosowanie takiej praktyki zwiększało zyski pozwanej kosztem powódki w sposób nieuzasadniony wysokością marży handlowej pobieranej przez powódkę, która była radykalnie ograniczana wysokością premii pieniężnej pobieranej przez pozwaną. Czerpanie zysków z handlu nabytym towarem, wynikających z wysokości marży płaconej przez finalnych nabywców, stanowi istotę działalności handlowej. Powiększanie zaś zysków kosztem dostawców, których należności stanowią dla pośredniaka koszt uzyskania przychodu, przez ich obciążanie innymi niż marża opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży, narusza natomiast normę art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy. Stanowi więc czyn nieuczciwej konkurencji oraz podstawę do zastosowania wobec pozwanej sankcji określonej w art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy. Przeciwno tezie, jakoby premie pieniężne pobierane przez pozwaną stanowiły szczególne rabaty czy też upusty, przemawiają dalsze argumenty, wynikające z istoty tych instytucji, jak również z treści umów łączących strony.

Zastosowanie rabatu czy też upustu polega na zmniejszeniu wyrażonej w pieniądzu wysokości wierzytelności sprzedawcy wobec nabywcy z tytułu ceny za sprzedaż towaru będącego przedmiotem umowy, zwłaszcza zawieranej w warunkach stałej oraz długotrwałej współpracy między jej stronami. Nie może natomiast polegać na wykreowaniu wierzytelności nabywcy w stosunku do sprzedawcy. Taka konstrukcja jest bowiem obca naturze umowy sprzedaży oraz dostawy. Podstawowym jej elementem jest bowiem podmiotowa relacja w zakresie wierzytelności pieniężnej, którą może nabyć wyłącznie sprzedawca w stosunku do nabywcy. Nie może natomiast wystąpić relacja odwrotna, w ramach której sprzedawca byłby zobowiązany do spełnienia świadczenia pieniężnego na rzecz nabywcy. Ze swojej natury rabat nie stanowi bowiem opłaty obciążającej sprzedawcę, lecz tylko zmniejsza cenę uiszczaną przez nabywcę. Prawidłowo zastosowany, nie może więc zostać uznany za inną niż marżę handlową opłatę za przyjęcie towaru dostawcy do sprzedaży w sklepach nabywcy w rozumieniu przyjętym w art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy. Z okoliczności tej sprawy wynika, że premie roczne stanowiły osobną wierzytelność pozwanej w stosunku do powódki. Nie pomniejszały natomiast w żaden sposób ceny uiszczanej przez pozwaną za nabywany towar. Pozwana wystawiała dokumenty księgowe, w których naliczony był również podatek od towarów i usług, podlegający, na ogólnych zasadach, odprowadzeniu na rachunek właściwych organów. Nie było natomiast czynności polegających na korekcie faktur, które wystawiała powódka z tytułu sprzedaży towarów dostarczanych pozwanej, która nie tylko wobec powódki, ale również w stosunku do właściwych organów skarbowych, działała jak podmiot świadczący usługi na rzecz powódki, która była obciążana premią zbliżoną do wynagrodzenia za nieumówione i niewykonywane usługi. Strona pozwana przyznawała nawet, odnosząc się wprost do wykładni przyjmowanej na potrzeby podatkowe, która ulegała zmianie, że z tytułu premii pieniężnych, którymi obciążona została powódka, nie doszło do korekty ceny, ani też do zwrotu podatków, które zostały odprowadzone przez stronę pozwaną z tego tytułu. Okoliczność odliczania przez powódkę podatków, które zostały naliczone przez pozwaną, nie mogła poważyć prawnego znaczenia premii. Przeciwnie, wykazywała tylko, że jej zastosowanie nie prowadziło w żadnym zakresie do redukcji ceny za towary nabywane przez pozwaną, lecz do powstawania po jej stronie osobnej wierzytelności w stosunku do powódki, od której

naliczane i odprowadzane były również obciążenia podatkowe. Wyłącznie więc w sensie ekonomicznym, oddającym ogólny bilans rozliczeń dokonywanych przez obie strony, można było przyjąć, że zastosowana została konstrukcja podobna do rabatu. W prawnym znaczeniu nie został on w ogóle zastrzeżony i nie był przez strony realizowany. Przeciwnie, bez jakiegokolwiek świadczenia wzajemnego, tylko za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w swoich sklepach, strona pozwana pobierała od dostawcy opłaty, które nie były marżą. W relacji bowiem do klientów pozwanej, mogły nawet prowadzić do ograniczenia jej wysokości. W relacji dotyczącej stron, zawsze ograniczały marżę, którą powódka dodawała do kosztów poniesionych na pozyskanie i dostarczenie towarów zamawianych przez pozwaną. W sposób wprost proporcjonalny, premia ograniczała marżę, na pobieraniu której powódka mogła osiągać rentowność w zakresie prowadzonej działalności. W żadnej z podanych płaszczyzn analizy, premia pobierana przez pozwaną nie mogła zostać uznana za część składową marży. Pozostawała więc opłatą za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w rozumieniu wynikającym z art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy. Uiszczanie takich opłat, obniżając marżę pobieraną przez dostawcę, ogranicza sprzedawcy dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Przenosząc poczynione uwagi na okoliczności rozpoznawanej sprawy, Sąd Apelacyjny wykluczył, aby premie, zastosowane w umowie łączącej strony, mogły zostać uznane za rodzaj rabatu, czyli upust cenowy dotyczący sprzedaży towarów, które na podstawie tej umowy pozwana nabyła od powódki w celu dalszej sprzedaży. W drugiej umowie łączącej strony, premie pieniężne w ogóle nie zostały nazwane rabatami. Ważniejsze znaczenie niż nazwa miała jednak konstrukcja prawna zastosowana przy wprowadzeniu premii pieniężnej do umowy i zasady jej rozliczania. W umowie z dnia 15 grudnia 2006 r. nie zostało zapisane, aby naliczona premia pomniejszała jednostkową cenę, którą pozwana obowiązana była płacić na rzecz powódki za nabycie towarów produkowanych przez dostawcę, lecz została przewidziana jako osobna wierzytelność pieniężna przysługująca pozwanej wobec powódki. Została więc do umowy wprowadzona konstrukcja z zasady przeciwna do instytucji rabatu, która nie pomniejszała wierzytelności powódki w stosunku do pozwanej z tytułu ceny za sprzedany już towar. Jej istota polegała bowiem na umownym wykreowaniu odwróconej wierzytelności, którą nabywała pozwana w stosunku do powódki, w wysokości proporcjonalnej do obrotu uzyskanego przez strony. W sensie ekonomicznym, obciążanie takimi opłatami powódki, ograniczało przychody, które dostawca uzyskiwał finalnie ze współpracy z pozwaną. W prawnym natomiast sensie, premia nie obniżała jednostkowej ceny za towar. Stanowiła bowiem osobną wierzytelność pozwanej w stosunku do powódki i jako taka była wykazywana w fakturach, które były rozliczane na zasadach określonych w umowie.

Nie można zaprzeczyć, że w umowach stałej współpracy, zawieranych pomiędzy dostawcami a podmiotami prowadzącymi działalność hurtową albo sklepy wielkopowierzchniowe nastawione na masowego klienta, mogą być stosowane szczególne rabaty, uzależnione od wielkości obrotów. Nie ulega także kwestii, że prawidłowe ich zastosowanie nie uzasadnia obciążenia wskazanych podmiotów podatkiem od towarów i usług. Takie obciążenie fiskalne nie może być bowiem stosowane od rabatu udzielonego nabywcy, który nie osiąga w ten sposób przychodu z własnej działalności. Dochodzi natomiast do ograniczenia jego kosztów przez zmniejszenie należności, od której dostawca winien zapłacić podatek w wysokości adekwatnej do ceny faktycznie zapłaconej przez nabywcę, czyli pomniejszonej o wartość rabatu. O takiej sytuacji wypowiedział się bowiem Naczelny Sąd Administracyjny w uzasadnieniu wyroku z dnia 18 maja 2011 r., I FSK 783/10. W rozpoznawanej sprawie nie wystąpiła analogiczna sytuacja. Zastosowana w umowach konstrukcja nie pozwalała bowiem na uznanie premii pieniężnej za rabat. Wykreowana w nich bowiem została należność pozwanej wobec powódki, która nie miała wpływu na wysokość ceny. Nie powodowała w każdym razie jej obniżenia po przekroczeniu progu obrotu nieokreślonego przez strony. Powódka nie miała więc podstawy do późniejszego korygowania ceny odpowiednimi fakturami. Za wystawianie towarów powódki do sprzedaży w swoich sklepach, pozwana pobierała natomiast wynagrodzenie nazwane premią.

Przeciwko uznaniu wskazanych premii pieniężnych za szczególny rabat czy też upust cenowy, dodatkowo przemawiały zasady ich rozliczania, zapisane w umowie łączącej strony, które były oparte na czynnościach potrącania przez pozwaną własnej wierzytelności z tytułu premii z wierzytelnościami, które powódka nabywała za kolejne dostawy swoich towarów. Żadna z tych instytucji nie może występować jednocześnie z rabatem cenowym. Zastosowanie tych konstrukcji w umowach stanowiło więc dodatkowy argument na rzecz tezy, że nie chodziło o szczególny upust z

tytułu obrotów uzyskiwanych przez strony. Chodziło więc o opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży, której wartość była pochodną obrotów pomiędzy stronami, nie zaś o ograniczenie ceny należnej powódce za transakcje, z których wynikające obowiązki zostały wykonane przez strony. Gdyby premie roczne stanowiły szczególny rodzaj upustu, redukowałyby wiarytelność powódki wobec pozwanej z tytułu ceny. Nie kreując więc osobnej należności po stronie skarżącej, nie mogłyby zostać potrącone z należnościami powódki za kolejne dostawy. Rabat ze swojej natury nie może kreować osobnej wiarytelności po stronie nabywcy. Nie może więc doprowadzić do powstania potrącalnej wiarytelności. Zastosowanie rozliczenia tego rodzaju dodatkowo wykazuje tym samym, że w umowie łączącej strony nie została zastosowana konstrukcja rabatu czy też upustu cenowego. Wprowadzona natomiast została opłata za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów skarżącej, której stosowanie zostało uznane za czyn nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy. Rzeczywistym celem wprowadzenia do wskazanych umów ustaleń dotyczących świadczenia usług przez pozwaną oraz pobierania premii pieniężnej, było wyłącznie zwiększenie swoich zysków przez obciążenie dostawcy innymi niż marża handlowa opłatami za przyjęcie jego towarów do sprzedaży. Gdyby zamiarem obu stron było wprowadzenie prawnej konstrukcji rabatu posprzedazowego, w zawartych umowie zostałyby zamieszone takie zapisy, które mogłyby doprowadzić do proporcjonalnej redukcji ceny za towary nabyte przez pozwaną. Można było zastosować instrument korekty zapłaconych wcześniej należności, która powinna mieć również odzwierciedlenie w zakresie obciążeń podatkowych. Można było ponadto zastosować konstrukcję nadpłaty z tytułu zapłaconej ceny, która podlegałaby rozliczeniu przy dalszych zakupach towarów zamawianych przez pozwaną. Rozliczenie nadpłaty nie podlegałoby osobnemu obciążeniu fiskalnemu. Prowadziłoby ponadto do ograniczenia kwot należnych powódce z tytułu kolejnych dostaw. Prowadziłoby więc do obniżenia ceny za następne dostawy, bez konieczności dokonywania wstecznej korekty rozliczonych transakcji. Żadna ze wskazanych konstrukcji nie została jednak zastosowana przez strony. Wprowadzone zostały natomiast premie stanowiące wynagrodzenie dla pozwanej za to, że do sprzedaży były przyjmowane kolejne partie towarów dostarczanych przez powódkę. Zastrzeżone i realizowane były niedopuszczalne opłaty, których pobieranie zostało uznane za czyn nieuczciwej konkurencji, jeżeli ich nałożenie na dostawcę naruszało dobre obyczaje, czyli gdy zostało narzucone przez nabywcę, jak też pod warunkiem, że dochodziło w ten sposób do ograniczenia dostępu dostawcy do rynku w rozumieniu przyjętym w art. 15 ust. 1 powołanej ustawy. Oceniając okoliczności rozpoznanej sprawy, Sąd Apelacyjny uznał, że podane warunki zostały spełnione.

Ustosunkowując się do podstawowego zarzutu, dotyczącego naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przez niezasadne przyjęcie przez Sąd Okręgowy, że potrącone przez pozwaną wynagrodzenie za przyjęcie towarów dostawcy do sprzedaży, nie stanowiło innych opłat niż marża handlowa, wskazać należy, że niezależnie od różnych poglądów, które można spotykać w doktrynie, w orzecznictwie, w szczególności Sądu Apelacyjnego w Warszawie, ugruntowany został pogląd, zgodnie z którym czyny nieuczciwej konkurencji określone w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy w zasadzie prawie zawsze utrudniają innemu przedsiębiorcy dostęp do rynku. Podobne stanowisko wyraził w ostatnim czasie Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 16 stycznia 2015 r., III CSK 244/12. Nie chodzi jednak o uznanie, że w przepisie tym zostało wprowadzone domniemanie prawne, lecz o zebranie wszystkich elementów faktycznych oraz wykazanie zachodzących pomiędzy nimi związków w sposób uzasadniający przyjęcie, na tle okoliczności konkretnej sprawy, także na zasadzie domniemania faktycznego, że narzucenie dostawcy opłat, w tym premii rocznych, za przyjęcie jego towarów do sprzedaży, stanowiło dla niego istotne utrudnienie w dostępie do rynku i naruszało dobre obyczaje, obowiązujące podmioty, które pozostawały w stałej współpracy. Nie tylko więc stwarzało zagrożenie, ale naruszało interesy dostawcy w rozumieniu przyjętym w art. 3 ust. 1 ustawy poprzez ograniczenie rentowności prowadzonej działalności, zmniejszenie produkcji i dostaw, a w konsekwencji także ograniczenie jego udziału w rynku. Wykazanie wskazanych okoliczności jest więc wystarczające. Nie musi zaś polegać na udowodnieniu niemożliwości zbycia towarów dostawcy przy udziale innych pośredników. W warunkach gospodarki rynkowej, przeprowadzenie takiego dowodu graniczy z niemożliwością. Nie chodzi bowiem o konieczność udowodnienia zdarzeń, które miały miejsce, lecz niemożliwość zaistnienia alternatywnego stanu rzeczy, który nie wystąpił. Dalsze wykazywanie okoliczności utrudniania dostawcy dostępu do rynku nie jest potrzebne, a związany z tym ciężar dowodu nie spoczywa na stronie dochodzącej ochrony przewidzianej art. 18 ust. 1 pkt 5 tej ustawy, jak wskazał Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyrokach z dnia 25 listopada 2011 r., I A Ca 465/11, z dnia 20 lutego 2009 r. I A Ca 128/08, z dnia 5 sierpnia 2010 r., I A Ca 183/10, z dnia 20 grudnia 2011 r., I A Ca 601/11, z dnia 2 października 2012 r., I A Ca 359/12,

z dnia 23 stycznia 2013 r., I A Ca 924/12). Wykładnia art. 15 ust. 1 ustawy, która nie nakłada na dostawcę obowiązku wykazywania innych przejawów utrudniania dostępu do rynku niż pobieranie za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat, które nie stanowią marży handlowej, może zostać uznana za utrwaloną linię orzeczniczą Sądu Apelacyjnego w Warszawie. Do wykładni tej przychylił się też skład orzekający w rozpoznawanej sprawie. Za wskazanym stanowiskiem przemawia bowiem nie tylko wykładnia powołanego przepisu, ale przede wszystkim jego znaczenie i skutki zawartej w nim normy.

Utrudnianie dostępu do rynku to stawianie barier, które nie wynikają ani z rodzaju działalności prowadzonej przez przedsiębiorcę oferującego towary lub usługi (strona podaży), ani z uwarunkowań kształtujących zapotrzebowanie na konkretny towar i usługę (strefa popytu), lecz są efektem nieuczciwych działań podejmowanych przez innych przedsiębiorców, które tylko przykładowo zostały wymienione w kolejnych punktach art. 15 ust. 1 ustawy. Działaniem takim jest pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży przez przedsiębiorcę zajmującego się jego dalszą sprzedażą, czyli pośrednika, zwłaszcza kierującego ofertę do odbiorcy finalnego. Nie regulując wysokości marży, pozostawiając jej ustalenie prawom wolnego rynku, za czyn nieuczciwej konkurencji ustawodawca uznał działanie ograniczające przychody dostawców, które nie jest związane z marżą pobieraną przez przedsiębiorcę handlującego towarem w celu jego odsprzedaży. Uzależnianie przyjęcia towaru do sprzedaży od zapłacenia przez dostawcę innych opłat niż marżą handlową stosowaną wobec nabywców, w istocie ogranicza rentowność działalności prowadzonej przez dostawcę i może prowadzić do ograniczenia dostaw oraz produkcji. W skrajnych zaś wypadkach - może prowadzić do eliminacji dostawcy z rynku z przyczyn niezależnych od postaw konsumentów kształtujących popyt na dany towar. Niepożądany efekt działań tego rodzaju polega na zwiększaniu zysku przedsiębiorcy pośredniczącego w handlu pomiędzy finalnym nabywcą towaru a poszkodowanym dostawcą, który nie odnosi korzyści. Utrudnianie innemu przedsiębiorcy dostępu do rynku nie musi dotyczyć blokowania możliwości wprowadzenia towarów na rynek przez innych pośredników, w szczególności przez działania opisane w pozostałych punktach art. 15 ust. 1 ustawy. Czynem nieuczciwej konkurencji może być więc stwarzanie dodatkowych barier między dostawcą a finalnym nabywcą towaru, które wykraczają poza stosowaną marżę, ograniczają więc rentowność działalności dostawcy. Jeśli z przyczyn, które nie są uzasadnione ekonomicznie, dostawca nie może osiągnąć przychodu, który jest uzasadniony w danych warunkach rynkowych, jego udział w rynku podlega ograniczeniu. Wykazanie, że działanie przedsiębiorcy pośredniczącego między dostawcą a odbiorcą towaru, stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, nie wymaga więc udowodnienia dużo większych trudności związanych z wprowadzeniem towaru na wolny rynek przy wykorzystaniu przedsiębiorstwa innego pośrednika. Wystarczające jest bowiem wykazanie, że pośrednik, który pozostaje w stałej współpracy z danym dostawcą, uzależnia przyjęcie towaru od uiszczenia przez dostawcę innych opłat niż marża handlowa. Przyczynę ograniczenia dostępu do rynku wobec dostawcy stanowi konieczność poniesienia dodatkowych opłat w sytuacji, gdy alternatywą jest ograniczenie, a nawet zakończenie współpracy z pośrednikiem, czyli zmniejszenie udziału dostawcy w rynku.

Pobierając premie, pozwana utrudniła więc powódce dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 ustawy. Powódka nie miała obowiązku wykazywania, że towary oferowane pozwanej nie mogły zostać sprzedane w inny sposób, czyli innemu pośrednikowi. Miała natomiast obowiązek udowodnić, że pozwana odniosła korzyść ze stosowania innych opłat niż marża handlowa. Zasadności powództwa nie mogło podważać wykazanie, że ich stosowanie przez pozwaną nie musiało zamykać dostawcy dostępu do rynku w świetle art. 15 ust. 1 ustawy. Należało zaś przyjąć, że ciężar dowodu spoczywał w tym zakresie na pozwanej, nie zaś na powódce (uzasadnienie wyroku Sądu Apelacyjnego z dnia 5 sierpnia 2010 r., IA Ca 183/10). Pozostałe okoliczności, które zostały udowodnione przez powódkę, w tym zupełny brak wzajemnego świadczenia za pobieranie premii naliczanych wyłącznie od obrotów osiągniętych przez obie strony, przemawiały więc na korzyść dostawcy. Wykazywały bowiem typowe objawy obciążenia dostawcy innymi niż marża opłatami za przyjęcie towarów do sprzedaży. Na zasadzie domniemania faktycznego, które można wywieść w tych okoliczności, uzasadnione było więc przyjęcie, że pobieranie premii naruszało dobre obyczaje i grodziło powódce istotnym ograniczeniem dostępu do rynku. W sytuacji, gdy podstawowym sposobem dotarcia do finalnych odbiorców jest nawiązanie stałej współpracy z firmą prowadzącą sieć sklepów wielkopowierzchniowych, mającą duży udział w rynku zdominowanym przez firmy stosujące podobne praktyki, odrzucenie przez danego dostawcę wymuszanych opłat za pozorne usługi albo premii, musi pociągać za sobą ograniczenie jego dostępu do rynku. Przyjęcie tych

warunków stanowi więc konieczność ekonomiczną. Pozwala bowiem na pozyskanie rynku na warunkach mniej korzystnych, niemniej gwarantujących wejście dostawcy na rynek oraz pozyskanie klientów. Wykazanie okoliczności potwierdzających pobieranie opłat z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy, pozwala na uznanie, na zasadzie domniemania faktycznego, że swoimi działaniami pozwana utrudniała powódce dostęp do rynków zbytu. W sposób oparty na domniemaniu faktycznym, można więc wykazać podstawowy element hipotezy zawartej w powołanym przepisie, związany z utrudnianiem dostępu do rynku danemu przedsiębiorcy. Na stronie pozwanej spoczywał natomiast ciężar wykazania twierdzenia przeciwnego (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 17 kwietnia 2008 r., I CSK 500/07). W rozpoznanej sprawie, pozwana musiałaby więc wykazać, przy uwzględnieniu okoliczności udowodnionych przez powódkę, w tym przedmiotu jej działalności i rodzaj zbywanego towaru, że w okresie istotnym dla sprawy, inne firmy prowadzące podobne sieci sklepów nie pobierały takich opłat, że obciążenia innych dostawców były mniejsze, jak też że dostawca działający w tej sprawie po czynnej stronie procesu miał możliwość nawiązania współpracy z innymi pośrednikami na korzystniejszych warunkach. Powódka nie miała zaś faktycznej możliwości przeprowadzenia dowodu wykazującego, że alternatywne scenariusze nie mogły wystąpić. Nie sposób bowiem udowodnić niemożliwości wystąpienia potencjalnych tylko zdarzeń, prawdopodobieństwo zaistnienia których wymagałoby zbadania całego rynku sklepów wielkopowierzchniowych w branży obejmującej pełną ofertę towarów dostarczanych stronie pozwanej przez powódkę. Możliwe było zaś wykazanie, że określona sieć nie stosowała takich opłat w istotnym dla sprawy okresie oraz że dostawca miał możliwość nawiązania stałej współpracy na korzystniejszych warunkach. Zdaniem Sądu Apelacyjnego, pozwana nie wywiązała się tej sprawie z ciężaru udowodnienia twierdzeń, których nawet nie podnosiła. Zgodzić się natomiast należy z tezą, że w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy nie zostało wyprowadzone domniemanie prawne, jak zasadnie uznał Trybunał Konstytucyjny w wyroku z dnia 16 października 2014 r., SK 20/12. Ograniczenie przez pozwaną dostępu dostawcy do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów strony pozwanej, wynikało z oceny wszystkich okoliczności tej sprawy, w tym z ustalonej przez Sąd Apelacyjny natury premii, która tylko w ekonomicznym znaczeniu mogła zostać uznana za konstrukcję podobną do upustu cenowego. W prawnym znaczeniu pozostawała osobną opłatą, którą pozwana narzuciła powódce za przyjmowanie jej towarów do sprzedaży, wystawiała faktury, dokumenty księgowe i odprowadzała podatek w sposób typowy dla pobierania osobnego wynagrodzenie za świadczenie usług.

Ekonomiczne znaczenie premii, która nie redukowała ceny za dostarczane przez powódkę towary, nie było wystarczające do uznania, że powództwo nie zasługiwało na uwzględnienie w części oddalonej przez Sąd Okręgowy. W sytuacji bowiem, w której cena nie była obniżana i nie dochodziło do rozliczenia powstałej nadpłaty, pozostawało tylko pobieranie opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży. Nazwanie jej rabatem czy upustem posprzedazowym, nawet jeśli było uzasadnione ekonomicznie, nie mogło podważać trafności tezy, zgodnie z którą pobieranie premii pieniężnych, które nie pomniejszają ceny, jest niedopuszczalne w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy, gdy narusza dobre obyczaje i ogranicza dostęp dostawcy do rynku.

Nawet uznanie, że w znaczeniu ekonomicznym był to rabat, nie podważało zasadności oddalonej części żądania pozwu bez konieczności wykazywania nieważności umów łączących strony w zakresie dotyczącym premii rocznej. Dodać należy, że w znaczeniu ekonomicznym, czyli w aspekcie eksponowanym przez Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 17 kwietnia 2015 r., I CSK 136/14, uiszczenie premii stanowiło dla powódki koszt uzyskania przychodu. Nie ograniczało natomiast wysokości przychodu uzyskanego z wykonywania umów łączących strony. Nie było więc podstaw do uznania, że chodziło o rabat cenowy, w wersji posprzedazowej.

Istota czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy nie opiera się na sankcji nieważności umów przewidujących świadczenie przez pośrednika usług na rzecz dostawców, lecz na uznaniu takich działań za autonomiczną podstawę roszczenia przewidzianego powołanym przepisem, czyli na założeniu, że obciążenie dostawcy innymi niż marża handlowa opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży, znajdujące podstawę w ważnej umowie, samo w sobie stanowi delikt oraz podstawę do uwzględnienia powództwa o zapłatę kwoty odpowiadającej wzbogaceniu występującym po stronie jego sprawy. Nie chodzi więc o zasądzenie na rzecz dostawcy niezyskanej części ceny za towar dostarczony pozwanej, lecz o zasądzenie świadczenia mającego swoje źródło w czynie nieuczciwej konkurencji, uregulowanym w powołanym przepisie. Gdyby pozwana nie obciążyla powódki premiami na zasadach

określonych w umowach łączących strony, od których winien zostać odprowadzony podatek od towarów i usług, jak również podatek dochodowy, czyli gdyby nie zaistniały zdarzenia uzasadniające wywiązanie się przez pozwaną z obciążeń fiskalnych, nie byłoby działania stanowiącego wskazanym czynem nieuczciwej konkurencji. Należy więc przyjąć, że uzyskanie korzyści przez pozwaną nie tyle nie miało podstawy prawnej, ile stanowiło delikt będący źródłem szkody doznanej przez powódkę, która nie uzyskała takich korzyści ze sprzedaży towarów nabywanych przez pozwaną, jakie mogłaby uzyskać, gdyby pozwana nie uzależniała ich przyjęcia do sprzedaży w sieci swoich sklepów od obciążenia dostawcy innymi opłatami niż marża handlowa oraz gdyby nie pobrała tych opłat przez ich potrącenie z wzajemnymi należnościami powódki ze sprzedaży dostarczonych towarów. Z faktur, które wystawiała pozwana z tytułu premii pieniężnych, wynikało, że potrącone były należności, które stanowiły inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towaru powódki do sprzedaży w sieci sklepów pozwanej. Nie doszło więc do umorzenia należności mającej źródło w delikcie, lecz do częściowego wykonania świadczenia ustalonego przez strony w umowie, poprzez realizację której pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji. Obciążyła bowiem stronę powodową opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży. Ich zastrzeżenie w umowie nie skutkowało jej nieważnością, lecz powodowało, że ich naliczenie i obciążenie nimi powódki, stanowiło źródło uzyskania przez stronę pozwaną bezpodstawnej korzyści majątkowej, ze szkodą dla dostawcy. W tej sprawie powódka nie dochodziła bowiem potrąconej części własnej należności z tytułu ceny za sprzedane urządzenia. Na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy, domaga się zaś zapłaty bezpodstawnej korzyści uzyskanej przez pozwaną. Przedmiotem potrącenia dokonanego przez pozwaną nie była więc należność mająca źródło w delikcie, lecz wymagalna wierzytelność pozwanej z tytułu premii za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży we własnych sklepach (uzasadnienie uchwały Sądu Najwyższego z dnia 19 sierpnia 2009 r., III CZP 58/09 i wyroków Sądu Apelacyjnego: z dnia 20 grudnia 2011 r., IA Ca 601/11 i z dnia 2 października 2012 r., IA Ca 359/12; nieco odmiennie Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 czerwca 2010 r., IA Ca 294/10). Złożenie oświadczeń o potrąceniu tych opłat, spowodowało, że z czynu nieuczciwej konkurencji pozwana odniosła bezpodstawną korzyść, której wartość podlegała zasądzeniu na rzecz powódki na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy, bez potrzeby wykazywania dalszych przesłanek z art. 405 k.c. (por. uzasadnienie uchwały Sądu Najwyższego z dnia 19 sierpnia 2009 r., III CZP 58/09; tak też Sąd Apelacyjny w Warszawie w uzasadnieniu wyroku z dnia 25 listopada 2011 r., IA Ca 465/11), jak również z pominięciem kwestii podatkowych, które nie miały żadnego znaczenia w tej sprawie. Przedmiotem żądania nie było w istocie roszczenie o zwrot korzyści uzyskanej bez podstawy prawnej, lecz roszczenie stricto deliktowe z tytułu czynu nieuczciwej konkurencji. Niezależnie od powoływania się przez powódkę na bezpodstawne korzyści strony pozwanej, sposób sformułowania roszczenia oraz rodzaj twierdzeń podanych na jego uzasadnienie, wykazywał, że chodziło w istocie o naprawienie szkody doznanej przez powódkę wskutek pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży w wysokości równej wartości premii rocznych, które zostały potrącone z należnościami za następne dostawy. Wartość odszkodowania dochodzonego w tej sprawie przez powódkę odpowiadała więc tej części ceny za następne partie towarów, której powódka nie uzyskała ze wskazanego powodu. Nie dochodząc podanej części ceny za sprzedane towary, jej potrącenie miało bowiem podstawę w umowie łączącej obie strony, dostawca działający po stronie powodowej domagał się tej samej kwoty z tytułu czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy na podstawie wykazanego twierdzenia, że samo pobieranie tych opłat stanowiło taki czyn. Zakwalifikowanie roszczenia do deliktów nieuczciwej konkurencji nie pozwalało na jednoczesne przyjęcie, że jego podstawę wprost stanowił art. 410 k.c. Doznana szkoda była wywołana bezprawnym działaniem pozwanej. Wymagała więc naprawienia w całości, stosownie do art. 18 ust. powołanej ustawy.

Zmiana formy prawnej pozwanej po wydaniu zaskarżonego wyroku spowodowała, że podczas rozprawy apelacyjnej postępowanie w tej sprawie zostało zawieszono w powodu utraty zdolności sądowej przez pozwaną, która została wykreślona z rejestru. Następnie zostało podjęte z udziałem (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością spółki komandytowej z siedzibą w W. jako ogólnego następcy prawnego przekształconej spółki. Powództwo zostało więc uwzględnione w stosunku do pozwanej, która działa obecnie pod podaną nazwą, ponownie w formie spółki komandytowej, tj. po przejściowym okresie działania w formie spółki kapitałowej.

Uwzględnienie zasadnej apelacji wymagało zmiany zaskarżonego wyroku poprzez zasądzenie od strony pozwanej na rzecz powódki dalszej kwoty 40573 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 9 grudnia 2008 r. i kwoty 8657,56 zł tytułem zwrotu kosztów procesu, stosownie do art. 100 k.p.c. w zw. z § 6 pkt 7 rozporządzenia Ministra

Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych i ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu. W ostateczności, przy uwzględnieniu oddalonej części powództw o zapłatę opłaty logistycznej w kwocie 7517,60 zł, wyrokiem Sądu Apelacyjnego z dnia 7 lutego 2014 r., IA Ca 1113/14, uznać należało, że powódka wygrała sprawę co do 91 % dochodzonego roszczenia. W rozliczeniu zostały uwzględnione opłaty, które obie strony poniosły w tej sprawie w postępowaniu przed Sądem Okręgowym i w postępowaniu apelacyjnym, które zostało zakończone pierwszym wyrokiem Sądu Apelacyjnego z podanej daty, koszty udziału pełnomocników w stawce podstawowej wynoszącej po 3600 zł za pierwszą instancję i po 2700 zł za drugą. W efekcie dokonanych rozliczeń, przy uwzględnieniu wszystkich podanych wydatków, zasądzeniu na rzecz powódki podlegała kwota 8657,56 zł tytułem zwrotu kosztów postępowania, w tym apelacyjnego zakończonego powołanym wyrokiem Sądu Apelacyjnego.

Uwzględnienie apelacji w całości uzasadniało także obciążenie pozwanej kosztami ponownego postępowania apelacyjnego w kwocie 3829 zł, stosownie do art. 98 § 1 i 2 w zw. z art. 108 § 1 k.p.c. i przy zastosowaniu § 12 ust. 1 pkt 2 w zw. z §6 pkt 7 powołanego rozporządzenia. Na podaną kwotę złożyła się cała opłata od apelacji w kwocie 2029 i wynagrodzenie pełnomocnika w kwocie 1800 zł, które było uzależnione od mniejszej wartości przedmiotu zaskarżenia w porównaniu do wartości podanej w pierwszej apelacji pozwanej.

Mając powyższe na uwadze, na podstawie powołanych przepisów i art. 386 § 1 k.p.c., Sąd Apelacyjny orzekł jak w sentencji.

Robert Obrębski Katarzyna Polańska-Farion Paulina Aslanowicz

-