

UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 7 maja 2009r. powód (...) spółka jawna D. S., J. K. z siedzibą w G. (poprzednio (...) spółka jawna D. S., J. P. z siedzibą w G.) wniósł o:

- 1) zasądzenie od pozwanego (...) Spółka z o.o. z siedzibą w W. kwoty 142.744,88zł (słownie :sto czterdzieści dwa tysiące siedemset czterdzieści cztery złote 88/100) z ustawowymi odsetkami od dnia 12 kwietnia 2009r. do dnia zapłaty;
- 2) zasądzenie kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego w wysokości 7200zł.

W uzasadnieniu pozwu powód wskazał, że:

- 1) Na podstawie ramowej umowy o współpracy handlowej dostarczał towar pozwanemu.
- 2) Zapisy porozumień dodatkowych do umowy ramowej przewidywały różne dodatkowe płatności na rzecz pozwanego. Płatności te przybierały postać opłat z tytułu: usług promocyjnych, premii od obrotu i usług (...).
- 3) Pozwany wystawiał faktury VAT. Faktury były płacone poprzez dokonane potrącenie z płatności ceny ze sprzedaży towaru / kompensata /. Po dokonaniu potrącenia różnica była wpłacana na rachunek bankowy powoda.
- 4) Wskazane wyżej opłaty były jednostronnie narzucone przez stronę pozwaną w toku negocjacji poprzedzających zawarcie umowy głównej, aneksów oraz warunków handlowych.
- 5) Zdaniem powoda naliczenie przez pozwanego opłat innych niż marża handlowa w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 stanowi czyn nieuczciwej konkurencji i uzasadnia żądanie powoda wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści (art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji).

W dniu 21 maja 2009r. sąd wydał nakaz zapłaty w postępowaniu upominawczym (k. 125).

W dniu 10 czerwca 2009r. pozwany wniósł sprzeciw (k. 128). Pozwany wniósł o oddalenie powództwa w całości. Pozwany nie zaprzeczył, iż strony łączyła umowa o współpracy handlowej jak też dodatkowo umowy – porozumienia promocyjne. Pozwany zaprzeczył, aby jakiegokolwiek warunki współpracy zostały powodowi narzucone. Wskazał również, że wykonał wszystkie usługi, za które zostały wystawione faktury VAT zgodnie z przyjętymi warunkami umownymi. Pozwany wykonywał bowiem różne usługi o charakterze reklamowo-promocyjnym, polegające na reklamie w gazetkach promocyjnych – promocja gazetowa, przygotowaniu odrębnych miejsc promocyjnych i ekspozycyjnych. Pozwany podniósł również, że powód nie udowodnił faktu zapłaty żądanej kwoty oraz nie udowodnił, że pozwany nie wykonał swoich zobowiązań.

W dalszych pismach procesowych strony podtrzymały swoje stanowiska.

Sąd ustalił następujący stan faktyczny.

Powód jest producentem pieczywa.

Dowód: zeznania powoda, k. 784.

Powoda i pozwanego łączyły umowy o współpracy handlowej.

Dowód: okoliczność przyznana przez pozwanego (k. 133)

W dniu 1 stycznia 2005r. powód, występujący wówczas pod firmą (...) sp. jawna D. S., J. P. z siedzibą w G. zawarł z pozwanym /z jego poprzednikiem prawnym (...) Spółka z o.o. w K. umowę o premiach i współpracy przy promocjach, w której strony postanowiły, że:

- 1) W przypadku zorganizowania, uzgodnionej przez strony lub opartej na zamówieniu Dostawcy akcji promocyjnej obejmującej sprzedaż konkretnych towarów Dostawcy po obniżonej cenie, Dostawca wypłaci Nabywcy premię w wysokości określonej w porozumieniu, za każdy sprzedany produkt w ramach danej akcji (III 3.1a).
- 2) W przypadku zorganizowania przez Nabywcę i Dostawcę wyprzedaży towarów Dostawca będzie wspierać taką wyprzedaż w postaci premii pieniężnej płatnej na rzecz Nabywcy; wysokość premii określi zamówienie (III 3.1b).
- 3) Dostawca przyzna i zapłaci Nabywcy premię od obrotu stałą. Premia od obrotu nie została uzależniona od przekroczenia określonej wielkości obrotu i wynosiła 5,5% całkowitego obrotu w kwartale (III 3.2a).
- 4) Nabywca będzie świadczyć na rzecz powoda usługi promocyjne. Do usług tych miało należeć: opatrzenie standardowych regałów ekspozycyjnych oznaczeniem marki, logo, znaku towarowego lub nazwy Dostawcy w miejscu uzgodnionym w postaci plaketek lub wywieszek w ilości minimum 1 szt. na sklep, przygotowanie odrębnych miejsc ekspozycyjnych, umożliwienie Dostawcy zorganizowania na terenie sklepu pokazów reklamowych. Wynagrodzenie za te usługi ustalono w wysokości 4,5% całkowitego obrotu netto towarami Dostawcy zakupionymi przez Nabywcę w roku kalendarzowym (IV § 1 pkt 4.1.)
- 5) W nowootwieranych i modernizowanych sklepach Nabywca będzie świadczył na rzecz Dostawcy usługę promocyjną polegającą na przygotowaniu plaketek informacyjnych zawierających firmę Dostawcy oraz przygotowaniu indywidualnych reklamówek dźwiękowych i ich emisji w wewnętrznym radiowęźle przynajmniej 2 razy na dzień w godzinach otwarcia sklepu. Zryczałtowane wynagrodzenie za w/w usługi strony ustaliły na: 5000zł- nowootwierane sklepy typu A., 10.000zł- nowootwierane sklepy typu H., 500zł – modernizowane sklepy typu A., 500zł – modernizowane sklepy typu H.(IV, § 2, pkt 4.2).
- 6) Nabywca będzie świadczył na rzecz Dostawcy usługi polegające na zorganizowaniu akcji promocyjnej zmierzającej do promocji marki, logo lub znaku towarowego lub nazwy artykułów wprowadzanych na rynek w sklepach A.i H. przez przygotowanie indywidualnych reklamówek dźwiękowych i ich emisję w wewnętrznym radiowęźle. Ryczałtowe wynagrodzenie za tą usługę ustalono na kwotę: 300zł – dla sklepów typu A.i 500zł dla sklepów typu H.(IV §3).
- 7) Nabywca może zażądać od Dostawcy rozpoczęcia przesyłania danych przy użyciu systemu (...) udostępnionego przez podmiot trzeci w porozumieniu z Nabywcą. Roczny ryczałt za udostępnienie dostępu do systemu (...) ustalono na kwotę 700zł (V).
- 8) Wszelkie płatności na rzecz Nabywcy będą wymagalne i należne w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury. Należności wymagalne lub niewymagalne Nabywcy mogą być rozliczane przez Nabywcę z wymagalnymi lub niewymagalnymi należnościami Dostawcy (VI, pkt 6.1.).

Warunkiem współpracy z pozwanym było zaakceptowanie tych opłat.

Jednocześnie w klauzuli szczególnej do umowy o warunkach sprzedaży i dostawy produktów strony postanowiły, że „w przypadku zniżki/rabatu dla konkretnego produktu, zawsze będzie ona miała odzwierciedlenie w cenie konkretnego produktu, tj. na fakturze ujęta będzie cena produktu wraz z zastosowaną zniżką odniesiona do jednostek wielkości” – część IV pkt 10.

Dowód: umowa z 1 stycznia 2005r., k. 52-59, klauzula szczególna do umowy o warunkach sprzedaży i dostawy produktów, k. 60-68, odpis pełny KRS powoda (w zakresie zmiany firmy powoda) i pozwanego (w zakresie następstwa prawnego po (...) sp. z o.o.), .zeznania powoda, k. 784.

W ramach współpracy prowadzonej na podstawie wskazanej wyżej umowy powód dostarczał pozwanemu produkty i wystawiał faktury VAT. Pozwany wystawiał faktury obejmujące płatności zgodnie z umową o premiach i współpracy przy promocjach, dokonywał potrąceń z wierzytelnościami powoda i płacił pozostałą część należności.

Dowód: faktury i oświadczenia o potrąceniu na kartach podanych w tabeli, zeznania świadka M. T..

Pozwany wystawił następujące faktury na kwoty składające się na kwotę dochodzoną pozwem, które zostały objęte oświadczeniami o potrąceniu złożonymi przez pozwanego:

<i>LP</i>	<i>numer faktury</i>	<i>wartość</i>	<i>świadczenie</i>	<i>karta faktury</i>	<i>karta komensaty</i>
1	(...)	19286,98	premia od obrotu	71	73
2	(...)	14561,92	premia od obrotu	82	85
3	(...)	15961,26	premia od obrotu	91	92
4	(...)	18570,84	premia od obrotu	99	103
5	(...)	18930,74	premia od obrotu	110	112, 114
6	(...)	4148	administrowanie infrastrukturą, (...)	78	79
7	(...)	25384,54	usługi promocyjne	83	85 skompensowano 7.191,07; całkowita kompensata - 90
8	(...)	25900,6	usługi promocyjne	98	103 - co do 5.995,22, reszta - k. 106
	łącznie	142744,88			142744,88

Wskazane w tabeli faktury obejmowały należności za:

- usługi promocyjne – 51.285,14zł,

- usługę administrowania infrastrukturą, (...) 4.148zł,
- premię od obrotu – 87.311,74zł,

Dowód : faktury wystawione przez pozwanego oraz kompensaty według tabeli.

Powód w dniu 6 kwietnia 2009 roku skierował do pozwanego wezwanie do zapłaty należności dochodzonych pozwem w terminie 5 dni od dnia otrzymania wezwania. Wezwanie zostało pozwanemu doręczone w dniu 6 kwietnia 2009r.

Dowód: wezwanie z dnia 6 kwietnia 2009r..zawierające wykaz faktur, k. 115-117, dowód doręczenia wezwania, k. 121.

Pozwany w swoich sklepach prowadzi różne akcje promocyjne dotyczące towarów wystawionych do sprzedaży. Akcje te przybierają postać wydawania gazetek promocyjnych, promocji, korzystnej ekspozycji towarów.

Dowód: zeznania świadków M. G., k. 340, I. S., k. 361, K. M., k. 362, W. W., k. 443, J. K. (2), k. 506, Z. P., k. 578.

Towary powoda nigdy nie zostały umieszczone w gazetce promocyjnej, ani nie były przedmiotem żadnej innej szczególnej akcji promocyjnej.

Dowód: zeznania powoda, k. 785.

Wszystkie należności wynikające z faktur wystawionych przez pozwanego zostały uregulowane w drodze kompensaty (oświadczenia o potrąceniu złożone przez pozwanego).

Dowód: oświadczenia o kompensatach na kartach według wykazu w tabeli, zeznania świadków M. T., k. 224 oraz B. J., k. 225.

Powyższy stan faktyczny sąd ustalił na podstawie następujących dowodów:

1) dokumentów znajdujących się w aktach sprawy, w szczególności umowy o premiach i współpracy przy promocjach, faktur wystawionych przez powoda i pozwanego, oświadczeń o kompensatach. Dowody powyższe jako dokumenty prywatne w rozumieniu art. 245 k.p.c., stanowią dowód tego, że osoby, które je podpisały złożyły oświadczenie w nim zawarte i jako takie podlegały ocenie Sądu. Sąd nie znalazł podstaw, aby uznać, że twierdzenia i dane w nich zawarte są niezgodne z rzeczywistością, ani by odmówić wiarygodności powyższym dowodom. Strony także nie kwestionowały autentyczności powyżej powołanych dokumentów, ani ich treści. Okoliczności wynikające z treści dokumentów nie były przy tym sporne między stronami.

2) Zeznań świadków: M. T., k. 224, B. J., k. 225, M. G., k. 340, I. S., k. 361, K. M., k. 362, W. W., k. 443, J. K. (2), k. 506, L. L., k. 538, Z. P., k. 578.

3) Zeznań powoda, w imieniu którego przesłuchany został D. S., k. 784.

M. T. zeznała, że pracuje u powoda na stanowisku pracownika do spraw księgowych. Faktury od pozwanego dotyczące usług marketingowych, prowizji od obrotu i elektronicznego przesyłania danych były płacone przez potrącanie przez pozwanego z wierzytelnościami ze sprzedaży.

B. J., główna księgowa powoda, zeznała, że na dzień zakończenia współpracy z pozwanym otrzymała potwierdzenie salda, w którym po stronie zobowiązań powoda było wpisane „0”.

M. G. zeznał, że pracował w latach 2006-2007 w (...) sp. z o.o. na stanowisku kierownika ds. logistyki, później kierownika działu, a następnie dyrektora marketu w B.. Świadek zeznał, że nie kojarzy powodowej spółki i nie ma żadnej wiedzy na temat współpracy powoda z pozwanym. Świadek w swoich zeznaniach przedstawił jedynie ogólne informacje dotyczące działań marketingowych podejmowanych przez pozwanego w celu zwiększenia sprzedaży. Świadek zeznał, że w cyklu tygodniowym lub dwutygodniowym były wydawane gazetki reklamowe, były prowadzone

kampanie radiowo-telewizyjne o zasięgu ogólnopolskim, reklamy billboardowe, na których były produkty z obniżoną ceną. W promocjach brały udział również produkty piekarnicze i cukiernicze.

I. S. zeznała, że nie współpracował z powodem i nie ma żadnych informacji na temat wykonywania usług przez pozwanego na rzecz powoda. Świadek ogólnie wskazała na czym polegały akcje promocyjne organizowane przez pozwanego. Świadek zeznała, że „karta promocyjna była potwierdzana i podpisywana przez dostawcę z wyszczególnieniem asortymentu, ceny zakupu i okresu promocji. Każdorazowo dostawca to potwierdzał i przygotowywał się do zwiększenia zamówienia. Po tych ustaleniach były zwiększane zamówienia i dodatkowe ekspozycje na regałach bocznych”.

K. M. zeznała, że pozwany nie składał zastrzeżeń co do współpracy z powodem.

W. W. zeznał, że pracuje u pozwanego na stanowisku dyrektora hipermarketu. Nie kojarzy powoda i nie może powiedzieć jakie konkretne działania były wykonywane na jego rzecz. Przedstawiając ogólnie działalność promocyjną pozwanego świadek zeznał, że „my możemy pokazywać produkt w gazetce promocyjnej, możemy przeprowadzać szczególną ekspozycję produktu np. na końcówce regału”. Działania promocyjne miały na celu głównie promowanie produktu i jego ceny.

J. K. (2) zeznał, że nic nie jest mu wiadomo, aby firma (...) miała prowadzić działania o charakterze marketingowym i reklamowym na rzecz powoda. Zeznał również, że w celu zwiększenia sprzedaży produktów w hiper i supermarketach pozwany wydaje gazetki, w których są przedstawiane produkty i promocje na nie. Świadek zeznał, że „w celu zwiększenia sprzedaży w ramach akcji promocyjnej zasadą jest umieszczenie produktu w lepszym miejscu handlowym i wyznaczenie dobrej ceny na produkt. I to w zasadzie tyle”. „Wzrost sprzedaży w momencie promocji spada kiedy produkt wraca do normalnej ceny i do normalnej ekspozycji produktu”. W ocenie świadka działania promocyjne mają również na celu promowanie dostawcy. Jego zdaniem część klientów utożsamia produkt z konkretnym dostawcą. Świadek zeznał, że produkty powoda to jajka kurze.

L. L. zeznała, że w umowach z pozwanym można było negocjować warunki handlowe. Świadek nie pamiętała jednak czy uczestniczyła w negocjacjach z powodem.

Z. P. zeznał, że był pracownikiem (...) sp. z o.o., a nawet jakiś czas był członkiem zarządu tej spółki. Świadek zeznał, że „działania promocyjne mają na celu promowanie produktów, a nie dostawcy./.../. Oczywiście, można też zajmować się promocją dostawców, ale jeśli mówimy o sieci typu C. to w tym przypadku przypuszczam, że może chodzić o promocję produktów, a nie dostawców.

Wspólnik powoda, D. S., zeznał, że w ramach negocjacji umowy o warunkach handlowych, która była odnawiana co roku negocjowany był asortyment oraz opłaty dodatkowe. Opłaty dodatkowe co roku rosły. Powód wielokrotnie pytał co można zrobić aby te opłaty zweryfikować. Odpowiedź strony pozwanej była taka, że jest to standardowa umowa dla wszystkich dostawców. Wszyscy dostawcy ponoszą takie opłaty i każdy kto chce z pozwanym handlować musi te warunki akceptować. Powód zeznał, że według jego wiedzy pozwany nigdy nie świadczył żadnych usług promocyjnych, które miałyby na celu promowanie produktów powoda. Produkty powoda miały charakter regionalny i nie pojawiały się w gazetkach promocyjnych, które miały charakter ogólnopolski. Powód zeznał również, że pozwany nigdy nie dostarczył powodowi żadnego dowodu wykonywania usług promocyjnych.

Przy ustalaniu stanu faktycznego sąd nie oparł się na zeznaniach świadka K. S., D. S. (2), T. K., C. G., M. S. oraz R. W. gdyż świadkowie zeznali, że nic im nie wiadomo na temat współpracy stron (k.259, 265, 341, 466, 605, 678).

Sąd pominął dowód z przesłuchania świadka J. B. (k. 417) z uwagi na brak możliwości skutecznego wezwania świadka na rozprawę.

Sąd pominął dowód z opinii biegłego, o którego przeprowadzenie wnioskuje pozwany (k. 131). Po pierwsze, co zostanie wskazane w dalszej części uzasadnienia, nawet działania, które miałyby na celu promowanie wśród klientów

pozwanego towarów powoda, nie są, w ocenie sądu, usługami promocyjnymi, za które pozwany mógł pobierać opłaty od powoda, a więc ustalanie czy działania te powodowały wzrost sprzedaży, rentowności działalności powoda oraz popularyzację i utrwalenie w świadomości klientów produktów powoda nie ma żadnego znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy (art. 227 k.p.c.). Po drugie, dla przeprowadzenia powyższego dowodu konieczne byłoby wskazanie o jakie konkretne akcje promocyjne chodzi. Rolą biegłego nie jest bowiem ustalanie stanu faktycznego, ale wydanie opinii wymagającej wiadomości specjalnych. Tymczasem przeprowadzone postępowanie dowodowe w żaden sposób nie wykazało, aby pozwany świadczył na rzecz powoda jakiegokolwiek usługi promocyjne. Nie ma więc przedmiotu, który mógłby być poddany analizie przez biegłego.

Sąd Okręgowy zważył co następuje:

Powództwo zasługiwało na uwzględnienie w całości.

Na kwotę zasądzoną składają się:

- 1) kwota 51.285,14zł tytułem zwrotu pobranych przez pozwanego opłat za usługi promocyjne, stanowiących inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży z naruszeniem art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 uznk.
- 2) kwota 87.311,74zł tytułem zwrotu pobranych przez pozwanego opłat za premię roczną (bonus roczny), stanowiących inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży z naruszeniem art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 uznk.
- 3) kwota 4.148 zł tytułem zwrotu pobranych przez pozwanego opłat za usługi administrowania infrastrukturą ((...)), stanowiących inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży z naruszeniem art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 1 uznk.

W niniejszej sprawie przedmiotem sporu było ustalenie czy pobranie przez pozwanego od powoda opłat w kwocie 142.744,88zł stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji, co uzasadniałoby roszczenie powoda o zwrot uiszczonych opłat na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. Nr 153, poz. 1503 ze zm.; dalej jako uznk).

Zgodnie z przepisem art. 3 ust. 1 uznk czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. W doktrynie i orzecznictwie można wyróżnić dwie grupy poglądów na temat znaczenia klauzuli generalnej zawartej w cytowanym przepisie. Zgodnie z pierwszym stanowiskiem, jeżeli czyn sprawcy deliktu nieuczciwej konkurencji wyczerpuje znamiona któregoś z czynów nieuczciwej konkurencji wyszczególnionych w rozdziale 2 ustawy, to wykluczone jest sięganie do klauzuli generalnej z art. 3 uznk., gdyż w przepisach szczególnych typizujących zachowania uznawane za czyny nieuczciwej konkurencji ustawodawca dał już wyraz swoim preferencjom aksjologicznym, zawierając w ich treści podstawowe elementy i normatywne wyznaczniki definicji tych czynów (zob. wyrok SN z dnia 7 marca 1997 r., II CKN 70/96, OSNC 1997, nr 8, poz. 113). Pogląd taki jest w doktrynie poglądem odosobnionym (zob. np. A. Walaszek - Pyziół, W. Pyziół, Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia), PPH 1994, nr 10, s. 3). Zwolennicy stanowiska przeciwnego w stosunku do wyżej zaprezentowanego zakładają natomiast, że klauzula generalna oprócz funkcji uzupełniającej spełnia także funkcję korygującą względem innych przepisów (art. 5-17e ustawy). Sąd Apelacyjny w Warszawie w orzeczeniu z dnia 5 grudnia 2007 r. (I ACa 1053/07, LEX nr 516530) także przychylił się do takiego poglądu, uznając, że funkcja klauzuli generalnej z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. polega nie tylko na uzupełnianiu definicji czynów nieuczciwej konkurencji, ale także na korygowaniu innych przepisów ustawy i dla wystąpienia stypizowanych czynów nieuczciwej konkurencji konieczne jest także spełnianie przez dane zachowanie przesłanek tej klauzuli generalnej. Sąd orzekający podziela drugi z zaprezentowanych poglądów. Uznanie pobierania dodatkowych opłat przez pozwanego, aby mogło być zakwalifikowane jako czyn nieuczciwej konkurencji musiałoby więc zostać uznane za działanie sprzeczne z prawem i zagrażające lub naruszające interes innego przedsiębiorcy lub klienta.

Ustawodawca przesądził o sprzeczności z prawem pobierania dodatkowych opłat w art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk, stanowiąc że czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Należy przy tym podkreślić, że sam art. 15 ust. 1 uznk został tak sformułowany, że czyny w nim wymienione (pkt 1-5) stanowią egzemplifikację "utrudniania dostępu do rynku". Wskazanie w tym przepisie, jako formy utrudniania dostępu do rynku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży ma ten skutek, że w przypadkach stanów faktycznych objętych hipotezą tej normy nie jest konieczne dodatkowo wykazywanie, iż nastąpiło w jego wyniku utrudnienie dostępu do rynku. Sam ustawodawca przesądził bowiem, że tego rodzaju stypizowane ("nazwane") ustawowo zachowanie staje się, per se, czynem niedozwolonej konkurencji, a więc, że utrudnia ono dostęp do rynku (por. wyrok SA w Lublinie z dnia 25 stycznia 2012 r. I ACa 639/11 LEX nr 1110272, wyrok SA w Poznaniu z dnia 13 października 2010 r. I ACa 707/10, LEX nr 756710). Nie ma też potrzeby wyznaczania rynku, gdyż jest nim, w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk., rynek wykreowany pomiędzy stronami transakcji. W świetle tego przepisu bez znaczenia pozostaje okoliczność czy sprzedawca mógł zbyć te towary innym kupującym, oraz czy zbycie towarów przedsiębiorcy pobierającemu takie opłaty jest mniej czy bardziej opłacalne ekonomicznie dla sprzedającego, niż zbycie innemu przedsiębiorcy (por. wyrok SA w Warszawie z dnia 27 września 2013r., IACa 420/13).

Jednocześnie sama konstrukcja art. 15 wskazuje, że czyny w nim stypizowane jednocześnie wypełniają przesłanki klauzuli generalnej określonej w art. 3 uznk. Niewątpliwie bowiem utrudnianie dostępu do rynku zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy. Pobieranie od przedsiębiorcy opłat ponad marżę handlową z istoty rzeczy narusza interes tego przedsiębiorcy. W wyroku z dnia 27 września 2013r., (IACa 420/13 SA) Sąd Apelacyjny w Warszawie wskazał, że konstrukcja art. 15 ust. 1 u.z.n.k. zakłada zagrożenie czy naruszenie interesu drugiej strony poprzez utrudnienie dostępu do rynku i nie wymaga dowodzenia ze strony powoda.

W konsekwencji dla rozstrzygnięcia niniejszej sprawy istotne było jedynie ustalenie czy pobrane przez pozwanego opłaty stanowiły inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Dla dalszych rozważań istotne są dwie kwestie. Po pierwsze, zdefiniowanie pojęcia „marża handlowa”. Po drugie, rozstrzygnięcie czy jest możliwe aby nabywca towaru pobierał od dostawcy towaru jakieś opłaty, które nie będą objęte hipotezą normy zawartej w art. 15 ust. 1 pkt 4, a jeżeli tak to czy opłaty, których zwrotu dochodzi powód należały do tej grupy.

Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie definiuje marży handlowej, dlatego w poszukiwaniu zakresu tego pojęcia należy odwołać się do art. 3 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 5 lipca 2011r. o cenach (t.j. Dz. U. 2013, poz. 385), który przez marżę handlową rozumie "różnicę między ceną płaconą przez kupującego a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę, wynikającą z kosztów i zysku przedsiębiorcy; marża handlowa może być wyrażona kwotowo lub w procentach". Chociaż definicja ta określa sposób liczenia marży, nie precyzuje, jakie dokładnie opłaty wchodziły w jej skład, operując jedynie terminem "koszty". Najogólniej ujmując, kosztem przedsiębiorcy jest wszystko to, co wydatkował w celu nabycia i dalszej odsprzedaży towaru.

Dokonując analizy czy nabywca towaru może pobierać od dostawcy jakieś opłaty, które nie są objęte hipotezą normy zawartej w art. 15 ust. 1 pkt 4 należy wyjść z założenia, że nie jest dopuszczalne pobieranie opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze standardową sprzedażą towarów ostatecznemu odbiorcy. Po dokonaniu sprzedaży kupujący zasadniczo nie spełnia już żadnych świadczeń na rzecz pierwotnego sprzedawcy. Ogół podejmowanych wówczas przez niego działań promocyjno – marketingowych dotyczących odsprzedawanych towarów, służy korzystnemu zbyciu ich przez kupującego finalnemu odbiorcy. Nie oznacza to jednak, że pomiędzy sprzedawcą a kupującym niedopuszczalne jest nawiązywanie relacji umownych, w których po stronie sprzedawcy istnieje obowiązek świadczenia pieniężnego, jednakże pod warunkiem, że ekwiwalentem tego świadczenia jest świadczenie kupującego, inne niż dalsza sprzedaż towaru zakupionego od sprzedawcy. Stąd też koszty jakichkolwiek działań kupującego, których celem jest zwiększenie sprzedaży towarów nabywanych od sprzedającego we własnych sklepach i na własną rzecz nie mogą obciążać sprzedającego. Dodatkowe opłaty byłyby natomiast dozwolone gdyby przedsiębiorca nabywający towar do dalszej odsprzedaży spełniał na rzecz zbywcy świadczenia niezwiązane z realizacją własnego interesu dotyczącego przedmiotu

umowy i niezwiązane ze standardową sprzedażą towarów finalnym odbiorcom, np. na życzenie dostawcy umieszczałyby w sklepie reklamy o treści przez niego określonej lub z nim uzgodnionej, dotyczące wyłącznie produktów dostawcy niezależnie od tego gdzie są one sprzedawane, albo dokonywałyby szczególnej akcji promocyjnej przeznaczonej wyłącznie dla towarów dostawcy i promującej te towary niezależnie od miejsca ich sprzedaży. Należy wyraźnie podkreślić, że w typowej umowie sprzedaży (dostawy) do obowiązków sprzedawcy (dostawcy) należą wyłącznie świadczenia o charakterze niepieniężnym, tzn. przeniesienie na rzecz kupującego (odbiorcy) własności i posiadania rzeczy, natomiast obowiązek świadczenia pieniężnego, czyli zapłaty ceny, obciąża wyłącznie kupującego (art. 535 k.c.). Jeżeli zatem na sprzedawcę zostają nałożone obowiązki dodatkowych świadczeń pieniężnych, należy domniemywać, że w ten sposób uiszczana jest w rzeczywistości zabroniona opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży. Sprzedający korzysta w takim przypadku z ułatwienia dowodowego w wykazywaniu popełnienia przez kupującego czynu niedozwolonej konkurencji, o jakim mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk. Wystarczające jest wówczas wykazanie, że poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży uiszczal on na rzecz kupującego dodatkowe należności pieniężne (tak, wyrok SA w Warszawie z dnia 20 czerwca 2013r., I ACa 1/13; wyrok SA w Poznaniu z dnia 25 lutego 2010r., I ACa 107/10)). W orzecznictwie wskazano nawet, że każda wypłata (potrącenie) ponad marżę objęta jest domniemaniem, że stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, w efekcie czego dostawca może żądać zwrotu takiej nadpłaty (tak, wyrok SN z 28.10.2012 r., I CSK 147/12, niepubl.). Obalenie tego domniemania spoczywa więc na stronie twierdzącej, że opłaty te były należne, czyli właścicieli sklepu, który je pobierał; w niniejszej sprawie na pozwanym.

Biorąc pod uwagę okoliczność, że zgodnie z art. 6 kc ciężar udowodnienia faktu spoczywa na osobie, która z faktu tego wywodzi skutki prawne co w postępowaniu sądowym oznacza, że na powódzie spoczywa ciężar udowodnienia faktów uzasadniających jego roszczenie (tak, orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 3.10.1969r., II PR 313/69) należy uznać, że w niniejszej sprawie powód winien udowodnić jedynie, że pozwany pobrał od niego dodatkowe opłaty. Obciążenia powoda przez pozwanego fakturami z tytułu dodatkowych opłat było okolicznością bezsporną. Kopie faktur zostały załączone do akt (vide: tabela faktur). Bezsporny był również sposób dokonywania rozliczeń wierzytelności pozwanego poprzez dokonanie zapłaty powodowi ceny za towar pomniejszonej o wartość wynikającą z faktur wystawionych przez pozwanego. Kopie oświadczeń o dokonaniu kompensaty zostały również załączone do akt. Sąd uznał więc za udowodniony fakt, że pozwany składał powodowi oświadczenia o potrąceniu swoich wierzytelności z wierzytelnościami powoda. Potrącenie (kompensacja, kompensata, od łac. compensatio) polega na umorzeniu wzajemnych wierzytelności przez zaliczenie wartości jednej wierzytelności na poczet drugiej. W wyniku potrącenia wprawdzie żaden z wierzycieli nie otrzymuje efektywnego świadczenia, ale za to zwolniony zostaje z zobowiązania albo całkowicie, albo do wysokości wierzytelności niższej (zob. wyrok SN z dnia 14 czerwca 1974 r., III CRN 395/73, LEX nr 7520; W. Bryl (w:) Kodeks cywilny. Komentarz, t. II, pod red. Z. Resicha, Warszawa 1972, s. 1204; M. Pyziak-Szafnicka (w:) System..., t. 6, s. 1091). Oświadczenie o potrąceniu, o którym mowa w art. 499 k.c., jest czynnością materialnoprawną, powodującą – w razie wystąpienia przesłanek określonych w art. 498 § 1 k.c., których wystąpieniu w niniejszej sprawie strony nie zaprzeczyły – odpowiednie umorzenie wzajemnych wierzytelności. Pozwany zaprzeczył jedynie jakoby pobrane opłaty miały charakter niedozwolonych opłat, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk. Zaprzeczenie okolicznościom dokonane przez stronę procesową wywołuje zaś ten skutek, że istotne dla rozstrzygnięcia sprawy fakty stają się sporne i muszą być udowodnione (postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 28.04.1975r., III CRN 26/75). W razie zaś ich nieudowodnienia sąd oceni je na niekorzyść strony, na której spoczywał ciężar dowodu, chyba że miał możliwość przekonać się o prawdziwości tych twierdzeń na innej podstawie. W ocenie sądu pozwany nie udowodnił, że pobierane przez niego opłaty nie miały charakteru opłat zakazanych na podstawie art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk.

Dalsze rozważania będą prowadzone odrębnie dla różnych pobieranych przez pozwanego opłat, z uwagi na ich różne nazewnictwo i sposób naliczania.

Opłaty za promocję

Sąd uznał pobranego przez pozwanego opłaty za usługi promocyjne za niedozwolone opłaty, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk z trzech powodów.

Po pierwsze, materiał dowodowy zgromadzony w niniejszej sprawie w żaden sposób nie wykazał, aby pozwany podejmował na rzecz powoda jakiegokolwiek działania promocyjne. Świadkowie zawnioskowani przez pozwanego nie wskazali ani jednej konkretnej akcji promocyjnej, której beneficjentem byłby powód. W. W. i J. K. (2) ogólnie mówili o tym, że pozwany promuje towary w gazetkach promocyjnych podczas gdy towary pozwanego nigdy nie znalazły się w gazetce promocyjnej (okoliczność bezsporna). Podobnie ogólnie zeznawali świadkowie Z. P., I. S., M. G.. Zeznania te dotyczyły jedynie form działalności promocyjnej pozwanego bez odniesienia tej działalności do produktów powoda. Świadkowie nie wskazali kiedy odbyła się jakakolwiek akcja promocyjna towarów powoda, na czym ona polegała, czy było to wystawienie towarów powoda na tzw. „końcówce regału”, w jakim sklepie, czy były to indywidualne reklamówki dźwiękowe, jakiej treści itd. Innymi słowy, materiał dowodowy zgromadzony w sprawie nie pozwala uznać, że pozwany wykonał na rzecz powoda jakiegokolwiek czynności wskazane w § 1 pkt 4.1. ii)-v) umowy o premiach i współpracy przy promocjach.

Po drugie, w ocenie sądu, ogólne działania promocyjne podejmowane przez pozwanego w swoich sklepach nie były w żadnym wypadku promocją towarów stanowiących własność powoda. Wynika to zarówno z materiału dowodowego zgromadzonego w sprawie jak i z istoty tego typu działań promocyjnych, które dotyczyły własnych towarów pozwanego sprzedawanych w jego własnych sklepach i, co oczywiste, miały na celu maksymalizację zysku pozwanego. Beneficjentem tych działań nie był powód. Sąd w niniejszej sprawie podziela pogląd wyrażony w wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 grudnia 2011r. (I ACa 601/11), zgodnie z którym „ pozwany od chwili wydania mu sprzedanych rzeczy pozostawał ich właścicielem i wszelkie akcje promocyjne towarów służyły zwiększeniu sprzedaży i umocnieniu pozycji pozwanego na rynku detalicznym”. Jest oczywiste, że w interesie pozwanego leżało informowanie jego klientów o tym jakie towary sprzedaje w sklepach, jakich marek lub producentów i prowadzenie akcji promocyjnych sprzedawanych przez siebie towarów w celu zachęcania klientów do ich nabycia.

Po trzecie, sposób ustalenia wynagrodzenia za usługi promocyjne w odniesieniu do obrotu dokonanego przez strony (4,5%) wyłącza uznanie, że istnieje związek pomiędzy kosztami świadczenia usług przez pozwanego, a korzyściami, jakie ewentualnie powód mógł z tego odnosić, odpowiadającymi wysokości płaconego sieci wynagrodzenia z tytułu tych usług (gdyby oczywiście wykazano, że usługi promocyjne faktycznie były świadczone). Co prawda, w ramach swobody zawierania umów (art. 353¹ KC), co do zasady, strony są uprawnione do ustalenia metody wynagrodzenia za usługi również w oparciu o wysokość obrotu, jednak podkreślić trzeba, że przyjęcie takiej metody nie może naruszać zasady ekwiwalentności świadczeń, do których strony zobowiązały się na podstawie zawartych umów wzajemnych (por. wyrok SA w Warszawie z 28.4.2011 r., I ACa 1188/10, niepubl.). Jak podkreślił SN w wyroku z 25.1.2011 r. (II CSK 528/10, niepubl), w ramach wyrażonej w art. 353¹ KC zasady swobody umów mieści się również przyzwolenie na faktyczną nierówność stron umowy. Nieekwiwalentność sytuacji prawnej stron umowy nie wymaga zatem, co do zasady, istnienia okoliczności, które by ją usprawiedliwiały, skoro stanowi ona wyraz woli stron. Obiektywnie niekorzystna dla jednej strony treść umowy zasługiwać będzie jednak na negatywną ocenę moralną, a w konsekwencji prowadzić do uznania umowy za sprzeczną z zasadami współżycia społecznego w sytuacji, gdy do takiego ukształtowania stosunków umownych, który jest dla niej w sposób widocznie krzywdzący, doszło przy świadomym lub tylko spowodowanym niedbalstwem, wykorzystaniu przez drugą stronę swojej silniejszej pozycji. Nie można również twierdzić, że kwestia ekwiwalentności świadczeń jest kategorią subiektywną i zależy wyłącznie od ustaleń stron, choćby ustalenia te odbiegały od wartości zobiektywizowanej, a kwestia wysokości wynagrodzenia w obrocie profesjonalnym między dwoma przedsiębiorcami pozostaje w sferze ich decyzji biznesowych. Umowy sprzedaży łączące strony mają charakter umów wzajemnych w rozumieniu art. 487 § 2 KC. W przypadku umów wzajemnych należy zwracać uwagę na obiektywną wartość świadczeń rozstrzygając o ich ekwiwalentności. Jak wskazał SN, postanowienia umowy wzajemnej nie mogą naruszać ekwiwalentności świadczeń (por. wyrok SN z 8.10.2004 r., V CK 670/03, OSNC Nr 9/2005, poz. 162) Także w wyroku z 23.6.2005 r. (II CK 739/04, Legalis) SN podkreślił, że jeżeli strony nadają zawieranej umowie cechę wzajemności, to mają swobodę w kształtowaniu wynikającego z niej zobowiązania o tyle tylko, o ile ich postanowienia nie podważają zasady ekwiwalentności świadczeń z umowy wzajemnej.

Premia od obrotu

W ocenie sądu:

1) Opłaty z tytułu premii od obrotu należą z założenia do kategorii innych niż marża opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży; nie można bowiem uznać, że wynika z nich jakkolwiek ekwiwalentność świadczeń, co uzasadniałoby ich wprowadzenie (C. Banasiński, M. Bychowska, Utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży (art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.), PPH nr 4/2008, s. 15). Sąd orzekający podziela w tym zakresie pogląd wyrażony przez Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 14 marca 2014r., w którym Sąd Apelacyjny stwierdził, że „obciążenie dostawcy rocznymi premiami finansowymi naliczonymi od uzyskanego przez pozwanego obrotu towarami produkowanymi przez dostawcę ze swojej natury stanowi inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży, nie znajduje bowiem uzasadnienia we wzajemnym świadczeniu strony przeciwnej (I ACa 1261/13).

2) Przyjmując, że obie strony osiągały zysk we wzajemnych relacjach handlowych, który zależał wprost proporcjonalnie od wysokości obrotów, nakładanie tylko na jedną ze stron stosunku zobowiązaniowego obowiązku dodatkowego premiowania strony przeciwnej, należy uznać za działanie utrudniające dostęp do rynku, przez nakładanie nieuzasadnionych w mechanizmie wolnej konkurencji opłat, co prowadzi do naruszenia interesu ekonomicznego dostawcy. Pośrednie korzyści powoda z utrzymania, czy wzrostu stanu sprzedaży dostarczanych przez niego produktów w żadnym razie nie legalizowały praktyki ich pobierania w sytuacji, gdy art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. bezwzględnie ogranicza świadczenie należne ze sprzedaży cudzych produktów do samej tylko marży (tak, SA we Wrocławiu, I ACa 48/13).

3) Okoliczność, że pobierane przez pozwanego opłaty z tytułu premii stanowiły dodatkową opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży wynika również ze sposobu ich dokumentowania. W praktyce obrotu gospodarczego premii (upustów, rabatów), które obniżają cenę towaru udziela sprzedawca w swoich dokumentach sprzedaży np. na fakturze. Tak rozumiana premia (upust, bonus, rabat) obniża cenę. Jest ona wówczas przyporządkowana do konkretnego towaru i obniża jego cenę jednostkową. Tymczasem w przedmiotowej sprawie faktury obejmujące należność z tytułu premii wystawiał kupujący. Robił to już po nabyciu towarów. Trudno więc uznać, że opłaty z tytułu premii miały charakter upustów czy rabatów obniżających cenę skoro sprzedaż była już dokonana, właścicielem towarów był pozwany, a powód nie wystawiał faktur korygujących. Sąd orzekający podziela pogląd, zgodnie z którym aby można było mówić o upuście (rabacie) to odnosić by go trzeba do konkretnej ceny konkretnego towaru. Tymczasem w niniejszej sprawie obniżka nie dotyczyła konkretnej ceny konkretnego towaru, ale opłaty za obrót, czyli za to, że pozwany przyjmował do sprzedaży towary powoda o określonej wartości (tak, Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 6 lutego 2014r., I ACa 1553/13). Ustalenie, że premia od obrotu nie dotyczy konkretnych cen wynika również z zawartego w klauzuli szczególnej do umowy o warunkach sprzedaży i dostawy produktów postanowienia, że „w przypadku zniżki/rabatu dla konkretnego produktu, zawsze będzie ona miała odzwierciedlenie w cenie konkretnego produktu, tj. na fakturze ujęta będzie cena produktu wraz z zastosowaną zniżką odniesiona do jednostek wielkości” – część IV pkt 10. Tymczasem premia od obrotu nie powodowała obniżenia cen towarów powoda. Była opłatą za to, że pozwany nabywał od powoda towary. Nie bez znaczenia jest przy tym fakt, że była to premia od jakiegokolwiek obrotu, bez uzależnienia obowiązku zapłaty premii od osiągnięcia określonego poziomu obrotu.

4) Powód wskazał, że premia była związana z wysokością obrotu, a w konsekwencji z dokonywaniem przez pozwanego zamówień na towary powoda. Pozwany nie przedstawił kontrargumentów w odniesieniu do tych twierdzeń, a biorąc pod uwagę okoliczność, że akceptacja premii dla pozwanego przez powoda stanowiła istotny warunek nawiązania współpracy i swoiste wynagrodzenie za sprzedaż produktów dostarczonych przez powoda, to jej pobranie stanowiło klasyczny przykład pobrania tzw. opłaty półkowej, za przyjęcie towaru do sprzedaży, nie będącej marżą handlową. Premie pieniężne były pochodną wysokości obrotu, co oznacza, że jedyną przesłankę ich pobrania i wysokości stanowiły zamówienia na towary powódki składane przez pozwanego. Pozwany jedynie składał zamówienia na towar a powód dokonywał płatności za to, że pozwany towar zakupił w określonej ilości (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w

Warszawie z dnia 20 grudnia 2011r. I ACa 601/11, wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z dnia 12 maja 2009r. I ACa 304/09, wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 10 lutego 2011 I ACa 1052/10).

Oplaty za rozszerzanie sieci ((...)).

Pozwany pobrał od powoda kwotę 4148 zł tytułem opłat za usługi administrowania infrastrukturą ((...)). Opłaty te były związane z faktem, że pozwany żądał od powoda przesyłania faktur drogą elektroniczną przy użyciu systemu udostępnionego przez podmiot trzeci. Przesyłanie faktur drogą elektroniczną było korzystne dla pozwanego, którego służby księgowo wcześniej otrzymywały potrzebne dokumenty. Ułatwiało to pozwanemu jednoczesne prowadzenie współpracy z wieloma dostawcami. Taki system przesyłania faktur funkcjonował na żądanie pozwanego. Nie został on zaproponowany przez powoda i nie był dla niego korzystny gdyż powód i tak musiał wystawiać fakturę w wersji papierowej. W konsekwencji pozwany obciążył powoda opłatami za działania, w wyniku których korzyści odnosił pozwany, a nie powód. W ten sposób pozwany częścią kosztów swojej działalności obciążył powoda. W ocenie sądu takie opłaty niewątpliwie stanowiły opłaty zakazane.

Przeprowadzone wyżej rozważania prowadzą do wniosku, że wszystkie pobrane przez pozwanego opłaty stanowiły opłaty zakazane, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk. W razie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji, przedsiębiorca, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać m.in. wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści na zasadach ogólnych (art. 18 ust. 1 pkt 5 uznk). Na podstawie tego przepisu strona może, niezależnie od innych roszczeń wynikających z umowy, dochodzić zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży (uchwała Sądu Najwyższego z dnia 19 sierpnia 2009r., III CZP 58/09). Pobranie kwoty 360.866,24zł z ceny sprzedanego towaru oznacza, że pozwany uzyskał towar o wartości wyższej niż dokonana zapłata. Jest to korzyść o której mowa w art. 18 ust. 1 pkt. 5 u.z.n.k. (por. postanowienie SN z dnia 16.10.2009 r., I CSK 230/09; wyrok SN z 8.07.2010r., II CSK 74/10). Mamy zatem do czynienia z uzyskaniem przez pozwanego korzyści majątkowej, kosztem powoda, który nie otrzymał zapłaty ceny za sprzedany towar w pełnej wysokości. Korzyść ta została uzyskana bez podstawy prawnej, wskutek popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Wskazać również przy tym należy, że przepis art. 18 ust. 1 pkt. 5 uznk. stanowi samoistną podstawę dochodzenia roszczeń. Sąd w pełni podziela stanowisko SN wyrażone w uchwale z dnia 19 sierpnia 2009 r. (III CZP 58/09, OSNC 2010/3/37): „Na podstawie art. 18 ust. 1 pkt. 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (jedn. tekst: Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) strona może - niezależnie od innych roszczeń wynikających z umowy - dochodzić zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży”. W uzasadnieniu tej uchwały SN jednoznacznie przyjął, iż dopuszczalne jest dochodzenie ochrony na podstawie art. 18 ust. 1 pkt. 5 uznk. bez potrzeby sięgania do konstrukcji nieważności umowy (art. 58 k.c.). Taki sam pogląd wyraził Sąd Apelacyjny w Poznaniu w postanowieniu z dnia 10 stycznia 2013r. (I Acz 2239/12) oraz Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 17 stycznia 2014r. (I ACa 946/13).

Odnosząc się odrębnie do poszczególnych twierdzeń i zarzutów pozwanego podniesionych w sprzeciwie sąd zważył co następuje:

1) Pozwany wskazał, że strony miały swobodę w zakresie kształtowania łączącego je stosunku umownego – k. 131.

Jak wskazano, dostarczanie towarów do sieci handlowych odbywa się w oparciu o umowę sprzedaży. Jednak umowy, które zawierają postanowienia o innych, dodatkowych zobowiązaniach właściciela sieci handlowej (kupującego) wobec sprzedawcy towarów, wykraczają poza pojęcie umowy sprzedaży w rozumieniu art. 535 KC, co jest dopuszczalne w świetle zasady swobody zawierania umów wzajemnych, wyrażonej w art. 353¹ KC. W granicach swobody określonej w tym przepisie jest bowiem możliwe kreowanie stosunków prawnych, w których prawa i obowiązki właściwe umowie sprzedaży bądź dostawy będą obejmowały dodatkowe elementy. Te dodatkowe elementy nie mogą być jednak sprzeczne z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa. W konsekwencji nawet uznanie, że umowa sprzedaży była tylko jednym z elementów współpracy stron nie zwalnia sądu z obowiązku oceny czy inne zapisy w umowie nakładające na powoda obowiązek świadczeń pieniężnych na rzecz pozwanego nie były sprzeczne z prawem. Ocena ta została dokonana wyżej. Wynika z niej, że jakiegokolwiek świadczenia marketingowe w stosunku do towarów

stanowiących własność pozwanego, a wcześniej zakupionych od powoda, jak również premia od obrotu oraz opłata za usługi administrowania infrastrukturą ((...)) stanowią opłaty dodatkowe, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk.

2) Pozwany wskazał, że warunki współpracy nie zostały powodowi narzucone – k. 132

W ocenie sądu bez znaczenia jest czy opłaty pobrane przez pozwanego były narzucone czy też zostały uzgodnione przez strony w myśl zasady swobody umów (art. 353¹ kc), bowiem stosownie do przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk pobieranie opłat innych niż marża handlowa za przyjęcie towaru do sprzedaży stanowi czyn nieuczciwej konkurencji. Sama okoliczność, że strony uzgadniały wysokość opłat nie sanuje oceny poszczególnych czynów pod kątem popełnienia deliktu opisanego w tym przepisie (wyrok SA w Łodzi z dnia 9 stycznia 2013r., I ACa 985/12). Sąd orzekający podziela pogląd Sądu Najwyższego, zgodnie z którym z punktu widzenia oceny czy doszło do popełnienia deliktu bez znaczenia pozostaje, czy powód jako sprzedawca godzi się na pobieranie opłat, nie kwestionując działań sieci w toku współpracy ani nie zgłaszając reklamacji zgodnie z procedurą reklamacyjną przewidzianą w umowie, czy w toku współpracy przyjmował faktury wystawiane przez właściciela sieci, co mogłoby świadczyć o tym, że niejako potwierdzał w ten sposób prawidłowe wykonywanie usług. Abstrahując od tego, że taki sprzeciw sprzedawcy odnośnie do pobierania nieuzasadnionych opłat oznaczałoby zwykle zakończenie współpracy pomiędzy stronami, to kwalifikacja pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży za czyn nieuczciwej konkurencji sprawia, że taka praktyka nie może być w żaden sposób zalegalizowana. Nie można bowiem, mocą samego tylko porozumienia stron, usankcjonować działań sprzecznych z prawem lub dobrymi obyczajami, a przy tym zagrażających lub naruszających interes innego przedsiębiorcy lub klienta (por. wyrok SN z 9.1.2008 r., II CK 4/07, Legalis.).

Należy również podkreślić, że zasada swobody umów nie jest zasadą nieograniczoną i niedoznąjącą wyjątków. W szczególności, w orzecznictwie powszechny jest pogląd, że art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk ogranicza wyrażoną w art. 353¹ zasadą swobody umów w imię ochrony swobodnego dostępu do rynku (tak, w szczególności wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 26 stycznia 2014r., I Aca 702/13).

Na marginesie należy jednak wskazać, że o ile przesłuchany w charakterze strony D. S. zeznał, że nie miał możliwości podpisania umowy bez zaakceptowania narzuconych mu opłat to świadkowie zawnioskowani przez stronę pozwaną nie przedstawili twierdzeń odmiennych. Co prawda świadek L. L. zeznała, że warunki współpracy handlowej nie były dostawcą narzucane ale świadek nie brała udziału w negocjacjach umowy z powodem.

Uzasadnienie rozstrzygnięcia w przedmiocie odsetek.

Zgodnie z art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczeniu nieuczciwej konkurencji w razie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji przedsiębiorca którego interes został naruszony może żądać wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści na zasadach ogólnych. Żądanie powoda ma swoją podstawę w przepisach o bezpodstawnym wzbogaceniu, zgodnie z cytowanym wyżej art. 18 ust. 1 pkt 5. Roszczenie takie jest bezterminowe i dopiero wezwanie wierzyciela skierowane do dłużnika (art. 455 kc) przekształca je w terminowe. Ustalając datę od której pozwanemu należą się odsetki trzeba więc odwołać się do regulacji zawartej w art. 455 k.c., w myśl której jeżeli termin spełnienia świadczenia nie jest oznaczony ani nie wynika z właściwości zobowiązania świadczenie powinno zostać spełnione niezwłocznie po wezwaniu dłużnika do wykonania (tak, wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 28 stycznia 2014r., I ACa 702/13; tak również co do początkowego biegu terminu naliczania odsetek za opóźnienie: wyrok SN z dnia 22 marca 2001r., V CKN 769/00, wyrok SN z dnia 28 kwietnia 2004r., V CK 461/03, wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 24 września 2009r., I ACa 484/09, wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 14 marca 2014r., I Aca 1261/13). Powód w dniu 6 kwietnia 2009 roku skierował do pozwanego wezwanie do zapłaty należności dochodzonych pozwem w terminie 5 dni od dnia otrzymania wezwania. Wezwanie zostało pozwanemu doręczone w dniu 6 kwietnia 2009r. Termin określony w wezwaniu minął 11 kwietnia 2009r. Stąd też jako początkową datę naliczania odsetek sąd przyjął 12 kwietnia 2009r..

O kosztach sąd orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3 oraz art. 100 k.p.c., zgodnie z zasadą odpowiedzialności za wynik postępowania. Stroną, która przegrała proces była pozwana i dlatego to ją należało obciążyć kosztami postępowania poniesionymi przez stronę powodową. Na koszty te w łącznej kwocie 14.518,93zł złożyły się:

- a) opłata sądowa w kwocie: 7.138zł,
- b) koszty zastępstwa procesowego: 3600zł,
- c) opłata skarbową od pełnomocnictwa: 17zł,
- d) koszty poniesione przez pełnomocnika tj. wydatki w kwocie 3.763,93zł.

Sąd nie uwzględnił wniosku powoda o przyznanie kosztów zastępstwa procesowego w wysokości wielokrotności stawki minimalnej. W ocenie sądu nakład pracy w niniejszej sprawie zasadniczo nie różnił się od innych spraw o podobnej wartości przedmiotu sporu, a w szczególności od innych spraw tego samego typu. Zasadnicza trudność w niniejszej sprawie polegała na przygotowaniu rozliczenia faktur i zgromadzeniu dokumentacji, ale w ocenie sądu nie była to trudność nadzwyczajna. Również przesłuchiwanie świadków w drodze pomocy sądowej, które co prawda znacznie przedłużyło postępowanie, nie uzasadnia, w ocenie sądu, zwiększenia wynagrodzenia pełnomocnika. Powszechny w orzecznictwie jest pogląd, że jeżeli nakład pracy adwokata nie jest zdecydowanie ponadprzeciętny, to wynagrodzenie powinno odpowiadać wysokości jedynie stawki minimalnej (wyrok SA w Krakowie z dnia 31 stycznia 2013 r., II AKA 252/12, LEX nr 1286550; postanowienie NSA z dnia 17 października 2012 r., II FZ 878/12, LEX nr 1244413). Sąd orzekający podziela ten pogląd i uznaje, że w niniejszej sprawie nakład pracy pełnomocnika nie był zdecydowanie ponadprzeciętny. Z uwagi na powyższe sąd przyznał koszty zastępstwa procesowego w wysokości 3600zł na podstawie § 6 pkt 6 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu (t.j. Dz. U. 2013., poz. 490).

Do niezbędnych kosztów procesu Sąd zaliczył niezbędne koszty dojazdu pełnomocnika strony powodowej (działającego osobiście, przez pełnomocnika lub z upoważnienia) na posiedzenia Sądu na podstawie art. 98 §3 i 4 k.p.c., art. 85 w zw. z art. 91 u.k.s.c., rozporządzenia Ministra infrastruktury z 25 marca 2002 r. w sprawie warunków ustalania oraz sposobu dokonywania zwrotu kosztów używania do celów służbowych samochodów osobowych, motocykli i motorowerów niebędących własnością pracodawcy oraz rozporządzenia Ministra Pracy i polityki Społecznej z 29 stycznia 2013 r. w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej. (tak samo: uchwała SN z 18 lipca 2012 r. III CZP 33/12) Po analizie przedłożonego przez pełnomocnika strony spisu kosztów dojazdu oraz innych kosztów z tym związanych Sąd uznał poniesione koszty dojazdu za uzasadnione, w tym uznał za dopuszczalny jako racjonalny i celowy wybór środka komunikacji w postaci samolotu na posiedzenia Sądu w Warszawie 29 I 2013 r., 28 III 2013 r. i 29 V 2014 r. oraz 27 VI 2013 r. w G. (w ramach pomocy sądowej) z uwagi na znaczną odległość siedziby Sądu od siedziby powoda, ustalone godziny posiedzenia oraz – w przypadku drogi powrotnej – na zasadę ekonomii. Uzasadniony był również wybór skorzystania z noclegu w przypadku posiedzenia Sądu 18 IV 2013 r. w G. delegatura w S. (w ramach pomocy sądowej).

Sąd nie zasądził zwrotu kosztów dojazdu w zakresie, w jakim dotyczyły one kosztów podróży (taxi) na terenie miasta K.. Zgodnie z art. 85 ust. 1 u.k.s.c. stosowanym odpowiednio do strony i jej pełnomocnika, zwrot kosztów dojazdu przysługuje wyłącznie z miejsca zamieszkania lub siedziby do miejsca wykonywania czynności sądowej na wezwanie sądu. Strona powodowa mająca siedzibę w G. ustanowiła pełnomocnika procesowego z K.. W ocenie Sądu nie budzi wątpliwości ustalenie pełnomocnika w miejscu siedziby spółki lub w miejscu nieznacznie oddalonym – w tym przypadku w K., mimo toczącego się procesu w Warszawie, z uwagi na konieczność osobistego kontaktu spółki z osobą ją reprezentującą. Nie można natomiast uznać za uzasadnione poniesionych kosztów poruszania się pełnomocnika po miejscowości, w której mieści się jego kancelaria.

Konsekwentnie, na podstawie art. 85 ust. 3 u.k.s.c., Sąd uznał za należne diety w przypadku podróży do miejsca wykonywania czynności sądowych trwającej dłużej niż 8 godzin lub ponad 12 godzin stanowią uzasadnione koszty dojazdu. W związku z tym Sąd zasądził dochodzone przez stronę powodową koszty z tego tytułu. W przypadku kosztów dojazdu na posiedzenie Sądu w Gorzowie Wielkopolskim 18 IV 2013 r. Sąd uwzględnił należną dietę w wysokości

przysługującej za czas podróży krajowej trwającej ponad 12 godzin, lecz nieprzekraczającej doby z uwagi na fakt nieudowodnienia trwania podróży dłużej niż doba.

Zasądzając koszty dojazdu Sąd ograniczył ich wysokość do wysokości dochodzonej przez stronę powodową, zgodnie z przedstawionym spisem kosztów (k. 722-724).