

Sygn. akt I ACa 896/12

## WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

**Dnia 18 lutego 2013 r.**

**Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:**

**Przewodniczący – Sędzia SA – Robert Obrębski /spr./**

**Sędzia SA – Maciej Dobrzyński**

**Sędzia SA – Lidia Sularzycka**

**Protokolant – st. sekr. sąd. Katarzyna Foltak**

po rozpoznaniu w dniu 18 lutego 2013 r. w Warszawie na rozprawie

sprawy z powództwa (...) Spółki Jawnej w W.

przeciwko (...) Spółce Akcyjnej w W.

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 20 stycznia 2012 r. sygn. akt XVI GC 729/09

**I. zmienia zaskarżony wyrok:**

**a. w punkcie 1 (pierwszym) w części w ten sposób, że oddala powództwo o zapłatę kwoty 82.435,95 zł (osiemdziesiąt dwa tysiące czterysta trzydzieści pięć złotych dziewięćdziesiąt pięć groszy) oraz o zapłatę odsetek od tej kwoty;**

**b. w punkcie 2 (drugim) w części w ten sposób, że oddala żądanie strony powodowej o zapłatę kwoty 4357 zł (cztery tysiące trzysta pięćdziesiąt siedem złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu;**

**II. oddala apelację w pozostałym zakresie;**

**III. zasądza od (...) Spółka Akcyjna w W. na rzecz (...) Spółki Jawnej w W. kwotę 757,60 zł (siedemset pięćdziesiąt siedem złotych sześćdziesiąt groszy) tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym.**

Sygn. akt I ACa 896/12

## UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 16 lipca 2009 r. (...) spółka jawna z siedzibą w W. wniosła o zasądzenie od (...) Spółki Akcyjnej z siedzibą w W. kwoty 944590,50 zł z ustawowymi odsetkami do dnia zapłaty: od kwoty 667,40 zł od dnia 17 sierpnia 2006 r. do dnia zapłaty, od kwoty 1092,69 zł od dnia 13 września 2006 r. do dnia zapłaty, od kwoty 1220,00 złotych od dnia 20 września 2006 r. do dnia zapłaty, od kwoty 5656,19 zł od dnia 4 października 2006 r. do dnia zapłaty, od kwoty 58468,20 zł od dnia 15 listopada 2006 r. do dnia zapłaty, od kwoty 7123,68 zł od dnia 26 grudnia 2006 r., od dnia

44851,12 zł od dnia 3 stycznia 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 21465,21 zł od dnia 7 lutego 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 1699,67 zł. od dnia 7 marca 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 7577,42 złotych od dnia 4 kwietnia 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 9342,61 zł od dnia 5 maja 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 2275,61 zł. od dnia 23 maja 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 30212,52 zł od dnia 4 lipca 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 93770,22 zł od dnia 3 października 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 12421,15 zł od dnia 8 listopada 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 3050,00 zł od dnia 5 stycznia 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 48487,98 zł od dnia 1 grudnia 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 16163,01 zł od dnia 28 grudnia 2007 r. do dnia zapłaty, od kwoty 2382,86 zł od dnia 19 stycznia 2008 r do dnia zapłaty, od kwoty 79258,12 zł od dnia 12 kwietnia 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 22586,88 zł od dnia 17 maja 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 26010,80 zł od dnia 18 czerwca 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 137193,04 zł od dnia 13 września 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 1641,13 zł od dnia 4 października 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 17459,52 zł od dnia 8 listopada 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 9825,49 zł od dnia 6 grudnia 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 41784,75 zł od dnia 31 grudnia 2008 r. do dnia zapłaty, od kwoty 48066,03 zł od dnia 24 stycznia 2009 r. do dnia zapłaty, od kwoty 581,34 zł od dnia 11 lutego 2009 r. do dnia zapłaty, od kwoty 185268,62 zł od dnia 10 kwietnia 2009 r. do dnia zapłaty i od kwoty 6987,24 zł od dnia 9 maja 2009 r. 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 towarów powoda. W pozwie podniesiono, że warunki świadczenia usług marketingowych zostały narzucone przez stronę pozwaną, nie były uzgodnione między stronami, a ewentualna odmowa przyjęcia warunków proponowanych przez pozwaną uniemożliwiła nawiązanie współpracy. Podniesiono ponadto, że działania strony pozwanej utrudniały powodowej spółce dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Jako podstawa prawna roszczenia został ponadto powołany art. 18 ust. 1 pkt 5 wskazanej ustawy. Powód wniósł ponadto o zasądzenie na swoją rzecz od strony pozwanej kosztów postępowania.

Pozwana wnosiła o oddalenie powództwa. Przyznając fakty dotyczące naliczania wynagrodzenia za usługi świadczone na rzecz powoda, strona pozwana podnosiła, że świadczenie tych usług zostało uzgodnione przez strony, nie utrudniało stronie powodowej dostępu do rynku i było korzystna nie tylko dla strony pozwanej, ale również dla powodowej spółki. Według pozwanej spółki, reklama produktów dostawcy, w szczególności przez ich wystawianie w sklepach w atrakcyjnych miejscach i zamieszczanie w gazetkach reklamowych, zwiększała popyt na produkty strony powodowej i istotnie przyczyniała się do zwiększenia jej obrotów. Ponadto strona pozwana zaprzeczała, aby łączące strony umowy były pozorne, jak również by ich wykonanie stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji. Podnosiła ponadto, że odbierała towar od powodowej spółki, zgodnie z zawartą umową ponosiła koszty transportu, które w całości obciążały dostawcę.

Wyrokiem z dnia 20 stycznia 2012 r. Sąd Okręgowy zasądził od strony pozwanej na rzecz strony powodowej kwotę 944590,50 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 29 czerwca 2009 r. do dnia zapłaty, oddalił powództwo w pozostałym zakresie, dotyczącym odsetek za wcześniejszy okres, i zasądził od strony pozwanej na rzecz powodowej spółki kwotę 54464,00 zł tytułem zwrotu kosztów procesu.

Na podstawie zebranego materiału dowodowego, Sąd Okręgowy ustalił, że przedmiotem działalności powódki była sprzedaż odzieży oraz że powód współpracował z pozwaną na podstawie umowy o współpracy handlowej od 2005 r. W okresie od 2006 r. do 2008 r., jak ustalił Sąd Okręgowy, strony zawierały umowy, których przedmiotem miały być usługi promocyjne na rzecz strony powodowej, takie jak: rabaty, premie pieniężne, usługi w ramach budżetu promocyjnego, usługi reklamowe, konsultacje handlowych i marketingowych. Świadcząc wskazane usług, jak ustalił Sąd Okręgowy, pozwana reklamowała towary dostarczane przez powoda w gazetach promocyjnych, jednakże reklamy nie zawierały logo powoda, ani innej informacji handlowej, która świadczyłaby o tożsamości dostawcy. Według ustaleń Sądu Okręgowego, powód nie miała możliwości negocjowania umów, nie miał wpływu na usługi dodatkowe oraz wysokość wynagrodzenia naliczonego przez pozwaną. Pracownicy pozwanej informowali każdorazowo powoda o konieczności podpisania dodatkowych umów oraz o tym, że nie są upoważnieni do zaproponowania korzystniejszych dla powoda warunków ich realizacji. Sąd Okręgowy oparł wskazane ustalenia na wiarygodnych zeznaniach pracowników pozwanej A. S., S. M., P. R., D. S., na zeznaniach świadków B. K., E. C., A. K., oraz na dowodach z przesłuchania współników reprezentujących powodową spółkę.

Sąd Okręgowy uznał, iż żądanie oparte na art. 15 ust 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zasługiwało na uwzględnienie, ponieważ pozwana pobierała od powoda inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie dostarczanych towarów do sprzedaży we własnej sieci sklepów. Według Sądu Okręgowego, usługi były wykonywane wyłącznie w interesie strony pozwanej, reklamowane były bowiem towary stanowiące własność pozwanej w sposób uniemożliwiający identyfikację dostawcy, którego działalność nie była w ten sposób promowana. W ocenie Sądu Okręgowego, umowy zawarte przez strony w zakresie wszelkich opłat dodatkowych były nieważne, naruszały bowiem dobre obyczaje i zasady współzycia społecznego. Opłaty były pobierane za przyjęcie towarów dostarczanych przez powoda do sprzedaży prowadzonej przez stronę pozwaną, zostały narzucone powodowi, który nie odnosił z nich żadnej korzyści handlowej. Wskazując, że usługi nie były ekwiwalentne, Sąd Okręgowy uznał, że obowiązek zapłaty wynagrodzenia narzuconego przez pozwaną powstawał automatycznie, był bowiem pochodną wartości obrót uzyskanego przez strony z tytułu realizowanej współpracy. O odsetkach Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 481 k.c. O kosztach procesu Sąd Okręgowy orzekł natomiast na podstawie art. 98 § 1 k.p.c. i § 6 pkt 7 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu. W uzasadnieniu zaskarżonego wyroku Sąd Okręgowy nie ustalił okoliczności dotyczących podstawy oraz sposobu realizacji przez strony umowy obejmującej świadczenie usług transportowych przez stronę pozwaną oraz zasad rozliczania kosztów związanych z dostarczaniem towarów powoda do sklepów pozwanej.

Apelację do wyroku Sądu Okręgowego wniosła pozwana. Zaskarżając ten wyrok w całości, pozwana zarzuciła Sądowi Okręgowemu nierozpoznanie istoty sprawy poprzez całkowite pominięcie zarzutów skarżącej dotyczących usług transportowych, które należało rozróżnić od usług marketingowych. Strona pozwana zarzucała ponadto Sądowi Okręgowemu naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 k.p.c., przekroczenie granic swobodnej oceny dowodów i dowolne przyjęcie, że po przejęciu towaru od powoda, pozwana we własnym interesie organizowała reklamę swojego asortymentu oraz że obowiązek zapłaty wynagrodzenia powstawał automatycznie i bez ekwiwalentnego świadczenia. Skarżąca oponowała przeciwko tezie, że pobierane wynagrodzenie stanowiło inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży. Podnosiła także, że taka ocena nie była w szczególności uzasadniona w stosunku do takich usług ustalonych przez Sąd Okręgowy, jak rabaty, okresowe premie oraz usługi(...), ponieważ podstawa faktyczna powództwa nie obejmowała takich usług. Skarżąca nie zgodziła się ponadto z ustaleniem Sądu Okręgowego, że usługi wskazywane w pozwie nie były negocjowane przez strony oraz że powód nie odnosił korzyści handlowych z ich świadczenia przez stronę pozwaną. Apelacja została ponadto oparta na zarzucie naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 479<sup>(14)</sup> § 2 k.p.c. w zw. z art. 217 § 2 k.p.c. i art. 227 k.p.c. i art. 232 k.p.c. przez oddalenie wniosków dowodowych strony pozwanej złożonych w pismach z dnia 12 kwietnia 2011 r., 26 kwietnia 2011 r. i 30 maja 2011 r. Strona pozwana zarzuciła ponadto Sądowi Okręgowemu naruszenie art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przez pozbawienie podstaw przyjęcie, że wynagrodzenie za usługi stanowiło inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży, jak również naruszenie art. 18 ust. 1 pkt 5 tej ustawy w zw. z art. 405 – 411 k.c. przez wadliwe przyjęcie, że strona pozwana została wzbogacona kosztem powoda w wyniku realizacji usług uzgodnionych przez strony oraz pominięcie, że od dochodzonej kwoty strona pozwana uregulowała zobowiązania podatkowe, odliczyła podatek od towarów i usług, zaś wspólnicy powodowej spółki zaliczyli do kosztów uzyskania swoich przychodów kwoty wynagrodzenia należnego skarżącej za usługi świadczone na podstawie umowy łączącej strony.

Na podstawie wskazanych zarzutów strona pozwana wносиła o zamianę wyroku Sądu Okręgowego poprzez oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powoda na swoją rzecz kosztów procesu za obie instancje. We wniosku ewentualnym strona pozwana domagała się uchylenia zaskarżonego wyroku i przekazania sprawy Sądowi Okręgowemu do ponownego rozpoznania oraz rozstrzygnięcia o kosztach postępowania apelacyjnego. Na podstawie art. 380 k.p.c. skarżąca wniosła o dopuszczenie przez Sąd Apelacyjny dowodów z dokumentów podatkowych strony pozwanej w zakresie podatku od towarów i usług oraz podatku dochodowego od osób prawnych za lata 2006-2009.

W odpowiedzi na apelację strona powodowa wniosła o jej oddalenie oraz o obciążenie pozwanej kosztami zastępstwa procesowego w postępowaniu apelacyjnym.

### **Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:**

Apelacja strony pozwanej jest zasadna w części dotyczącej zasądzenia wynagrodzenia z tytułu usług transportowych świadczonych przez pozwaną, które z naruszeniem art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zostały uznane przez Sąd Okręgowy za inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towarów dostarczanych przez powoda do sprzedaży prowadzonej przez skarżącą, zwłaszcza że za oczywiście uzasadniony należało uznać zarzutu pominięcia przez Sąd Okręgowy ustalenia okoliczności dotyczących świadczenia przez pozwaną usług transportowych oraz ustalonych przez strony zasad ich rozliczania, jak również zaniechania poddania tych okoliczności ocenie prawnej. W tym zakresie motywy zawarte w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku podlegały istotnemu uzupełnieniu. Sąd Apelacyjny nie doszukał się natomiast podstaw do uchylenia zaskarżonego wyroku do ponownego rozpoznania we wskazanym zakresie, ponieważ także w części dotyczącej usług transportowych, uchybienie Sądowi Okręgowemu mogło zostać usunięte w postępowaniu apelacyjnym, nie wyłączało więc możliwości przeprowadzenia instancyjnej kontroli wyroku uwzględniającego powództwo także we wskazanym zakresie. W orzecznictwie Sądu Najwyższego zostało przyjęte, że braki uzasadnienia tylko wówczas przemawiają za uchyleniem zaskarżonego wyroku do ponownego rozpoznania, jeżeli uniemożliwiają sądowi drugiej instancji przeprowadzenie jego pełnej kontroli instancyjnej (por. wyrok z dnia 6 lipca 2011 r., I CSK 67/11, wyrok z dnia 3 lutego 2012 r., I UK 290/11 oraz wyrok z dnia 14 lutego 2012, II PK 139/11). Analogiczne stanowisko zostało przyjęte w orzecznictwie sądów apelacyjnych i zasługuje na pełną aprobatę (por. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z dnia 8 marca 2012 r., I A Ca 141/12 i wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku z dnia 28 sierpnia 2012 r., III A Ua 384/12). W rozpoznawanej sprawie został zgromadzony materiał dowodowy, również w zakresie usług transportowych. Nie zachodziła więc potrzeba przeprowadzenia postępowania dowodowego. Rozstrzygnięcie sprawy po ponownym przeprowadzeniu postępowania przez sąd pierwszej instancji jest uzasadnione, gdy zachodzi konieczność przeprowadzenia całego postępowania dowodowego. Jeżeli został zebrany materiał pozwalający na uzupełnienie ustaleń poczynionych przez sąd I instancji, uchylenie wyroku do ponownego rozpoznania części dochodzonego roszczenia nie jest wskazane. Konieczność szczegółowego odniesienia się do zarzutów pozwanej uzasadniała więc istotne uzupełnienie ustaleń Sądu Okręgowego, ponieważ nie wszystkie fakty mające znaczenie dla oceny zasadności apelacji zostały dostrzeżone przez Sąd Okręgowy. Wszystkie wyniki natomiast dokumentów przedstawionych przez stronę pozwaną w celu udowodnienia twierdzenia dotyczącego należytego wykonania umów łączących strony, zwłaszcza co do usług transportowych świadczonych przez stronę pozwaną na rzecz powoda.

Uwzględniając częściowo zarzut naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 k.p.c., należy wskazać, że w punkcie 13 umowy o współpracy handlowej nr (...), zamieszczone zostało odesłanie do załącznika nr 22 pkt „, Umowa o warunkach logistycznych i wynagrodzeniu za usługi transportowe za terytorium Polski („), zaś w punkcie 38 powołanej umowy strona pozwana zastrzegła sobie prawo do odbierania towarów zamówionych od powoda „, z rampy dostawcy („) zgodnie z warunkami określonymi w powołanym załączniku oraz załączniku do (...) lub załączniku(...). Dalsze zapisy zawarte w powołanej części umowy oraz we wskazanych załącznikach przewidywały, że transportem towarów będzie się zajmować strona pozwana działająca przez zatrudnionych w tym celu przewoźników oraz że koszty tych usług będzie ponosić strona powodowa, a strony zgodnie postanowiły, że prawo własności towarów przechodzi będzie na stronę pozwaną dopiero z chwilą odbioru towarów od przewoźnika, zatem już po wykonaniu usługi transportowej na koszt powoda (k. 112, 143-149). Analiza dokumentów złożonych do akt wykazuje, że powołane uzgodnienia były realizowane, we wszystkich bowiem wypadkach towar nabywany przez stronę pozwaną był odbierany z dwóch magazynów powoda, które znajdowały się w W. przy ul. (...) oraz przy ul. (...). Z dokumentów złożonych przez stronę pozwaną wynika także, że łączny koszt usług transportowych za okres od marca 2007 r. do kwietnia 2009 r. wyniósł 82435,95 zł., czemu powód nie zaprzeczał. Wykonanie przez pozwaną usług transportowych na koszt powoda, jak również wysokość związanego z tym wydatku, wynikała z licznych faktów, których moc dowodowa także nie została zakwestionowana przez powoda (k. 2683-2684). Okoliczności stwierdzone fakturami zostały potwierdzone dowodami wydania towaru oraz listami przewozowymi złożonymi do akt, jak też przesłuchaniem współników powoda V. K. N. i K. N., którzy podnosili, że ceny za wykonywane usługi transportowe były wygórowane w stosunku do cen rynkowych, jednakże nie udowodnili tych okoliczności, a

niewątpliwie ciężar dowodu spoczywał w tym zakresie na powodzie, który nie wykazał ponadto, aby wynagrodzenie za usługi transportowe, które zostało potrącone przez stronę pozwaną, stanowiło inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towarów powoda do sprzedaży w sieci marketów strony pozwanej, nie zostało więc wykazane, aby obciążenie powoda wynagrodzeniem za usługi tego rodzaju stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy (wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 21 kwietnia 2011 r., VI A Ca 1179/10, LEX nr 1120208). W sytuacji, gdy strony ustaliły w umowie, że powód będzie obciążany kosztami transportu poniesionymi przez pozwaną, którego realizacja nie budziła wątpliwości, w części obejmującej wskazane wynagrodzenie w sprawie nie miał zastosowania art. 547 k.c. Powództwo o zapłatę wartości tego wynagrodzenia nie zasługiwało na uwzględnienie, zaś przeciwny pogląd Sądu Okręgowego, który nie został oparty na niezbędnych w tym zakresie ustaleniach i nie został uzasadniony, naruszał powołane przepisy. Uzgodnione przez strony usługi transportowe miały odmienny charakter oraz znaczenie w stosunku do pozostałych usług związanych z reklamą i promocją towarów nabywanych przez stronę pozwaną od powoda, który nie mógłby odnieść jakichkolwiek korzyści ze współpracy ze stroną pozwaną, gdyby towar nie został dostarczony do marketów, w których był zbywany finalnym jego odbiorcom. Poniesienie przez powoda kosztów transportu towaru na zasadach uzgodnionych przez strony było koniecznym kosztem realizacji współpracy, nie było natomiast źródłem szkody doznanej przez powoda, ani też bezpodstawną korzyścią strony pozwanej, która wykonała umowę w części dotyczącej usług transportowych, wykazała poniesione na ten cel wydatki, miała więc podstawy do obciążenia powoda tymi kosztami zgodnie z umową zawartą przez strony. Uwzględniając częściowo apelację strony pozwanej, Sąd Apelacyjny zmienił zaskarżony wyrok w ten sposób, że oddalone zostało powództwo o zapłatę kwoty 82435,95 zł oraz o zapłatę odsetek od tej kwoty. Oddalenie powództwa o wskazaną kwotę uzasadniało zastosowanie zasady stosunkowego rozliczenia kosztów procesu oraz przyjęcia założenia, że powód przegrał sprawę w części dotyczącej 8 % łącznej wartości dochodzonego roszczenia. Z kwoty 54464 zł, która została zasądzona przez Sąd Okręgowy tytułem zwrotu kosztów procesu, powództwo podlegało oddaleniu w zakresie żądanych przez powoda kosztów procesu w kwocie 4357 zł. W pozostałym zakresie Sąd Apelacyjny nie doszukał się natomiast podstaw do uwzględnienia apelacji, która nie została oparta na uzasadnionych zarzutach naruszenia przepisów prawa procesowego. Nie został ponadto wykazany zarzut naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Ustosunkowując się do zarzutów zawartych w apelacji strony pozwanej, wskazać należy, że niezależnie od różnych poglądów spotykanych w doktrynie, na które pozwana zwracała uwagę w postępowaniu przed Sądem Okręgowym, eksponując korzystne dla siebie wypowiedzi, w orzecznictwie, w szczególności Sądu Apelacyjnego w Warszawie, ugruntowany został pogląd, zgodnie z którym czyny nieuczciwej konkurencji wymienione w punktach od 1 do 5 w ust. 1 art. 15 powołanej ustawy zawsze utrudniają innemu przedsiębiorcy dostęp do rynku oraz że dalsze wykazywanie tej okoliczności 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 wyroku z dnia 25 listopada 2011 r., I A Ca 465/11 „Ustawodawca założył, że czyny te zawsze powodują utrudnianie dostępu do rynku, a tym samym, w przypadku stanu faktycznego objętego hipotezą normy art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy, nie jest konieczne jednooczne dowodzenie, iż w wyniku tego czynu nastąpiło utrudnienie dostępu do rynku”. Analogiczny pogląd Sąd Apelacyjny w Warszawie zaprezentował w wyroku z dnia 20 lutego 2009 r. I A Ca 128/08, jak również w uzasadnieniu wyroku z dnia 5 sierpnia 2010 r., I A Ca 183/10, a następnie w uzasadnieniu wyroku z dnia 20 grudnia 2011 r., I A Ca 601/11, w uzasadnieniu wyroku z dnia 2 października 2012 r., I A Ca 359/12 oraz w uzasadnieniu wyroku z dnia 23 stycznia 2013 r., I A Ca 924/12). Wykładnia art. 15 ust. 1 ustawy nie nakładająca na powoda 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 orzecniczą, zwłaszcza w działalności Sądu Apelacyjnego w Warszawie. Do wykładni tej przychylił się skład orzekający w rozpoznawanej sprawie. Za wskazanym stanowiskiem przemawia bowiem nie tylko literalna wykładnia powołanego przepisu, ale przede wszystkim znaczenie oraz skutki zawartej w nim regulacji prawnej. Utрудnianie dostępu do rynku to nic innego, jak stawianie barier, przeszkód, które nie wynikają ani z rodzaju działalności prowadzonej przez przedsiębiorcę oferującego nabywcom swoje towary albo usługi (strona podaży), ani też z uwarunkowań kształtujących zapotrzebowanie na dany towar albo usługi (strefa popytu), lecz są efektem nieuczciwych działań podejmowanych przez innych przedsiębiorców, które przykładowo zostały wymienione w kolejnych punktach art. 15 ust. 1 ustawy. Działaniem takim jest w

szczególności pobieranie innych niż marżą handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży przez przedsiębiorcę zajmującego się jego odsprzedazą, czyli pośrednika, zwłaszcza kierującego swoją ofertą do odbiorcy finalnego, przede wszystkim konsumenta. Nie regulując wysokości marży handlowej oraz pozostawiając określenie jej wysokości prawom wolnego, co do zasady, rynku, za czyn nieuczciwej konkurencji ustawodawca uznał działanie ograniczające przychody dostawcy, które nie jest związane z wysokością marży handlowej należnej przedsiębiorcy nabywającemu towar w celu jego dalszej sprzedaży. Uzależnianie przyjęcia towaru do sprzedaży od zapłacenia przez dostawcę innych opłat niż marżą stosowana w stosunku do dalszych jego nabywców w istocie rzeczy ogranicza rentowność działalności prowadzonej przez dostawcę, może prowadzić do ograniczenia dostaw, zmniejszenia produkcji, a w skrajnych wypadkach nawet do eliminacji dostawcy z rynku z powodów oderwanych od podstaw konsumentów kształtujących popyt na dany towar. Niepożądany efekt takich działań polega z drugiej strony na zwiększaniu zysków przedsiębiorcy pośredniczącego w handlu produktem pomiędzy poszkodowaną dostawcą a jego finalnym nabywcą, który nie odnosi z tego żadnej korzyści. Utrudnianie innemu przedsiębiorcy dostępu do rynku wcale nie musi dotyczyć blokowania możliwości wprowadzenia towaru za pośrednictwem innych pośredników, w szczególności przez działania opisane w pozostałych punktach art. 15 ust. 1 ustawy, chociaż może polegać na nakłanianiu osób trzecich do niedokonywania zakupów danych towarów od innych przedsiębiorców. Czynem nieuczciwej konkurencji może być także stwarzanie dodatkowych barier między dostawcą a finalnym nabywcą towaru przez pośrednika, które wykraczają poza stosowaną marżę i ograniczają rentowność działalności prowadzonej przez dostawcę. Jeśli bowiem z przyczyn, które nie są uzasadnione ekonomicznie, dostawca nie może osiągnąć przychodu możliwego w danych warunkach, jego udział w rynku podlega stopniowemu ograniczaniu i może prowadzić do zupełnej eliminacji dostawcy z rynku. Do wykazania, że działanie przedsiębiorcy pośredniczącego pomiędzy dostawcą a odbiorcą towaru stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, nie jest konieczne udowodnienie trudności związanych z wprowadzeniem towaru na rynek przy wykorzystaniu przedsiębiorstwa innego pośrednika, wystarczające jest bowiem wykazanie, że pośrednik, który pozostaje w stałej współpracy z dostawcą, uzależnia przyjęcie towaru do sprzedaży od uiszczenia przez dostawcę innych opłat niż marża handlowa obciążająca konsumentów. Przyczynę ograniczenia dostępu do rynku dla dostawcy stanowi konieczność poniesienia tych opłat w sytuacji, gdy alternatywą jest istotne ograniczenie albo zakończenie współpracy z pośrednikiem, czyli zmniejszenie dostępu dostawcy do rynku. Ograniczając dostawcy dostęp do swojego przedsiębiorstwa, strona pozwana utrudniła powodowi dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 powołanej ustawy. Powód nie miał więc obowiązku wykazywania, że towar oferowany pozwanej nie mógł zostać sprzedany w inny sposób, z zwłaszcza innemu pośrednikowi, miał natomiast obowiązek udowodnić, że pozwana odniosła korzyść ze stosowania innych opłat niż marża handlowa. Przeciwno zasadności powództwa nie mogło przemawiać nawet wykazanie, że stosowanie takich opłat przez stronę pozwaną nie musiało ograniczać powodowi dostępu do rynku, w świetle regulacji zawartej w art. 15 ust. 1 ustawy, należało natomiast przyjąć, że ciężar dowodu spoczywał w tym zakresie na stronie pozwanej, nie zaś na powodzie (uzasadnienie wyroku Sądu Apelacyjnego z dnia 5 sierpnia 2010 r., I A Ca 183/10). Niewątpliwie z ciężaru tego strona pozwana się nie wywiązała w rozpoznawanej sprawie.

Zasadnie Sąd Okręgowy przyjął, oceniając znaczenie tych okoliczności, które zostały opisane w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku, że obciążenie powoda wynagrodzeniem za usługi zdefiniowane w umowie z dnia 29 listopada 2006 r. nr (...) stanowiło inną niż marżę handlową opłatę za przyjęcie do sprzedaży towarów powoda. Prawidłowości tego stanowiska w niczym nie podważa możliwość zawarcia umowy określającej zasady stałej współpracy między stronami, obejmującej nie tylko dostawę towarów, ale też świadczenie przez pośrednika różnego rodzaju usług związanych z szeroko rozumianym marketingiem, reklamą marki oraz towarów nabywanych od dostawcy. Prawna skuteczność tego rodzaju kontraktów mieszanych, mająca swoje umocowanie w zasadzie swobody umów, nie budzi wątpliwości i była wielokrotnie podkreślana w orzecznictwie, także Sądu Apelacyjnego w Warszawie (por. wyrok z dnia 21 kwietnia 2011 r., VI A Ca 1179/10, wyrok z dnia 28 października 2011 r., VI A Ca 392/11, uzasadnieniu wyroku z dnia 2 października 2012 r., I A Ca 359/12 oraz w uzasadnieniu wyroku z dnia 23 stycznia 2013 r., I A Ca 924/12). Dostawca może być zainteresowany usługami logistycznymi, reklamowymi i promocyjnymi ze strony pośrednika, który dysponuje odpowiednim zapleczem, kadrami, jak też doświadczeniem, zwłaszcza w sytuacji, gdy dostawca nie jest zainteresowany przeprowadzeniem efektywnej akcji reklamowej we własnym zakresie albo gdy nie jest na to przygotowany organizacyjnie lub finansowo. Wynagrodzenie za takie usługi nie będzie miało na celu ograniczenia dostępu dostawcy do rynku, lecz będzie rozwijać oraz zacieśniać współpracę między stronami za

zasadach obopólnej korzyści handlowej, pod warunkiem jednakże, że takie zamiary zostały przez strony zgodnie wyrażone i zapisane w kontrakcie jak również pada warunkiem, że strony wywiązują się należycie z przyjętych zobowiązań, które nie zostały narzucone przez stronę posiadającą mocniejszą pozycję na rynku, lecz bez nadmiernego nacisku zostały zaakceptowane przez dostawcę, także w zakresie usług świadczonych przez pośrednika. Brak takich uzgodnień eliminuje możliwość obciążania dostawcy wynagrodzeniem za usługi oferowane przez pośrednika, natomiast jego naliczanie powinno zostać uznane za utrudnianie dostawcy dostępu do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 ustawy. Podstawy do obciążenia dostawcy wynagrodzeniem za takie usługi nie może bowiem stanowić realizacja standardowych obowiązków związanych ze sprzedażą pośrednikowi towarów dostawcy, w szczególności organizowanie przez pośrednika dalszej sprzedaży towarów oraz ich oferowanie finalnemu odbiorcy (tak Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 28 października 2011 r., VI A Ca 392/11, w uzasadnieniu wyroku z dnia 2 października 2012 r., I A Ca 359/12 oraz w uzasadnieniu wyroku z dnia 23 stycznia 2013 r., I A Ca 924/12). Odmienne stanowisko strony pozwanej, które było prezentowane przed Sądem Okręgowym i zostało podniesione także w apelacji, nie zasługiwało na aprobatę. Brak jest zwłaszcza podstaw do twierdzenia, że sprzedaż produktów nabywanych od dostawcy stanowi takie promowanie jego marki, którą należy osobno gratyfikować. Sąd Apelacyjny nie podzielił tego poglądu i uznał, że nie oddaje ono istoty działalności handlowej prowadzonej przez przedsiębiorców pośredniczących między producentem a finalnym odbiorcą towaru. Oferując produkty we własnych sklepach, pośrednicy przekazują nabywcom informacje o towarze, które mają istotne znaczenie dla nabywców, jak też dla producentów, ponieważ kształtują popyt na produkt, mają wpływ na renomę przedsiębiorstwa producenta albo dostawcy oraz na poczucie właściwego zaspokojenia potrzeb przez nabywców, który zwiększają swoją skłonności do ponownych zakupów tego samego produktu, nawet w tym samym miejscu. Z drugiej strony należy dostrzec, że przedsiębiorcy prowadzący sklepy osiągają większe obroty i zyski dzięki sprzedaży produktów określonej jakości, nabytych od producentów cieszących się określoną renomą, na których produkty występuje konkretne zapotrzebowanie ze strony finalnych nabywców. Nie umniejszając znaczenia handlowego atrakcyjnej organizacji placówki handlowej prowadzonej przez pośrednika, w tym możliwości zakupu w jednym miejscu i po atrakcyjnych cenach towarów zaspokajających różnorodne potrzeby konsumentów, podnieść należy, że co najmniej równorzędne znaczenie ma jakość nabywanego towaru oraz renoma jego producenta albo dostawcy. Duże znaczenie ma też atrakcyjna cena produktów sprzedawanych przez pośrednika, znacznie mniejszą natomiast rolę należy przypisać wizualnej atrakcyjności miejsca, w którym konsument dokonuje zakupu wybranych produktów. Reasumując, przekazywanie przez pośrednika informacji o pochodzeniu produktu jest oczywistym elementem prowadzenia działalności handlowej, której rentowność jest również wynikiem renomy producenta oraz jakości dostarczanego przez niego towaru. Wskazane elementy z założenia powinny się równoważyć, a ich znaczenie handlowe powinno zostać uwzględnione w cenie, za którą dostawca sprzedaje produkty pośrednikowi, żaden z tych elementów nie stanowi natomiast podstawy do domagania się dodatkowych świadczeń przez każdą ze stron takiej współpracy handlowej. Jeżeli nie jest zawarte osobne porozumienie dotyczące dodatkowych obowiązków i zasad finansowej ich gratyfikacji, pośrednik nie może domagać się od dostawcy osobnego wynagrodzenia za reklamowanie jego produktów, natomiast dostawca nie może liczyć na dalsze profity z odpowiednio wysokiego obrotu uzyskanego przez pośrednika w handlu towarem. Odmienne stanowisko strony pozwanej nie było uzasadnione, a ponadto pomijało istotne dla sprawy okoliczności, z których nie wynikało, aby towary dostarczane przez powoda były firmowane oznaczeniami pozwalającymi zidentyfikować dostawcę przez konsumenta, zaś z materiału sprawy nawet nie wynika ponadto, aby powód był producentem towarów dostarczanych stronie pozwanej. Wszelkie czynności, które strona pozwana określała jako reklama tych towarów, nie mogły więc wpływać na renomę powoda na rynku.

Oceniając okoliczności tej sprawy, Sąd Apelacyjny podzielił stanowisko Sądu Okręgowego i również przyjął, że strona pozwana nie miała podstaw do obciążania powoda wynagrodzeniem za usługi określone w umowie z dnia 2 grudnia 2004 r. oraz że kompensata wierzytelność z tego tytułu była czynem nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy oraz źródłem bezpodstawnej korzyści z art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy.

Sąd Okręgowy nie naruszył zasady swobodnej oceny dowodów z art. 233 § 1 k.p.c. ustalając na podstawie zeznań świadków oraz przesłuchania stron, że powód nie przejawiał zainteresowania usługami oferowanymi przez stronę pozwaną oraz że nie miał wpływu na treść powołanej umowy, ani przebiega podczas rozmów poprzedzających jej

podpisanie, aby mógł nakłonić pozwaną do rezygnacji z tej części umowy, zwłaszcza że chodziło o kontrakt ramowy. Zakres i sposób wykonania większości usług zdefiniowanych w umowie miał zostać doprecyzowany w osobnym porozumieniu, które nie zostało zawarte. Podzielając ponadto argumenty Sądu Okręgowego, że działania opisywane jako reklama i promocja towarów dostarczanych przez powoda, podejmowane były wyłącznie w interesie strony pozwanej, uzupełniając ustalenia sądu I instancji i samodzielnie analizując dowody zebrane w sprawie, Sąd Apelacyjny doszedł do wniosku, że pozwana nie udowodniła, aby faktycznie spełniła świadczenia, za wykonanie których został obciążony finansowo.

Powód nie mógł zostać skutecznie obciążony wynagrodzeniem za usługi marketingowe oraz promocyjne już z tego powodu, że pomiędzy stronami nie zostało zawarte porozumienie określające zakres oraz sposób wykonania tego rodzaju usług przez pozwaną na rzecz powoda. Umowa z dnia 29 listopada 2006, podobnie jak poprzednia umowa z dnia 26 maja 2005 r., miała charakter ramowy, usługi oferowane przez pozwaną zostały zdefiniowane w załączniku nr (...), określone też zostały stawki wynagrodzenia, które miało zostać obliczone jako procent od obrotów osiąganych przez pozwaną, jednakże w powołanej umowie zostało zastrzeżone, że określenie zakresu oraz sposobu wykonania wskazanych usług powinno stanowić przedmiot osobnego porozumienia między stronami, które nie zostało zawarte. Materiał dowodowy przedstawiony przez pozwaną w odpowiedzi na pozew wykazuje, że strony prowadziły standardową korespondencję dotyczącą wielkości, rodzaju i częstotliwości dostaw towarów powoda, nie wynika z niego natomiast, aby zawierały osobne porozumienia dotyczące realizacji dodatkowych usług. Pozwana w obszernych wywodach wielokrotnie opisywała działania, które miała podejmować w dobrze, jak twierdziła, pojętym interesie handlowym powoda, jednakże, poza ogólnymi uwagami w zeznaniach części świadków, które nie znajdowały potwierdzenia w pozostałym materiale przedstawionym przez pozwaną, nie udowodniła, aby między stronami zawierane były szczegółowe porozumienia określające zakres oraz sposób realizacji usług marketingowych, reklamowych i promocyjnych, jak również by właściwie wykonywała związane z tym obowiązki. Podstawowe znaczenie pozwana przywiązywała do gazetek reklamowych, które bezpłatnie były rozprowadzane wśród klientów pozwanej, jednakże analiza kopii gazetek wykazuje, że w przeważającej części materiał ten nie miał żadnego znaczenia, w zakresie natomiast, w którym zawierał istotne dla sprawy dowody, wykazywał okoliczności przeciwne w stosunku do twierdzeń pozwanej. Z materiałów tych nie wynika, aby klientom strony pozwanej była przekazywana informacja, że powód jest dostawcą odzieży przedstawionej na pojedynczych stronach gazetek. W ich treści Sąd Apelacyjny się nie dopatrywał, aby przedstawiony w nich towar był oznaczony firmą powoda albo innym rodzajem oznaczenia ujawniających producenta lub dostawcę. Przeciwnie, w każdej gazetce, na wszystkich stronach eksponowana była firma pozwanej. Gazetki reklamowe, jak słusznie wskazał Sąd Okręgowy, były rozprowadzane w interesie handlowym stron pozwanej oraz tych producentów, których firmy zostały podane w ich treści, nie mogły natomiast reklamować tych producentów i dostawców, których firmy nie zostały ujawnione przy towarze. Dokładne przyjrzenie się materiałom złożonym do akt sprawy wykazało ponadto jednostkowe wypadki, w których w gazetkach strony pozwanej podane zostały firmy innych producentów skarpet, w szczególności firmy „ (...) <sup>(...)</sup> oraz „ (...) <sup>(...)</sup> (k: 2818 i 2823). Takie działania strony pozwanej z oczywistych powodów nie mogły realizować interesów handlowych powoda.

Oceniając okoliczności tej sprawy, Sąd Apelacyjny podzielił stanowisko Sądu Okręgowego i również przyjął, że strona pozwana nie miała podstaw do obciążania powoda wynagrodzeniem za usługi określone w umowach z dnia 26 lipca 2005 r. i z dnia 29 listopada 2006 r. oraz że potrącenie wierzytelność z tego tytułu było czynem nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy oraz źródłem bezpodstawnej korzyści, której dotyczy art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy. Sąd Okręgowy nie naruszył zasady swobodnej oceny dowodów z art. 233 § 1 k.p.c. ustalając na podstawie zeznań świadków oraz przesłuchania stron, że powód nie przejawiał zainteresowania usługami oferowanymi przez pozwaną oraz że nie miał wpływu na treść powołanych umów, ani przebiega podczas rozmów poprzedzających ich podpisanie, aby mógł nakłonić pozwaną do rezygnacji z tych usług. Wykazane ponadto zostało, że rzeczywistym celem wprowadzenia do wskazanych umów ustaleń dotyczących świadczenia usług przez pozwaną nie było wykonywanie obowiązków zapisanych w umowie, lecz zwiększenie własnych zysków w wyniku obciążenia powoda innymi niż marża handlowa opłatami za przyjęcie towarów do sprzedaży. Rzeczywisty zamiar pozwanej potwierdza określony w umowie sposób ustalenia wynagrodzenia za pozorowane usługi, który nie był uzależniony od rodzaju i zakresu czynności podejmowanych przez pozwaną, lecz był prostą pochodną wielkości obrotu, jaki pozwana uzyskiwała



ze sprzedaży towarów nabywanych od powoda. Zastosowana w umowie konstrukcja była sposobem na ukrycie rzeczywistych zamiarów pozwanej oraz przyczyną niemożliwości poddania rzetelnej ocenie wartości wzajemnych świadczeń związanych z realizacją zawartych umów. Brak zapisów dotyczących zakresów obowiązków, jakie miały zostać nałożone na stronę pozwaną, jak również brak możliwości określenia stopnia wywiązania się pozwanej z przyjętych zobowiązań, jasno wykazuje, że chodziło o dodatkowe korzyści pozwanej, wynikające z narzucenia na powoda obowiązku ponoszenia opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży w sieci sklepów prowadzonych przez pozwaną. Takie praktyki zostały uznane za czyny nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy.

Za prawidłowością stanowisko Sądu Okręgowego przemawia dokładne przyjrzenie się świadczeniom, których obowiązek spełniania przyjęła na siebie skarżąca w powołanych umowach, na podstawie której naliczona została kwota objętej żądaniem pozwu, z wyjątkiem wynagrodzenia za usługi transportowe. Świadczenie strony pozwanej zostało określone jako obowiązek udostępniania powierzchni sklepów prowadzonych przez pozwaną w celu eksponowania towarów oraz materiałów reklamowych, przekazywanie klientom informacji o towarze, dystrybucję materiałów reklamowych, gazetek oraz inne czynności, które nie zostały dookreślone (k: 94 – 95). Niemalże otwarcie zostało zapisane w załączniku do umowy, że podstawą pobrania dodatkowego wynagrodzenia jest wystawienie towaru do sprzedaży w sklepach. Twierdzenie pozwanej, że towar był wystawiany w atrakcyjnych miejscach, nie zostało udowodnione, a przede wszystkim nie wykraczało poza czynności związane z wystawieniem towaru do sprzedaży w sklepie. Strona pozwana nie twierdziła ponadto nawet, aby przy towarze prowadzone były dodatkowe czynności reklamowe, które również nie zostały sprecyzowane i nie były objęte uzgodnieniami dotyczącymi ich zakresu, rodzaju albo czasu trwania akcji reklamowych. Nie zostało ponadto wykazane, aby czynności nazywane przez pozwaną promocją, rzeczywiście stanowiły szczególnie atrakcyjne dla klientów zasady oferowania towarów dostarczanych przez powoda, aby można było odnotować pozytywne dla renomy powoda efekty działalności pozwanej, zwłaszcza że żadne materiały reklamowe nie były przekazywane pozwanej, zaś towar dostarczany przez powoda w ogóle nie był oznaczany logo, lecz był wystawiany jako towar niefirmowany, który był kojarzony ze sprzedawcą, nie zaś z dostawcą. Jeśli więc powodowi narzucono umowę, w której nałożony na stronę pozwaną zakres obowiązków nie wykraczał poza typowe czynności związane z prezentacją towaru, zaś wykonywanie tych czynności nie zostało doprecyzowane w sposób niezbędny do określenia wysokości wynagrodzenia za takie usługi, oceniając znaczenie tej okoliczności, należało przyjąć, że chodziło o obciążenie powoda dodatkowymi opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży, zwłaszcza że w powołanej umowie zostało to zapisane niemalże wprost, wskazano bowiem, że chodzi o „udostępnienie powierzchni” sklepowej dla prezentacji materiałów dostawcy, których nie było, pozostało więc udostępnienie powierzchni dla samych towarów. Strona pozwana pobierała więc inne niż marża handlowa opłaty za wystawienie do sprzedaży towarów nabytych od powoda. Zapisy umowy pozostawały częścią umowy, której celem było ukrycie rzeczywistego charakteru wynagrodzenia pobieranego przez skarżącą, zwłaszcza że nawet w gazetkach reklamowych towary dostarczane przez powoda nie pojawiały się razem z logo, nie mogły więc zostać rozpoznane przez klientów i skojarzone z powodem, którego renoma nie zyskiwała na tym, że pozwana rozprowadzała gazetki wśród swoich klientów, zachęcając ich do zakupów swoich towarów. Ich pochodzenie od powoda nie miało istotnego znaczenia ani dla klientów, ani też dla pozwanej, której zależało na zwiększeniu sprzedaży towaru nabytego od powoda na korzystnych warunkach cenowych, do tego bowiem sprowadzało się znaczenie promocji, na prowadzenie których powoływała się strona pozwana.

Za bezzasadne należało uznać więc pozostałe zarzuty apelacji, ponieważ uwzględniając powództwo w tej sprawie, Sąd Okręgowy nie naruszył ani art. 15 ust. 1 pkt 4 i art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Złożenie przez pozwaną oświadczenia o potrąceniu wynagrodzenia za usługi spowodowało, że z czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na obciążeniu powoda innymi niż marża handlowa opłatami za przyjęcie towarów powoda do sprzedaży, skarżąca odniosła bezpodstawną korzyść, której wartość podlegała zasądzeniu na rzecz powoda bez potrzeby wykazywania dalszych przesłanek z art. 405 i nast. 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., I A Ca 465/11).

Żadnego skutku nie mógł ponadto odnieść zarzut naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 479<sup>14</sup> k.p.c. przez oddalenie dowodów złożonych przez skarżącą po złożeniu odpowiedzi na pozew, ponieważ niezależnie od prekluzji, która Sąd Okręgowy miał obowiązek stosować w tej sprawie, materiał dowodowy zgłoszony przez stronę pozwaną, w szczególności w celu wykazania, że kwoty objęte żądaniem pozwu, zostały rozliczone zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami podatkowymi, nie miał istotnego znaczenia dla wyniku sprawy i dlatego nie został dopuszczony w postępowaniu apelacyjnym. Sąd Okręgowy wskazywał wprawdzie na nieważność porozumień dotyczących świadczenia przez pozwaną usług na rzecz powoda, jednakże nie widząc podstawy do podzielenia tego stanowiska, należy wskazać, że istota prawna czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy nie opiera się na sankcji nieważności takich porozumień, 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, bez konieczności, jak zaznaczono, wykazywania innych przesłanek odpowiedzialności strony pozwanej. Nie chodzi więc o zasądzenie na rzecz powoda nieuzyskanej części ceny za towar dostarczony stronie pozwanej, lecz o zasądzenie świadczenia mającego swoje źródło we wskazanym czynie nieuczciwej konkurencji. Uwzględnienie powództwa w tego rodzaju sprawie nie podważa więc prawidłowości rozliczeń podatkowych, których podstawą były świadczenia spełnione albo uzyskane przez strony w okresie objętym współpracą. Materiał dowodowy załączony do apelacji był więc nieprzydatny i nie mógł wpłynąć na wynik sprawy, zachodziły natomiast podstawy do uznania, że prawidłowo nie został dopuszczony przez Sąd Okręgowy, zaś odmienne stanowisko skarżącej nie zasługiwało na uwzględnienie. W części nie dotyczącej wynagrodzenia za usługi transportowe apelacja strony pozwanej nie zasługiwała się na uwzględnienie.

O kosztach postępowania apelacyjnego Sąd Apelacyjny orzekł zgodnie z art. 100 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c. oraz przy przyjęciu założenia, że w 92 % apelacja nie została uwzględniona. Na koszty postępowania apelacyjnego poniesione przez powoda złożyło się wynagrodzenie pełnomocnika ustalone na podstawie § 6 pkt 7 w zw. z § 12 ust. 1 pkt 2 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu w wysokości 5400 zł, zaś do kosztów postępowania apelacyjnego poniesionych przez stronę pozwaną została ponadto zaliczona opłata od apelacji w kwocie 47230 zł. Po rozliczeniu łącznych kosztów poniesionych przez obie strony według zasady stosunkowego ich rozdzielenia, w ostatnim punkcie wyroku Sąd Apelacyjny zasądził od pozwanej na rzecz powoda kwotę 757,60 zł tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

Mając powyższe na uwadze, na podstawie powołanych przepisów i art. 386 § 1 k.p.c., w zakresie natomiast, w jakim apelacja pozwanej została oddalona – na podstawie art. 385 k.p.c., Sąd Apelacyjny orzekł jak w sentencji.