

Sygn. akt I ACa 1448/14

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 1 kwietnia 2015 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Ewa Kaniok

Sędziowie: SA Hanna Muras

SO (del.) Agnieszka Owczarewicz (spr.)

Protokolant: referent stażysta Weronika Trojańska

po rozpoznaniu w dniu 1 kwietnia 2015 roku w Warszawie

na rozprawie

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

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 6 czerwca 2014 r. sygn. akt XVI GC 3/13

1. oddała apelację;

2. zasądza od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T." spółki komandytowej w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W. kwotę 900 zł (dziewięćset złotych) tytułem kosztów postępowania apelacyjnego.

Sygn. akt I ACa 1448/14

UZASADNIENIE

Wyrokiem z 6 czerwca 2014 roku Sąd Okręgowy w Warszawie uwzględnił roszczenie – (...) sp. z o.o. z siedzibą w W. w zakresie roszczenia głównego i zasądził od (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T." sp.k. z siedzibą w W. kwotę 6330,15 zł wraz z odsetkami ustawowymi od 7 sierpnia 2012 r. do dnia zapłaty, umorzył postępowanie w zakresie odsetek od 27 kwietnia 2012 r. do dnia 6 sierpnia 2012 roku i rozstrzygnął o kosztach procesu.

Swoje rozstrzygnięcie Sąd Okręgowy oparł na następującej podstawie faktycznej i prawnej.

Sąd ustalił, że powód współpracował z pozwanym „(...) sprzedając mu artykuły RTV i AGD celem odsprzedaży w sklepie należącym do pozwanego. 2 stycznia 2009 roku strony zawarły umowę handlową, której przedmiotem były warunki współpracy handlowej dotyczące całego asortymentu dostarczanego przez powoda do pozwanego. W wyżej wymienionej umowie strony przewidziały również dodatkowe świadczenia i ustaliły bonus kwartalny warunkowy w wysokości 9,75 % zdefiniowanego w umowie obrotu (suma netto wszystkich faktur i faktur korygujących

zaksięgowanych przez odbiorcę w danym okresie rozliczeniowym – kwartale, półroczu, roku) płatny pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w kwartale łącznego obrotu wszystkich odbiorców w wysokości 50 000 zł, płatny po zakończeniu każdego kwartału, w ciągu 30 dni od daty wystawienia not obciążeniowych przez wszystkich odbiorców. Dodatkowo strony ustaliły rabat na otwarcie w wysokości 7,0 %, obowiązujący przy powstaniu każdego kolejnego podmiotu (odbiorcy), utworzonego z udziałem (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, naliczany od całości zamówień złożonych przed otwarciem marketu (rozliczenie w fakturze dostawcy). Ponadto w umowie przewidziano bonus za wzrost obrotu (określony procentowo, ulegał podwyższeniu po osiągnięciu określonego poziomu obrotów).

Jednocześnie z ww. umową handlową spółka (...) oraz spółki z grupy (...) (w tym spółka (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T.) zawarły umowę marketingową, która określała warunki i sposoby świadczenia przez odbiorców usług marketingowych i reklamowych na rzecz dostawcy. W przedmiotowej umowie odbiorcy zobowiązali się w okresie jej obowiązywania do świadczenia na rzecz dostawcy w sposób ciągły usług marketingowych i reklamowych.

Strony zastrzegły możliwość dowolnej modyfikacji zakresu usług reklamowych świadczonych przez odbiorcę, w szczególności świadczenie na rzecz dostawcy usług marketingowych o charakterze okolicznościowym, związanych z takim wydarzeniami jak otwarcie nowego sklepu, reotwarcie sklepu, rocznica odbiorcy itp. Usługi okolicznościowe obejmować miały okres 7 dni przed otwarciem (reotwarciem lub rocznicą) do 7 dni po otwarciu (reotwarciu lub rocznicy). Wynagrodzenie za ww. usługi marketingowe okolicznościowe ustalono na kwotę 5000 zł na działania marketingowe w każdym nowo otwartym markecie oraz 5000 zł na działania marketingowe w każdym markecie po przebudowie.

4 stycznia 2010 roku spółka (...) oraz spółki z grupy (...) (m.in. spółka (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T.) zawarły kolejną umowę handlową oraz umowę marketingową. Ta pierwsza określała warunki współpracy handlowej stron dotyczącej produktów z działu (...) sprzedawane przez dostawcę do odbiorców (produkty). Umowa marketingowa określać miała zaś warunki i sposoby świadczenia przez odbiorców usług marketingowych i reklamowych oraz usług pomocniczych na rzecz dostawcy. Mocą przedmiotowych umów odbiorca zobowiązał się do świadczenia na rzecz dostawcy w sposób ciągły usług marketingowych zdefiniowanych analogicznie jak w ww. umowie marketingowej z 2 stycznia 2009 roku.

4 stycznia 2010 roku spółka (...) zawarła ze spółkami wchodzącymi w skład grupy (...) (w tym m.in. spółką (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T.) także porozumienie w sprawie premii pieniężnych, w której strony uzgodniły, że obniżenie marży zysku z tytułu osiągnięcia planowanego przez strony pułapu zakupów będzie następować w ustalonych okresach czasu, w formie wypłaty premii pieniężnych. W treści porozumienia strony przewidziały:

- premię kwartalną warunkową w wysokości 10,00% obrotu zrealizowanego przez odbiorców w danym kwartale kalendarzowym, pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia przez wszystkich odbiorców poziomu obrotu produktami w wysokości 50 000 zł w danym kwartale kalendarzowym;

- premia za wzrost obrotu – premia przyznawana rocznie w wysokości ułamka procentowego obrotu zrealizowanego przez odbiorców w danym roku kalendarzowym, pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia przez wszystkich odbiorców w danym roku kalendarzowym określonych poziomów obrotu (1,75% w przypadku obrotu w wysokości 750 000 zł, 1,50% w przypadku obrotu 1 000 000 zł oraz 1,75% w przypadku obrotu w wysokości 1 200 000 zł).

Premie te miały być płatne po zakończeniu odpowiednio kwartału (w przypadku premii kwartalnej warunkowej) lub roku kalendarzowego (w przypadku premii rocznej warunkowej oraz premii za wzrost obrotów) w terminie 30 dni od dnia wystawienia not obciążeniowych przez wszystkich odbiorców. Jednocześnie ustalono, że noty obciążeniowe w imieniu wszystkich odbiorców będą mogły być wystawiane przez (...) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością, a premie będą przyznawane poszczególnym odbiorcom proporcjonalnie do poziomu obrotu zrealizowanego przez poszczególnych odbiorców. Zobowiązanie danego odbiorcy wobec dostawcy z dowolnego tytułu, mogło zostać uregulowane poprzez potrącenie wierzytelności danego odbiorcy lub też wierzytelności innych odbiorców, z wierzytelnością przysługującą dostawcy wobec danego odbiorcy lub innych odbiorców.

Zawarcie ww. umów poprzedzone było negocjacjami stron. W toku rozmów spółka (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T." przedstawiła spółce (...) warunki, które musi ona spełnić, aby możliwe było nawiązanie współpracy w zakresie dostawy towarów. Warunkami tymi było podpisanie umowy marketingowej oraz akceptacja opłat za otwarcie lub wejście do marketu, bonusów rocznych i kwartalnych. Corocznie odbywały się negocjacje, w wyniku których ustalano wysokości bonusów czy opłat marketingowych. Dostawca – mając świadomość, że nie ma możliwości rezygnacji z tych opłat – za każdym razem proponował ich obniżenie. Spółka (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością T." nigdy nie poczyniła żadnych ustępstw w tym zakresie.

27 kwietnia 2012 roku (data stempla pocztowego) pełnomocnik spółki (...) złożył w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w W. wniosek o zawezwanie do próby ugodowej obejmujący roszczenie o zwrot kwoty 6 330,15 zł jako należności pobranych przez spółkę (...) spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością T." w związku z popełnieniem czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. W toku posiedzenia pojednawczego nie doszło do zawarcia ugody.

W świetle powyższych ustaleń, Sąd Okręgowy stanął na stanowisku, że pozwany dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, albowiem pobierał inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży. Sąd I instancji obszernie ocenił charakter poszczególnych opłat pobieranych od powoda. Odnośnie do odsetek, Sąd Okręgowy wskazał, że należne od pozwanego odsetki winny być liczone najpóźniej od posiedzenia pojednawczego (na podstawie art 455 k.c.).

Przedmiotowe rozstrzygnięcie zaskarżył pozwany w całości.

Pozwany podniósł następujące zarzuty:

Naruszenie przepisów postępowania tj.:

art. 228 k.p.c. i 233 § 1 k.p.c. poprzez pominięcie faktów notoryjnych przy wyrokowaniu, a opisanych szerzej w uzasadnieniu apelacji, a także poprzez dokonanie oceny dowodów zebranych w sprawie niezgodnie z ich treścią oraz sprzecznie z zasadami logiki i doświadczenia życiowego, jak również z naruszeniem zasady wszechstronnej oceny materiału dowodowego, prowadzące do wskazanych poniżej błędnych ustaleń faktycznych, iż korzystne zbycie zakupionych od Powódki towarów finalnemu odbiorcy stanowi wyraz realizacji wyłącznie własnego interesu Pozwanego, podczas gdy wielkość sprzedaży do finalnego odbiorcy przekłada się na szereg korzyści po stronie Powódki, pobieranie bonusów od sprzedaży nie miało uzasadnienia ekonomicznego ani prawnego; a tym samym prowadziło do pobierania opłat nieekwiwalentnych, co jest niedopuszczalne z punktu widzenia art. 15 ust. 1 pkt. 4 Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, podczas gdy bonusy jako rabaty potransakcyjne stanowiły element kształtowania ceny, a nadto stanowiły wynagrodzenie za odrębną w stosunku do sprzedaży towarów usługę polegającą na intensyfikacji sprzedaży towarów Powódki. Pobieranie opłaty z tytułu bonusów wynikało z dominującej pozycji Pozwanego oraz świadomego wykorzystania przez niego swojej pozycji na rynku, podczas gdy ani w trakcie negocjacji, ani w trakcie współpracy stron Pozwany nigdy nie wykorzystywał jakiegokolwiek „pozycji na rynku”, abstrahując od braku wyjaśnienia znaczenia użytej terminologii w tym zakresie,

art. 217 § 1 k.p.c. w zw. z art. 227 k.p.c. poprzez oddalenie wniosków dowodowych Pozwanego zgłoszonych w odpowiedzi na pozew o zobowiązanie Powódki do przedłożenia dokumentacji przedsiębiorstwa powoda:

- w zakresie ilości towaru zamawianego u dostawców towaru i rzeczywiście dostarczanego przez tych dostawców towaru dla potrzeb dostaw do pozwanego sklepu i innych sklepów sieci (...) w Polsce,
- w zakresie ilości kontrahentów z którymi współpracowała powódka, w tym określenie pozycji jaką zajmowała powódka w zakresie dostarczania jej towarów w stosunku do innych kontrahentów spółki powodowej.
- sprawozdań finansowych powoda za lata 2010-2011.

Pozwany ponadto zarzucił naruszenie prawa materialnego tj.:

art. 353¹ k.c. poprzez nieuwzględnienie woli i swobody stron w zakresie ułożenia stosunku prawnego wedle własnego uznania, podczas gdy strony przez 10 lat negocjowały i podpisywały rokrocznie nowe umowy, Powódka nie zgłaszała jakichkolwiek zastrzeżeń do współpracy, a intencją stron było nie tylko uregulowanie kwestii związanych z ceną dostarczanych produktów, ale także kompleksowe uregulowanie wzajemnej współpracy;

art. 65 k.c. poprzez jego niezastosowanie tj pominięcie zamiaru stron i celu umowy faktoringowej i w następstwie tego dokonania błędnej wykładni jej postanowień § 1, polegające na przyjęciu jego dosłownego brzmienia, bez koniecznego uwzględnienia kryteriów tłumaczenia oświadczeń woli stron, o których mowa w tym przepisie;

art 509 k.c. w zw. z art. 510 k.c. i 511 k.c. poprzez ich niezastosowanie skutkujące, tym, że powód nie może żądać zaspokojenia od pozwanego, bowiem powód nie posiada legitymacji procesowej czynnej, z uwagi na przeniesienie wszelkich wierzytelności wynikających z zawartej umowy faktoringu na rzecz (...) Bank (...) S.A.;

art. 20 u.z.n.k. poprzez jego zastosowanie w sprawie w zakresie ustalenia terminu przedawnienia roszczeń o zwrot opłat uiszczonych tytułem bonusów oraz art. 554 k.c. poprzez jego niezastosowanie w sprawie, co doprowadziło do błędnego ustalenia przez Sąd I instancji, że dochodzone przez Powódkę roszczenia nie uległy w tym zakresie przedawnieniu;

zasady swobody przedsiębiorczości określonej w art. 49 TFUE, poprzez jej niezastosowanie w sprawie;

klauzuli konwergencyjnej zawartej w art. 3 ust. 2 Rozporządzenia Rady nr 1/2003 z dnia 16.12.2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81 i 82 Traktatu Ustanawiającego Unię Europejską, poprzez jej niezastosowanie w sprawie;

art. 3 ust. 1 u.z.n.k. poprzez jego niezastosowanie do ustalonego stanu faktycznego, to jest poprzez brak zbadania, czy działania Pozwanego były sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, a także czy zagrażały lub naruszały interes Powódki;

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

art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w związku z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., art. 405 k.c., art. 410 k.c. i z art. 6 k.c. poprzez niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że pozwany uzyskał korzyść majątkową kosztem powoda w postaci towaru o wartości wyższej niż dokonana zapłata, a powód poniósł szkody w postaci nieotrzymania zapłaty ceny za sprzedany towaru spornej wysokości, podczas gdy powód nie przedstawił żadnego dowodu na okoliczność zapłacenia pozwanemu należności objętych pozwem, a w szczególności na okoliczność potrącenia wierzytelności pozwanego z tytułu usług marketingowych, bonusów i opłat za reklamę centralną z wierzytelnościami powoda z tytułu faktur sprzedaży, a nadto powód doliczył wartość obciążeń do ceny, po jakiej sprzedawał towar pozwanemu i pozwany płacił powodowi cenę wyższą o te obciążenia, a tym samym powód nie udowodnił swego roszczenia zarówno co do zasady co do wysokości,

art 18 ust. 1 pkt 5 w związku z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. poprzez ich błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie polegające na przyjęciu przez sąd I instancji, że naliczone przez pozwanego należności związane z bonusem i reklamą centralną stanowiły czyn nieuczciwej konkurencji, co uprawnia powoda do żądania wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści na zasadach ogólnych, tj. na podstawie przepisów o świadczeniu nienależnym;

art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., przez nieprawidłową wykładnię i zastosowanie, polegające na:

- zastosowaniu tej normy prawnej do bonusów, w sytuacji gdy inne organy państwowe traktują bonusy jako odrębną w stosunku do sprzedaży towarów usługę polegającą na intensyfikacji sprzedaży;

- przyjęciu, że opłata z tytułu bonusów, obliczana jako procent od wartości zakupionego towaru, wyczerpuje dyspozycję przedmiotowej normy prawnej w sytuacji, gdy jest to upust od ceny nabycia towaru, a więc czynnik cenotwórczy wpływający na wysokość marży handlowej uzyskiwanej przez kupującego,

- uznanie, że przepis ten wprowadza domniemanie prawne, iż w każdym przypadku pobierania za przyjęcie towaru do sprzedaży opłaty innej niż marża handlowa dochodzi do utrudniania innym przedsiębiorcom dostępu do rynku;

Wskazując na powyższe pozwany domagał się:

zmiany zaskarżonego wyroku poprzez oddalenie powództwa co do kwoty 6.330,15 zł wraz z odsetkami ustawowymi od dnia 07.08.2012 r. do dnia zapłaty oraz zasądzenie od Powódki na rzecz Pozwanego kosztów procesu za obie instancje, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych ewentualnie, w razie uznania, że Sąd I instancji nie rozpoznał istoty sprawy (lub nie przeprowadził postępowania dowodowego w całości), wnosząc o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy Sądowi I instancji do ponownego rozpoznania, pozostawiając temu Sądowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania apelacyjnego.

Na rozprawie apelacyjnej strona powodowa domagała się oddalenia apelacji w całości i zasądzenie kosztów postępowania za drugą instancję.

Sąd Apelacyjny zważył co następuje.

Apelacja nie jest zasadna.

Najdalej idący zarzut to zarzut braku legitymacji czynnej, który strona pozwana wywodzi z zawartej pomiędzy powodem a (...) Bank (...) Spółką Akcyjną umowy faktoringowej. Przedmiotowa umowa została zawarta 31 maja 2010 roku (k. 224 - 225). Już z tej przyczyny należy wskazać, że obejmowała ona wierzytelności z tytułu umów handlowych powstałe po tej dacie. W przedmiotowej sprawie oznacza to, że mogłaby dotyczyć wierzytelności na kwotę 1,66 zł zgodnie z notą obciążeniową numer (...) oraz 11,59 zł zgodnie z notą obciążeniową numer (...). Jednakże, Sąd Apelacyjny podzielił rozważania sądu pierwszej instancji, że umowa faktoringowa nie odnosiła się do wierzytelności objętych pozwem, albowiem dotyczyła ona wierzytelności wynikających z umów handlowych, nie zaś z czynów nieuczciwej konkurencji. Analogiczne stanowisko, na tle zapisu na sąd polubowny, zajął Sąd Najwyższy w postanowieniu z 4 kwietnia 2012 r., I CSK 354/11, czyniąc wyraźną dystynkcję pomiędzy roszczeniami wynikającymi z umów handlowych a roszczeniami powstałymi na tle czynów nieuczciwej konkurencji. W konsekwencji, zarzut naruszania art 509 k.c. w zw. z art. 510 k.c. i 511 k.c., należy uznać za chybiony.

Przechodząc do analizy kolejnych zarzutów apelacyjnych należy wskazać, co następuje.

Nie są trafne zarzuty naruszenia art.228 i 233 § k.p.c., Sąd Apelacyjny bowiem w całości podzielił ustalenia faktyczne dokonane przez sąd I instancji przyjmując je za własne. Sąd Okręgowy prawidłowo ocenił zgromadzony materiał dowodowy i wyprowadził, w oparciu o przeprowadzone dowody, logiczne wnioski. Dodatkowo należy podkreślić, że nie doszło do naruszenia art. 228, ponieważ Sąd Okręgowy nie uznał żadnych faktów notoryjnych, które mogłyby stanowić podstawę ustaleń faktycznych.

Dowody zgromadzone w sprawie, w szczególności umowy handlowe i marketingowe pokazują, że z całą pewnością nie doszło do intensyfikacji sprzedaży towarów powódki. Jedyne co robił pozwany, to eksponował towar nabyty od powoda na półkach w sklepie. Tego typu działanie, jak słusznie uznał Sąd Okręgowy, nie może być kwalifikowane jako szczególnego rodzaju działania pozwanego mające na celu zintensyfikowanie sprzedaży towaru powoda, co ewentualnie uzasadniałoby pobieranie od powoda opłat objętych pozwem.

Chybiony okazał się również zarzut naruszenia art. 217 § 1 k.p.c., podobnie jak i art. 227 k.p.c., albowiem sąd pierwszej instancji prawidłowo oddalił wnioski dowodowe pozwanego odnoszące się do w relacji z innymi podmiotami, jak również mający przedstawiać sytuację finansową powoda, albowiem nie mają one znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy. Roszczenie, którego zasądzenia domaga się powód odnosi się bowiem do relacji między powodem a pozwanym i tylko w tym zakresie postępowanie dowodowe ma znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy.

Kolejnym zarzutem, który, z uwagi na swój ogólny charakter, winien być kolejno poddany ocenie, jest naruszenie przez sąd I instancji swobody umów określonej w art. 353 (1) k.c. w związku z art. 5 k.c.

Oceny zgodności art. 15 ust.1 u.z.n.k. w świetle konstytucyjnych swobód, jak też treści art. 353(1) k.c. dokonał Trybunał Konstytucyjny w wyroku z 16 października 2014 r., (sygn. akt SK20/12). Trybunał Konstytucyjny stwierdził, że „zaskarżony przepis ograniczając wolność prowadzenia działalności gospodarczej jednego podmiotu (tj. przedsiębiorcy przyjmującego towar do sprzedaży), jest niezbędny do ochrony wolności prowadzenia działalności gospodarczej innego podmiotu (tj. przedsiębiorcy dostarczającego towar do sprzedaży), którego dostęp do rynku lub pozycja na rynku - z uwagi na przedmiot prowadzonej działalności gospodarczej i okoliczności faktyczne - jest zależna od działań przedsiębiorców przyjmujących towary do sprzedaży. Nie ulega wszakże wątpliwości, że uzależnianie przyjęcia towaru do sprzedaży od pobrania różnego rodzaju opłat wymiennie wpływa na sposób prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę dostarczającego te towary, zarówno w zakresie wyników tejże działalności, jak i jej organizacji. Pobieranie przedmiotowo istotnych opłat służy w szczególności rozkładaniu, a w skrajnych wypadkach całkowitemu przerzuceniu, między przedsiębiorcami ryzyka związanego ze sprzedażą towaru na kolejnych etapach jego dystrybucji. Trybunał Konstytucyjny stwierdził, że zaskarżony przepis jest również niezbędny dla prawidłowej realizacji wolności umów, a w konsekwencji ochrony normy kompetencyjnej wywodzonej z art. 353(1) k.c. Zarówno przedsiębiorcy przekazujący, jak i przyjmujący towar do sprzedaży zostali konstytucyjnie i ustawowo wyposażeni w kompetencję do ustanowienia wiążącego ich zbioru norm indywidualnych i konkretnych. Zaskarżony przepis, z jednej strony zapobiega zachwianiu równowagi kontraktowej oraz pokusie nadużyć silniejszego rynkowo przedsiębiorcy, z drugiej zaś przybliży rozumienie -wyznaczonej przez art. 353(1) k.c. - jednej z granic realizacji normy kompetencyjnej swobody umów.” Sąd Apelacyjny w całości podziela powyższe rozważania prawne.

Należy również podkreślić, że zarzut naruszenia art. 20 u.z.n.k. poprzez jego zastosowanie w sprawie w zakresie ustalenia terminu przedawnienia roszczeń o zwrot opłat uiszczonych tytułem bonusów oraz naruszenia art. 554 k.c. poprzez jego niezastosowanie w sprawie, jest całkowicie bezzasadny, ponieważ za roszczenia z tytułu sprzedaży można uznać wyłącznie roszczenia powoda z tytułu wierzytelności wynikających z wystawianych przez powoda faktur za dostarczony towar. Na pewno nie można do nich zaliczyć należności z tytułu „bonusów” ponieważ są to należności nienależnie pobrane, bo stanowiące czyn nieuczciwej konkurencji.

Również w zakresie kolejnych zarzutów świadczących o błędnej, zdaniem skarżącego, ocenie dowodów, należy wskazać, że zarzuty te w istocie są efektem odmiennej, niż to dokonał Sąd Okręgowy, wykładni przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Stąd też zasadnym jest omówienie powyższych zarzutów łącznie z zarzutami naruszenia prawa materialnego.

W niniejszej sprawie przedmiotem sporu było ustalenie czy pobranie przez pozwanego od powoda opłat, w kwocie dochodzonej pozwem, 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 u.z.n.k.).

Należy powtórzyć, że zgodnie z przepisem art. 3 ust. 1 u.z.n.k. 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 u.z.n.k., 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. 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).

Trybunał Konstytucyjny opowiedział się za korygującą funkcją klauzuli generalnej z art. 3 u.z.n.k. Brak jest jednak podstaw do przyjęcia aby w przedmiotowej sprawie doszło do naruszenia art. 3. u.z.n.k. Wykorzystywanie pozycji rynkowej przez stronę pozwaną poprzez nakładanie na powoda dodatkowych opłat za sprzedaż towarów, stanowiących własność pozwanego, naruszało dobre obyczaje kupieckie. Postępowanie dowodowe wykazało (zeznania świadka A. M. k.302 - 303), że strona powodowa nie miała realnej możliwości negocjowania narzucanych opłat. W ocenie Sądu Apelacyjnego takie działanie pozwanego było sprzeczne z zasadami obowiązującymi w obrocie kupieckim, zarówno na etapie zawierania, jak i wykonywania umów łączących strony. W konsekwencji zachowanie pozwanego naruszało dobre obyczaje kupieckie, jak również naruszało interesy przedsiębiorcy (powoda). Z tych względów, w przedmiotowej sprawie, nie sposób mówić o naruszeniu art. 3 u.z.n.k.

Przechodząc do analizy kolejnych zarzutów naruszenia prawa materialnego w zakresie wykładni i stosowania art. 15 ust.1 pkt 4 u.z.n.k należy wskazać, co następuje.

Skarżący zarzucił błędne zastosowania tej normy prawnej do bonusów, w sytuacji gdy inne organy państwowe traktują bonusy jako odrębną w stosunku do sprzedaży towarów usługę polegającą na intensyfikacji sprzedaży. Na wstępie należy podkreślić, że do 31 grudnia 2010r. rabat był odnoszony do konkretnych dostaw i usług oraz takiego ich dokumentowania, z odniesieniem w fakturze korygującej do konkretnej dostawy lub usługi objętej rabatem, z podaniem numeru faktury dokumentującej te transakcje oraz kwoty i rodzaju udzielonego rabatu. Prawo podatkowe nie przewidywało natomiast do 31 grudnia 2010 r., aby rabat mógł zostać udzielony do wszystkich dostaw towarów lub usług dokonanych dla jednego odbiorcy w danym okresie, bez konkretnego odnoszenia do tych transakcji, z podaniem numeru faktur korygowanych oraz objętych korektą nazw towarów i usług. Dopiero od 1 stycznia 2011 r., uregulowano zagadnienie wystawiania, tzw. korygujących faktur zbiorczych dla jednego odbiorcy. W konsekwencji do 31 grudnia 2010 roku organy podatkowe, również odmawiały traktowania premii pieniężnej/rabatu potraskacyjnego jako upustu od ceny umożliwiającego korygowanie faktur VAT. Powyższe przesądza, że do 31 grudnia 2010 r. kwestia dopuszczalność przedmiotowych transakcji była oceniana jednolicie zarówno przez organy podatkowe, jak i sądy powszechne w kontekście wykładni art. 15 ust.1 pkt 4 u.z.n.k. Po tej dacie wykładnia ta jest odmienna, nie oznacza to jednak, że rozbieżność ta jest nieuprawniona. Podkreślić należy, że zarówno organy podatkowe, jak i sądy administracyjne, swoją kognicją nie obejmują oceny czynności prawnych podmiotów w kontekście ochrony uczciwej konkurencji. Organ te oceniają te czynności prawne, jedynie w aspekcie prawidłowości dokumentowania transakcji celem naliczania opłat i podatków. I tak, co do zasady, opodatkowaniu będą podlegały transakcje będące jednocześnie czynami nieuczciwej konkurencji opisanymi w art. 15 ust 1 pkt 1 u.z.n.k., tj. sprzedaż towarów lub usług poniżej kosztów ich wytworzenia lub świadczenia albo ich odprzedaż poniżej kosztów zakupu w celu eliminacji innych przedsiębiorców. Prawo podatkowe ocenia bowiem, czy dana czynność prawna jest sprzedażą podlegającą opodatkowaniu np. podatkiem VAT, sąd powszechny natomiast bada, czy dana czynności jest sprzedażą towarów poniżej kosztów ich wytworzenia w celu eliminacji innych przedsiębiorców, tj. czynem nieuczciwej konkurencji. Innymi słowy dopuszczenie przez organy podatkowe korygowania podstawy opodatkowania (kwoty obrotu) o premie pieniężne nie pozbawia sądów powszechnych uprawnienia do oceny, czy ustalona premia pieniężna jest inną niż marża handlowa opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży utrudniającą dostęp do rynku, a w konsekwencji czynem nieuczciwej konkurencji.

Odnosnie do zarzutu błędnego przyjęcia, że opłata z tytułu bonusów, obliczana jako procent od wartości zakupionego towaru, wyczerpuje dyspozycję art. 15 ust.1 u.z.n.k w sytuacji, gdy, zdaniem skarżącego, jest to upust od ceny nabycia towaru, a więc czynnik cenotwórczy wpływający na wysokość marży handlowej uzyskiwanej przez kupującego, sąd II instancji pragnie wskazać, że z żadnych okoliczności faktycznych nie wynika, aby bonusy te miały charakter

cenotwórczy. O takiej sytuacji można by mówić, gdyby strona powodowa dokonywała korekty całego obrotu o udzielone rabaty. W przedmiotowym stanie faktycznym taka sytuacja nie miała miejsca. Strona pozwana od pierwotnego obrotu (nie pomniejszonego o bonusy) naliczała pozostałe opłaty, tym samym udzielnie bonusu, nie obniżało ceny (obrotu) tylko było inną niż marża handlowa opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży.

W zakresie podnoszonego zarzutu naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k poprzez przyjęcie domniemania prawnego o utrudnianiu dostępu do rynku, należy wskazać co następuje.

Podzielając powyższe rozważania, Sąd Apelacyjny pragnie wskazać, że w przedmiotowej sprawie okoliczność utrudniania dostępu do rynku można ustalić w oparciu o domniemanie faktyczne na podstawie art. 231 k.p.c. Z okoliczność bezspornych w niniejszej sprawie, na które zresztą powołuje się sam skarżący (vide treść zarzutu z art. 5 k.c.), wynika, że sprzedaż za pośrednictwem podmiotów działających pod marką Saturn miała powodowi znacząco ułatwić dostęp do rynku zbytu produktów RTV-AGD. A contrario, uzależnianie współpracy od ponoszenia innych opłat niż marża handlowa, utrudniało powodowi dostęp do współpracy z wyżej wskazanymi podmiotami, a w konsekwencji dostęp do rynku.

Powyższe rozważania prawne nie zmieniają zatem kwalifikacji prawnej opłat pobieranych od powoda w świetle art. 15 u.z.n.k.

Sąd Apelacyjny nie dopatrył się również podstawy do odmowy udzielania powodowi ochrony jego praw na podstawie art. 5 k.c. Fakt tolerowania przez stronę powodową nieuczciwych praktyk rynkowych w celu większego uzyskania dostępu do rynku, nie zmienia charakteru prawnego tych opłat, a wystąpienie z roszczeniem do sądu nie może być traktowane jako sprzeczne z zasadami współżycia społecznego. W tym miejscu jeszcze raz należy podkreślić, że działania pozwanego, funkcjonującego w ramach sieci sklepów, polegające na obciążaniu powoda innymi niż marża handlowa opłatami, stanowi naruszenie dobrych obyczajów kupieckich i wykorzystanie pozycji rynkowej w celu narzucenia korzystnych dla strony pozwanej warunków uzależniających przyjęcie towarów do sprzedaży.

Sąd Apelacyjny nie dopatrył się również naruszenia art. 49 TFUE jak również klauzuli konwergencyjnej zawartej w art. 3 ust. 2 Rozporządzenia Rady nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 roku w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. 81,82 Traktatu Ustanawiającego Unię Europejską. O zastosowaniu powyższych norm prawnych można by mówić w sytuacji, gdyby transakcje pomiędzy stronami mogły wpływać lub wpływały na handel między państwami członkowskimi. Taki fakt jednak w przedmiotowej sprawie nie zaistniał. Jeżeli uwzględnia się okoliczność niskiej wartości przedmiotu sporu oraz to, że oba podmioty mają siedzibę na terenie jednego państwa członkowskiego (Rzeczypospolitej Polskiej), nie sposób dopatrzeć się wpływu na rynek wewnętrzny Unii Europejskiej.

Sąd Apelacyjny nie dopatrył się również naruszenia art.18 ust 1 u.z.n.k. albowiem Sąd Okręgowy dokonał prawidłowej oceny charakteru prawnego opłat pobieranych od powoda w świetle treści art. 15 ust.1 pkt 4 u.z.n.k., zaś uzyskane korzyści w postaci potrąconych kwot, prawidłowo zostały zasądzone na rzecz powoda w oparciu o zasady ogólne – nienależne świadczenie.

W konsekwencji na podstawie art. 385 k.p.c., Sąd Apelacyjny apelację pozwanego w całości oddalił.

Na podstawie art. 98 § 1 i § 3 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c. oraz art. 391 k.p.c., sąd II instancji rozstrzygnął o kosztach postępowania apelacyjnego. Na kwotę zasądzonych od pozwanej kosztów procesu składa się wynagrodzenie radcy prawnego obliczone stawnie do treści § 12 ust. 1 pkt 2 w zw. z 6 pkt 4 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 (tekst jednolity Dz.U z 2013 r. poz. 461).