

Sygn. akt I ACa 1940/14

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 7 lipca 2015 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Lidia Sularzycka

Sędziowie: SA Marzanna Góral

SO del. Magdalena Sajur-Kordula (spr.)

Protokolant: ref. staż. Michał Strzelczyk

po rozpoznaniu w dniu 7 lipca 2015 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki akcyjnej z siedzibą w G.

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 4 września 2014 r., sygn. akt XXVI GC 944/12

1. ***oddala apelację,***

2. ***zasądza od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki akcyjnej z siedzibą w G. kwotę 1995 (jeden tysiąc dziewięćset dziewięćdziesiąt pięć) złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.***

Sygn. akt I ACa 1940/14

UZASADNIENIE

Wyrokiem z dnia 4 września 2014r. Sąd Okręgowy w Warszawie w sprawie z powództwa (...) S.A. z siedzibą w G. przeciwko (...) sp. z o.o. w W. o zapłatę, zasądził od pozwanego na rzecz powoda kwotę 21.477,57 zł wraz z ustawowymi odsetkami i kosztami procesu.

Sąd I instancji oparł swe rozstrzygnięcie na następujących ustaleniach i rozważaniach prawnych:

Powód jako dystrybutor zabawek i artykułów ogrodowych dostarczał towar stronie pozwanej, która prowadzi sklep wielkopowierzchniowy w ramach sieci(...)

26 lutego 2008 r. powód zawarł umowę o współpracy z (...) sp. z o.o. w W. działającą w imieniu własnym oraz w imieniu i na rzecz podmiotów wskazanych w §1 ust. 1 umowy, m.in. w imieniu pozwanego. Przedmiotem umowy było określenie warunków współpracy handlowej, w zakresie

sprzedaży produktów oferowanych przez dostawcę oraz ramowych warunków wykonywania przez G. usług reklamowych i marketingowych zleczanych szczegółowo przez dostawcę i na podstawie umowy o świadczenie usług promocyjnych i reklamowych. Umowa przewidywała szereg rabatów, w tym rabat retrospektywny uzależniony od obrotów w skali roku. Ponadto zgodnie z umową powód zobowiązywał się do przeznaczania co najmniej 11% wartości całości obrotów netto rozliczanych kwartalnie na usługi reklamowe związane z powodem i reklamą jego marki i produktów oraz strony ustaliły wartość usług marketingowych podlegających wyłączeniu z ww. minimum, dotyczących katalogów P., w wysokości 500 zł/sklep przy katalogach specjalnych oraz 1.000 zł /sklep 1 raz w roku za udział w katalogu (1 zabawka).

17 marca 2008 r. powód oraz (...) sp. z o.o. w W. zawarły umowę o świadczenie usług promocyjnych i reklamowych, zgodnie z którą powód zobowiązał się dostarczyć wskazane w umowie towary spółce (...), a (...) sp. z o.o. zobowiązała się świadczyć na rzecz powoda usługi reklamowe. Zgodnie z jej treścią, umowa ta jest odrębną umową w stosunku do umowy o współpracy z 28 lutego 2008 r., lecz w zakresie nieuregulowanym znajdują zastosowanie odpowiednie zapisy wiążącej umowy z 28 lutego 2008 r. Umowy o takich samych ustaleniach, lecz na rok 2009 oraz na inne towary zostały zawarte 27 marca, 3 kwietnia, 24 kwietnia, 27 października 2009 r., na rok 2010 w dniach 22 marca, 8 kwietnia i 24 września 2010 r. oraz na rok 2011 w dniach 28 września 2011 r.

Pozwany obciążył powoda z tytułu usług reklamowych następującymi fakturami:

- 1. Faktura VAT nr (...) z 7.04.2009 r. w wysokości 732,33 zł,*
- 2. Faktura VAT nr (...) z 7.07.2009 r. w wysokości 3.500,74 zł,*
- 3. Faktura VAT nr (...) z 7.07.2009 r. w wysokości 610 zł,*
- 4. Faktura VAT nr (...) z 31.12.2009 r. w wysokości 1.220 zł,*
- 5. Faktura VAT nr (...) z 7.01.2010 r. w wysokości 6.068,39 zł,*
- 6. Faktura VAT nr (...) z 7.04.2010 r. w wysokości 791,73 zł,*
- 7. Faktura VAT nr (...) z 30.06.2010 r. w wysokości 610 zł,*
- 8. Faktura VAT nr (...) z 7.07.2010 r. w wysokości 930,37 zł,*
- 9. Faktura VAT nr (...) z 31.12.2010 r. w wysokości 1.220 zł,*
- 10. Faktura VAT nr (...) z 31.12.2010 r. w wysokości 4.380,29 zł,*
- 11. Faktura VAT nr (...) z 7.04.2011 r. w wysokości 157,49 zł,*
- 12. Faktura VAT nr (...) z 7.10.2011 r. w wysokości 296,23 zł,*
- 13. Faktura VAT nr (...) z 31.12.2011 r. w wysokości 1.230 zł.*

Kwoty te zostały potrącone przez pozwanego z wynagrodzenia należnego powodowi. (...) sp. z o.o. w W. wykonuje usługi reklamowe w postaci gazetek, dla pozwanego nakład to 80-100 tysięcy sztuk. Gazetki ukazują się co dwa tygodnie, w kolorze. Towary powoda były umieszczane w katalogach, od roku 2010 pod nazwą towaru było wskazanie firmy powoda.

Sąd I instancji doszedł do wniosku, ze strony rozliczały się wzajemnie poprzez pomniejszanie ceny sprzedaży towarów dostarczonych przez powoda o wartość świadczeń opisanych przez pozwanego

w fakturach oraz notach wystawianych za świadczenie usług marketingowych. Pobranie tych kwot z ceny sprzedanego towaru oznacza, że pozwany uzyskał towar o wartości znacznie wyższej niż dokonana zapłata. Jest to korzyść, o której mowa w art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., w postaci nieotrzymania przez powoda zapłaty ceny za sprzedany towar w pełnej wysokości (por. postanowienie SN z dnia 16 października 2009 r., I CSK 230/09). Sąd podzielił pogląd, że podmioty zajmujące się profesjonalnie i na dużą skalę dystrybucją towarów, mogą świadczyć na rzecz mniejszych podmiotów usługi mające na celu zwiększenie efektywności sprzedaży ich towarów, czy też mające na celu poprawienie wizerunku innego podmiotu poprzez promowanie jego marki i firmy. Niemniej jednak, samo świadczenie usług na rzecz sprzedawcy za dodatkową opłatą nie może stanowić przesłanki warunkującej zawarcia umowy sprzedaży, a usługi świadczone przez kupującego muszą być realne i ekwiwalentne do pobieranego za nie wynagrodzenia. Co więcej, konieczne jest, aby sprzedawca czerpał ze świadczonych przez kupującego usług wymierne korzyści oraz by ich świadczenie nie było związane z realizacją własnego interesu kupującego dotyczącego przedmiotu umowy oraz że standardową odsprzedażą towarów finalnemu odbiorcy. Powód wskazał, że wydawane przez pozwanego gazetki nie wpływały na popyt jego towarów. To pozwany winien wykazać, iż wykonywał realne usługi, za które pobierał wynagrodzenie oraz że usługi te świadczone były na rzecz powoda, a nie celem realizacji własnego interesu ekonomicznego, a przede wszystkim, że związanie się przez sprzedawcę umową o świadczenie tych usług nie warunkowało zawarcia umowy sprzedaży. Pozwany temu obowiązkowi procesowemu nie sprostał.

Postępowanie dowodowe, w ocenie Sądu I instancji, wykazało, że wyrażenie przez powoda zgody na obciążenie dodatkowymi opłatami było warunkiem zawarcia umowy i kontynuowania współpracy, co uzasadnia konstatację, iż opłaty zostały mu jednostronnie narzucone.

W związku z powyższym sporne opłaty za działania marketingowe Sąd zakwalifikował jako inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży (art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. w zw. z art. 18 ust. 1 pkt. 5 u.z.n.k.), co z kolei implikowało zasądzenie od pozwanego na rzecz powoda ich zwrotu w kwocie 21.477,57 zł. O odsetkach ustawowych orzeczono na podstawie art. 481 § 1 i 2 k.c. w zw. z art. 455 k.c. O kosztach procesu Sąd orzekł w oparciu o art. 98 k.p.c. obciążając nimi pozwanego jako stronę przegrywającą proces.

Apelację od powyższego wyroku wniósł pozwany, zaskarżając go w całości. Zaskarżonemu wyrokowi zarzucił:

I. naruszenie przepisów postępowania, a mianowicie: art. 233 § 1 k.p.c. oraz art. 299 k.p.c., art. 227 k.p.c. w zw. art. 278 k.p.c.

II. naruszenie przez prawa materialnego, a mianowicie: art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zw. z art. 405 k.c.

W związku z powyższym wniósł o zmianę wyroku w całości poprzez oddalenie powództwa w całości oraz zasądzenie od powoda na rzecz pozwanej kosztów procesu według norm przepisanych, ewentualnie o uchylenie wyroku w części zaskarżonej i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania Sądowi Okręgowemu.

Ponadto wniósł o zasądzenie od powoda na rzecz pozwanej kosztów postępowania w postępowaniu przed Sądem I instancji oraz w postępowaniu apelacyjnym.

Powód w odpowiedzi na apelację domagał się jej oddalenia i zasądzenia na swoją rzecz kosztów zastępstwa procesowego za II instancję.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja okazała się bezzasadna.

Sąd Apelacyjny podziela zarówno ustalenia faktyczne jak i rozważania prawne Sądu I instancji, uznając je za swoje. Odnosząc się szczegółowo do zarzutów apelacji- w zakresie pierwszego z nich, wskazać należy że Sąd Okręgowy dokonał prawidłowych ustaleń faktycznych przyjętych za podstawę orzeczenia, ponadto wszechstronnie i właściwie ocenił materiał dowodowy. W orzecznictwie przyjmuje się, że ramy swobodnej oceny dowodów muszą być określone wymaganiami prawa procesowego, doświadczenia życiowego, regułami logicznego myślenia oraz pewnego poziomu świadomości prawnej, według których sąd w sposób bezstronny, racjonalny i wszechstronny rozważa materiał dowodowy jako całość, dokonuje wyboru określonych środków dowodowych i wając ich moc oraz wiarygodność, odnosi je do pozostałego materiału dowodowego (tak np: uzasadnienie wyroku Sądu Najwyższego z dnia 20 marca 1980r., II URN, OSNC 1980 nr 10 poz. 200). Sąd prawidłowo oparł się na zeznaniach prezesa zarządu powoda P. K., który brał udział w negocjowaniu wszystkich umów i pamiętał okoliczności z nimi związane, w przeciwieństwie do świadków A. M., A. S., A. D., D. S., R. D. i M. P., których zeznania cechował duży stopień ogólności, uczestniczyli oni w negocjowaniu niektórych umów i nie znali szczegółów wykonywania umów przez stronę pozwaną. Na mocy art. 299 k.p.c. zasadne jest dopuszczenie dowodu z przesłuchania stron, gdy po wyczerpaniu środków dowodowych pozostały niewyjaśnione fakty istotne dla rozstrzygnięcia. Niewątpliwie okoliczność, w jaki sposób (i czy w ogóle) pozwany wykonywał łączącą strony umowę, stanowi fakt istotny dla rozstrzygnięcia. Istotne jest również ustalenie Sądu, że przy zawieraniu ostatniej umowy powód wynegocjował brak dotychczasowych opłat za czynności marketingowe i w związku z tym utracił zamówienia ze strony pozwanej.

W orzecznictwie podkreśla się, że kwestionowanie dokonanej przez sąd oceny dowodów nie może polegać jedynie na zaprezentowaniu własnych, zadowalających dla skarżącego ustaleń stanu faktycznego, dokonanych na podstawie własnej, korzystnej dla skarżącego oceny materiału dowodowego (tak: postanowienie SN z 10 stycznia 2002 r. sygn. II CKN 572/99, Lex nr 53136). Jeśli tylko z materiału dowodowego sąd wyprowadza wnioski logicznie poprawne i zgodne z doświadczeniem życiowym, to ocena sądu nie narusza reguł swobodnej oceny dowodów i musi się ostać, choćby w równym stopniu, na podstawie tego materiału dawały się wysnuć wnioski odmienne. Jedynie wówczas, gdy brak jest logiki w wysnuwaniu wniosków ze zgromadzonego materiału dowodowego lub gdy wnioskowanie sądu wykracza poza reguły logiki formalnej albo, wbrew zasadom doświadczenia życiowego, nie uwzględnia jednoznacznych praktycznych związków przyczynowo-skutkowych, to przeprowadzona przez sąd ocena dowodów może być skutecznie podważona (wyrok SN z 27 września 2002 r. sygn. II CKN 817/00, Lex nr 56906; wyrok Sądu Apelacyjnego w Lublinie z dnia 16 lutego 2011 r., sygn. I ACa 21/11). Podkreślenia wymaga fakt, że w sprawie niniejszej powód zarzucając Sądowi przekroczenie granic swobodnej oceny dowodów, nie wykazał które jego wnioski są nielogiczne i sprzeczne z zasadami współżycia społecznego. Tymczasem wnioski Sądu znajdują odzwierciedlenie w zebranych w sprawie materiale dowodowym. Przede wszystkim prawidłowe było ustalenie Sądu Okręgowego, że powód uścił na rzecz pozwanego opłaty marketingowe za które nie otrzymał świadczenia ekwiwalentnego. Fakt obciążenia opłatą został udokumentowany za pomocą faktur, wykazał dokonanie kompensaty, natomiast świadkowie powołani przez stronę pozwaną nie znali szczegółów dotyczących wykonywania umów przez stronę pozwaną, pozwany nie zdołał więc udowodnić, że takie usługi istotnie na rzecz powoda świadczył. Powód wykazał również, że

uiszczenie przedmiotowych opłat stanowiło warunek nawiązania i kontynuowania współpracy pomiędzy stronami.

Odnosząc się do zarzutu naruszenia art. 227 k.p.c. w zw. z art. 278 k.p.c. wskazać należy, że decyzja Sądu I instancji o oddaleniu wniosku o dopuszczenie dowodu z opinii biegłego z zakresu ekonomii ze specjalizacją marketing, była prawidłowa, gdyż dowód ten był zbędny dla rozpoznania niniejszej sprawy, ustalenia biegłego mogłyby mieć charakter jedynie hipotetyczny, zwłaszcza w sytuacji, gdy towar stanowił własność pozwanego i celem gazetki było przede wszystkim reklamowanie towaru, który pozwany zamierzał sprzedać.

Nie doszło również do naruszenia przez Sąd I instancji prawa materialnego. Zasadnie uznano, że świadczenie pieniężne uiszczone przez powoda ma charakter niedozwolonej opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Zgodnie z powyższym przepisem, czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za dopuszczenie towaru do sprzedaży. Jak podkreśla się w doktrynie, chodzi tu o przypadki, gdy słabszemu uczestnikowi rynku narzucane są opłaty nie mające uzasadnienia w ponoszonych kosztach, które kompensować powinna, co do zasady, marża pobierana od klientów sieci (por. K. Szczepanowska-Kozłowska w głosie do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 26 stycznia 2006r., II CK 378/05, Glosa 378/05). Konieczność uiszczenia tego rodzaju opłat prowadzi w konsekwencji do uzyskiwania przez sprzedawców detalicznych nie tylko zysku wynikającego z narzuconej marży, ale także dodatkowych korzyści kosztem dostawców, którzy zmuszeni są rezygnować ze znacznej części swoich dochodów związanych z dostarczeniem towarów. Co do zasady- nie jest wykluczone w praktyce, aby współpraca handlowa przybierała postać bardziej skomplikowanych i rozbudowanych stosunków umownych, co jest dopuszczalne na mocy art. 3531 k.c. Jednakże za przyjętymi rozwiązaniami muszą stać realne zobowiązania, w przeciwnym razie pozwany dopuści się czynu nieuczciwej konkurencji.

Wbrew wywodom apelacji Sąd I instancji dokonał właściwej oceny prawnej dotyczącej działań pozwanego. Usługi, do których odnosi się skarżący wiązały się z promocją i reklamą- pozwany obciążył powoda opłatą za świadczenie usług reklamowych, w tym również w katalogach. Wskazać należy, że od chwili dostarczenia towarów pozwanemu eksponowanie ich w poszczególnych częściach sklepu, informowanie klientów o ich właściwościach, zapewnienie do nich dostępu na półkach oraz prowadzenie akcji promocyjnych i marketingowych służyło przede wszystkim zwiększeniu sprzedaży i tym samym zwiększeniu zysku pozwanego. Samo umieszczenie towarów w gazecie promocyjnej czy w oznaczonym miejscu sklepu bez wyeksponowania w sposób identyfikujący dostawcę czy jego firmę, nie może być uznane za usługę realizowaną na rzecz i w interesie powoda. Powód nie miał również wpływu na sposób przeprowadzania akcji promocyjnej, jej częstotliwość oraz jakość. W niniejszym przypadku pozwany pobierając opłatę doprowadził do sytuacji, w której dokonując czynności związanych ze sprzedażą towarów będących jego własnością, kosztami działań handlowych wykonywanych na swoją rzecz, obciążył powoda.

Prawidłowa jest ocena Sądu Okręgowego, że na powodzie ciąży obowiązek wykazania, że poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży, uiszczał na rzecz kupującego dodatkowe należności, natomiast na pozwanym spoczywa obowiązek udowodnienia, że pobrane opłaty były należne i stanowiły ekwiwalent rzeczywiście wykonanego na rzecz powoda świadczenia. W analizowanej sprawie powód wykazał również, że działania pozwanego utrudniły mu dostęp do rynku, wykazał bowiem, że bez zgody na przedmiotowe opłaty nie zawarłby w ogóle umów z pozwanym, nie mógłby dostarczać towaru do jego sklepów, ponadto przedmiotowa opłata

w sposób nieuzasadniony zwiększa zyski nabywcy kosztem obniżenia dochodów sprzedawcy, bowiem powód nie otrzymuje w zamian usługi za którą płaci.

Biorąc powyższe pod uwagę, w konsekwencji Sąd I instancji prawidłowo zastosował art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zasądając od pozwanego na rzecz powoda kwotę dochodzoną pozwem.

Z tych względów na mocy art. 385 k.p.c. apelacja jako bezzasadna podlegała oddaleniu.

Orzeczenie o kosztach postępowania apelacyjnego oparto na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c.