

Sygn. akt I ACa 1437/15

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 3 sierpnia 2016 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Edyta Jefimko (spr.)

Sędziowie: SA Maciej Dobrzyński

SO (del.) Bernard Chazan

Protokolant: Karolina Długosz - Żółtowska

po rozpoznaniu w dniu 3 sierpnia 2016 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Z. (poprzednio (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Z.)

przeciwko (...) spółce akcyjnej z siedzibą w W.

o zapłatę

na skutek apelacji powódki

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 30 grudnia 2014 r., sygn. akt XVI GC 141/14

1. ***oddala apelację;***

2. ***zasądza od (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Z. na rzecz (...) spółki akcyjnej z siedzibą w W. kwotę 2700 zł (dwa tysiące siedemset złotych) tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w postępowaniu apelacyjnym.***

Maciej Dobrzyński Edyta Jefimko Bernard Chazan

Sygn. akt ***I ACa 1437/15***

UZASADNIENIE

Syndyk masy upadłościowej (...) sp. z o.o. w upadłości likwidacyjnej w Z. wniósł o zasądzenie od (...) S.A. w W. kwoty 155.334,86 zł wraz z ustawowymi odsetkami od wskazanych kwot i dat oraz kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego i kosztów opłaty skarbowej od pełnomocnictwa.

W uzasadnieniu wskazano, że warunkiem nawiązania współpracy strony powodowej z pozwaną było godzenie się na pobieranie przez (...) S.A. w W. opłat za „zarządzanie budżetem marketingowym” i inne usługi, które były fikcyjne lub wykonywane tylko w interesie pozwanej. Opłaty, rażąco wysokie, były pobierane przez pozwaną z należności powódki z tytułu dostawy produktów, na podstawie dokumentów kompensaty, co powodowało zwiększenie cen produktów, a tym samym zmniejszało ich atrakcyjność dla konsumenta, utrudniając spółce (...) dostęp do rynku. Jako podstawę

prawną .dochodzonych roszczeń podano art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. oraz 18 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w związku z art. 15 ust.1 pkt 5 u.z.n.k.

W dniu 18 grudnia 2013 r. Sąd Okręgowy w Warszawie wydał nakaz zapłaty w postępowaniu upominawczym zgodnie z żądaniem pozwu, od którego pozwana wniosła sprzeciw, zaskarżając nakaz zapłaty w całości i domagając się oddalenia powództwa w całości jako bezzasadnego ze względu na nieistnienie roszczenia oraz zasądzenie od powódki na rzecz pozwanej kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Zaskarżonym wyrokiem z dnia 30 grudnia 2014 r. Sąd Okręgowy w Warszawie:

1.oddalił powództwo,

2.zasądził od powódki na rzecz pozwanej 3600 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa prawnego

3.nakazał pobrać od powódki na rzecz Skarbu Państwa 475zł tytułem wypłaconego świadcowi K. B. zwrotu kosztów dojazdu.

Powyższy wyrok Sąd Okręgowy wydał na podstawie następujących ustaleń faktycznych i wniosków.

Spółka (...) była jednym z większych importerów drzwi na polskim rynku, przy czym dostarczała swój towar przede wszystkim na tradycyjny rynek. Jednak, chcąc go wypromować i zwiększyć obrót, w dniu 26 listopada 2008 r. zawarła z pozwaną spółką umowę o współpracy handlowej. W chwili zawierania umowy pozwana nie była istotnym graczem na rynku, a nawet najmniejszym odbiorcą sieciowym tego typu produktów. (...) sp. z o.o. była również związana umowami o współpracy z innymi sieciami handlowymi, a jej asortyment nie był typowy dla sieci (...) S.A. w W.. Na podstawie przedmiotowej umowy strona powodowa dostarczała stronie pozwanej drzwi i bramy garażowe, a pozwana świadczyła na rzecz powódki różnego rodzaju usługi związane z wypromowaniem tego towaru i jego odsprzedażą .Do umowy podpisanych zostało szereg załączników: m. in. załącznik (...) z dnia 26 listopada 2008 r. o rodzajach opłat ponoszonych na rzecz pozwanej; załącznik (...) z dnia 26 listopada 2008 r. o warunkach dostaw; załącznik (...) z dnia 26 listopada 2008 r. o warunkach handlowych i o płatnościach; załącznik nr(...) z dnia 26 listopada 2008 r. o terminach płatności i opłatach za usługę (...), zarządzanie budżetem marketingowym i o premii pieniężnej okresowej; usłudze konsultacji handlowych; załącznik (...) z dnia 26 listopada 2008 r. o reklamacjach klientów; załącznik(...) z dnia 26 listopada 2008 r. ponownie o warunkach handlowych z uwzględnieniem rabatu promocyjnego; załącznik (...) z dnia 26 listopada 2008 r. o zwrotach towaru. Zgodnie z załącznikiem (...), obowiązującym od 2009 r., usługa zarządzania budżetem marketingowym polegała na zarządzaniu portfelem działań promocyjnych i reklamowych dostawcy poprzez decyzję o doborze odpowiednich środków marketingowych w celu wspierania promocji i reklamy dostawcy w punktach sprzedaży zamawiającego oraz stosowaniu tych środków. Portfel działań promocyjnych mógł obejmować, m.in. udostępnianie powierzchni do ekspozycji plakatów, celem umożliwienia przeprowadzenia przez dostawcę promocji towarów w formie degustacji, prezentacji, animacji; umieszczenie dodatkowej wkładki o marce dostawcy w gazetce promocyjnej, na stałym nośniku reklamy lub tematycznym katalogu; dystrybucji dostarczonych przez dostawcę materiałów reklamowych; wyeksponowanie logo towaru. Natomiast portfel działań reklamowych mógł obejmować: przygotowanie planu promocji gazetowych i innych; drukowanie informacyjnych gazetek; dystrybucję gazetek; umieszczenie logo dostawcy na stronie internetowej zamawiającego; inne formy reklamy. Zgodnie z aneksem nr (...) spółka (...) zamówiła u pozwanej usługi promocyjne, w okresie od 1 stycznia 2009 r. do 31 grudnia 2009 r., za kwotę 50.000 zł, następnie zgodnie z aneksem nr (...) w okresie od 1 stycznia 2010 r. do 31 grudnia 2010 r. za kwotę 50.000 zł. Zamówione usługi były niezależne od usług przewidzianych w umowie lub w innych porozumieniach stron, w szczególności w ramach budżetu promocyjnego. Zgodnie z załącznikiem (...), obowiązującym od 1 stycznia 2009 r., wartość rabatu i usług w ramach zarządzania budżetem marketingowym zostały ustalone na 8,5 % w rocznym okresie rozliczeniowym. Nowym załącznikiem (...), obowiązującym od 1 stycznia 2010 r., wartość rabatu i usług w ramach zarządzania budżetem marketingowym zostały ustalone na 9,5 % w rocznym okresie rozliczeniowym. Produkty dostarczone przez (...) spółkę z o.o. był rejestrowane w systemie (...), a zamawiane tylko i wyłącznie pod kątem akcji promocyjnych. Jeżeli zamawiający był zainteresowany wzięciem udziału w akcji promocyjnej

wówczas strony uzgadniały datę akcji, datę dostawy, ilość, sposób ekspozycji i cenę za produkt. Pozwana spółka w ramach oferowanych przez siebie usług podejmowała szereg działań o charakterze reklamowo-promocyjnym, w tym publikowała towary powodowej spółki w gazetkach reklamowych kolportowanych pomiędzy klientów pozwanej; umieszczała logo dostawcy w gazetce; udostępniała powierzchnię ekspozycyjną w halach. Powódka otrzymywała gazetki reklamowe przed ich publikacją, w których były: zdjęcie, opis i cena jej produktu wraz z informacją w jakim okresie towar będzie w sprzedaży. Potwierdzenie dostawy przez (...) spółkę z o.o. uruchamiało kolportaż gazetki do klientów, przy czym powódka potwierdziła wykonanie usług promocyjno – reklamowych przez pozwaną. Po zakończeniu akcji promocyjnej towar, który nie został sprzedany, musiał zostać odebrany przez powódkę, na jej koszt. Strony uzgodniły, że wynagrodzenie z tytułu wykonanych usług będzie liczone od wysokości obrotu, a nie od ilości i terminów świadczonych usług. Współpraca handlowa była opłacalna dla obu stron transakcji. (...) S.A. w W. tytułem wykonanych usług wystawiła następujące faktury: 1) fakturę nr (...) z dnia 31 października 2009 r. na kwotę 14.707,10 zł; 2) fakturę nr (...) z dnia 31 stycznia 2010 r. na kwotę 25.985,15 zł; 3) fakturę nr (...) z dnia 31 marca 2010 r. na kwotę 16.300,97 zł; 4) fakturę nr (...) z dnia 30 kwietnia 2010 r. na kwotę 4.765,81 zł; 5) fakturę nr (...) z dnia 30 czerwca 2010 r. na kwotę 4.950,09 zł; 6) fakturę nr (...) z dnia 30 czerwca 2010 r. na kwotę 61.000 zł; 7) fakturę nr (...) z dnia 30 sierpnia 2010 r. na kwotę 13.873,23 zł. W każdej z faktur został wpisany termin zapłaty wynoszący 14 dni, a jako formę płatności wskazano kompensatę. Kwota 14.707,10 zł z faktury nr (...) z dnia 31 października 2009 r. została potrącona z przelewu pozwanej na rzecz powódki z dnia 17 listopada 2009 r. W wyniku kompensaty powódka otrzymała przelew w wysokości 105.953,10 zł. Kwota 25.985,15 zł z faktury nr (...) z dnia 31 stycznia 2010 r. została potrącona z przelewu strony pozwanej na rzecz strony powodowej z dnia 23 lutego 2010 r. W wyniku kompensaty powódka otrzymała przelew w wysokości 136.714,05 zł. Kwota 16.300,97 zł z faktury nr (...) z dnia 31 marca 2010 r. została potrącona z przelewu pozwanej na rzecz powódki z dnia 4 maja 2010 r. W wyniku kompensaty powódka otrzymała przelew w wysokości 80.554,83 zł. Kwota 4.765,81 zł z faktury nr (...) z dnia 30 kwietnia 2010 r. została potrącona z przelewu pozwanej na rzecz powódki z dnia 18 maja 2010 r. W wyniku kompensaty powódka otrzymała przelew w wysokości 15.778,99 zł. Kwota 4.950,09 zł z faktury nr (...) z dnia 30 czerwca 2010 r. została potrącona z przelewu pozwanej na rzecz powódki z dnia 5 października 2010 r. Kwota 61.000 zł z faktury nr (...) z dnia 30 czerwca 2010 r. została potrącona z przelewu pozwanej na rzecz powódki z dnia 5 października 2010 r. Kwota 13.873,23 zł z faktury nr (...) z dnia 31 sierpnia 2010 r. została potrącona z przelewu pozwanej na rzecz powódki z dnia 5 października 2010 r. W wyniku kompensat z wymienionych faktur (...) spółka z o.o. otrzymała przelew w wysokości 76.995,48 zł. Płatności w jej imieniu dokonywała firma (...). Współpraca pomiędzy stronami została zakończona wraz z upływem okresu wskazanego w aneksie nr (...).

Podstawą poczynionych przez Sąd Okręgowy ustaleń faktycznych były dokumenty zgromadzone w aktach sprawy oraz zeznania świadków wnioskowanych przez obie strony. Prawdliwość zawarcia umowy oraz aneksów do niej nie była kwestionowana. Bezspornym był również fakt, iż w przedmiotowej umowie zawarto zapis dotyczący oferowanych przez pozwaną usług promocyjno – marketingowych. Zeznania świadków K. B. i M. M., ocenione przez Sąd Okręgowy jako wiarygodne, przyczyniły się do się ustalenia charakteru współpracy pomiędzy stronami procesu.

Sąd Okręgowy oddalił powództwo w całości, uznając je za bezzasadne.

Za nietrafny uznany został zgłoszony zarzut przedawnienia. Jak wynika z art. 20 u.z.n.k. roszczenia z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji ulegają przedawnieniu z upływem lat trzech. Bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie co do każdego naruszenia, a przepis art. 442 k.c. stosuje się odpowiednio. Dzień, w którym poszkodowany dowiedział się o szkodzie i osobie obowiązanej do jej naprawienia, to data dokonania zapłaty przez powodową spółkę niedozwolonych opłat na rzecz pozwanej spółki, czyli daty dokonania kompensat. Zgodnie z art. 123 § 1 pkt 1 k.c. powódka przerwała bieg terminu przedawnienia przez zawezwania pozwanej do próby ugodowej. Ocenę zasadności powództwa determinowała ocena prawna zawartej przez strony umowy o współpracy handlowej. Z samej treści tej umowy wynikało, że jej przedmiotem była dostawa produktów powódki do placówek handlowych pozwanej oraz świadczenie usług przez pozwaną na rzecz dostawcy. Umowa o współpracy handlowej nie jest ramową umową sprzedaży, a raczej umową nienazwaną z elementami różnych umów cywilnych, w tym elementów umowy sprzedaży i umowy o świadczenie usług. Przeprowadzone dowody osobowe wykazały, że strony określiły cel umowy odmiennie

aniżeli wskazuje dosłowne brzmienie kontraktu. Z zeznań świadków wynika, że bezpośrednim celem umowy nie była sprzedaż produktów, ale ich reklama, promocja, zdobycie nowych klientów, poszerzenie rynku zbytu. Świadczy o tym przede wszystkim to, że powódka dostarczała pozwanej swój towar tylko w ramach akcji promocyjnych. Rabaty, promocje sprawiają, że daną placówkę handlową odwiedza większa liczba klientów, aniżeli w przypadku, gdy towar jest sprzedawany bez rabatu, w związku z tym, z towarem spółki (...) mogła zapoznać się nieograniczona liczba klientów i skorzystać również z oferty powódki zarówno w sieci, jak i w przyszłości. Umowa miała charakter ramowy i była prawnym fundamentem stałej współpracy pomiędzy stronami. Zorganizowanie sieci handlowej i zbywanie towarów powódki docelowym odbiorcom było korzystne dla spółki (...). Również pozwana była zainteresowana uzyskiwaniem jak najlepszych efektów ekonomicznych współpracy, co stanowiło dla dostawcy gwarancję, że będzie ona dążyć do jak najkorzystniejszej sprzedaży dostarczonych towarów. Dostawca towarów, w oparciu o regulacje umowne, budował strukturę handlową przy zaangażowaniu środków innych podmiotów gospodarczych. Pozwana oprócz dystrybucji świadczyła na rzecz powódki usługi promocyjno – marketingowe, mające na celu zwiększyć sprzedaż. Za wykonanie tych usług uzyskiwała wynagrodzenie, które kompensowała z wynagrodzeniem powódki. Istotą transakcji kompensacyjnych jest wymienny charakter świadczeń partnerów, który powstaje na skutek sprzężenia dwóch transakcji: transakcji głównej, polegającej na dostawie towarów i kontrtransakcji, polegającej na wzajemnej dostawie towarów lub usług, kompensującej wartość dostawy głównej.

Strona powodowa wytoczonym powództwem dochodziła roszczenia o zwrot bezprawnie uzyskanych korzyści na skutek dokonania przez (...) S.A. w W. czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., polegającego na pobraniu innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Celem tego przepisu jest wyeliminowanie sytuacji, w której zawarcie umowy sprzedaży zależy od dodatkowego świadczenia pieniężnego po stronie sprzedawcy. Sąd Okręgowy nie miał wątpliwości, że świadczone przez pozwaną usługi nie były narzucone powódce. Umowa o współpracy handlowej przynosiła obopólne korzyści. Opłaty, jakie ponosił spółka (...), związane były z konkretnymi działaniami pozwanej, które z kolei były dokonywane w interesie obu stron. Wynagrodzenie pozwanej nie było stałą kwotą, niezależną od efektów działań marketingowych, ale było proporcjonalne do wielkości jej zaangażowania. Brak działań promocyjnych pozwanej skutkowałyby mniejszą sprzedażą towarów powódki, co z kolei wiązało się z mniejszym wynagrodzeniem pozwanej oraz skutkowało zwrotem niesprzedanego przez nią towaru, ale na koszt dostawcy. Zatem usługi świadczone przez pozwaną miały swoją materialną wartość i nie były fikcyjne, ani pozorne. (...) S.A. w W. faktycznie, a nie jedynie pozornie, prowadziła działania promocyjne towarów spółki (...). Samo niezadowolenie powódki z efektów świadczonych przez pozwaną usług nie może być wyznacznikiem wyczerpania dyspozycji art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Zgodnie z art. 15 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. czynem nieuczciwej konkurencji są działania mające na celu wymuszenie na klientach wyboru jako kontrahenta określonego przedsiębiorcy lub stwarzanie warunków umożliwiających podmiotom trzecim wymuszanie zakupu towaru lub usługi u określonego przedsiębiorcy. Nieuczciwe jest zatem wywieranie takiej presji na innych przedsiębiorcach lub innych uczestnikach obrotu, aby ich wybory rynkowe były zgodne z intencją „wymuszającego”. Dla osiągnięcia tego celu sprawca musi dysponować odpowiednią siłą rynkową. Sąd Okręgowy ustalił, że (...) S.A. w W. nie była istotnym „graczem na rynku” dostarczanego jej przez powódkę rodzaju produktów. Powódka zawarła umowę o współpracy handlowej z pozwaną nie z tej przyczyny, że nie miała innej możliwości dystrybucji towarów, ale dlatego, że chciała poszerzyć swój rynek zbytu. Spółka (...) była jednym z największych importerów drzwi na rynku i korzystała z wielu kanałów dystrybucji swojego towaru, w tym również z rynku tradycyjnego. Zatem nie znajdowała się w sytuacji, która wymuszała na niej dokonanie określonego wyboru rynkowego, a jej towar nie stanowił normalnego asortymentu towarów, jakimi handlowała pozwana. Powódka, którą zgodnie z art. 6 k.c. obciążał ciężar wykazania utrudniania jej przez pozwaną, na skutek pobierania wskazanych opłat, dostępu do rynku, nie udowodniła tej okoliczności, ograniczając się jedynie do twierdzenia, że takie utrudnianie miało miejsce, powołując konkretne przepisy i orzeczenia innych sądów wydane w podobnych sprawach. Nie było zatem podstaw do uznania, iż pozwana popełniła na szkodę powódki czyn nieuczciwej konkurencji, co czyniło powództwo bezzasadnym.

Apelację od powyższego wyroku złożyła powódka, zaskarżając orzeczenie Sądu Okręgowego w całości na podstawie następujących zarzutów:

1. naruszenia przepisów prawa materialnego:

a) art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. poprzez przyjęcie, że:

- pobieranie opłat za działania reklamowe i marketingowe dotyczące produktów stanowiących własność pozwanej nie stanowiło pobierania dodatkowych opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży;

- na powódce ciążył obowiązek wykazania utrudnienia dostępu do rynku w sytuacji pobierania dodatkowych opłat;

b) art. 6 k.c. poprzez przyjęcie, że na pozwanej nie ciążył obowiązek wykazania wykonania swoich rzekomych usług.

2. naruszenia prawa procesowego, mającego istotny wpływ na wynik sprawy:

a) nieważności postępowania, gdyż powodem jest (...) sp. z o.o., a nie oznaczony w pozwie „Syndyk Masy Upadłości (...) sp. z o.o. w upadłości likwidacyjnej w Z.” - a takie oznaczenie nie jest zwykłą omyłką, gdyż powtarza się w tekście wyroku;

b) art. 233 § 1 k.p.c.:

- poprzez naruszenie swobodnej oceny dowodów polegające na bezpodstawnym pominięciu zeznań świadka, tj. K. B., w sytuacji, gdy nie są one sprzeczne z pozostałym materiałem dowodowym, a dostarczają wiedzy o faktach istotnych dla rozstrzygnięcia sprawy;

- poprzez naruszenie swobodnej oceny dowodów polegające na dokonaniu błędnych ustaleń faktycznych, wskutek dowolnej i niewszechstronnej oceny materiału dowodowego, w sposób sprzeczny z zasadami doświadczenia życiowego i nasuwających zastrzeżenia z punktu widzenia zasad logicznego rozumowania, w konsekwencji prowadzących do, następujących błędnych konkluzji, tj.:

- że pobieranie znacznych kwot pieniężnych nie stanowi utrudnienia dostępu do rynku;

- że pozwana wykazała wykonanie swoich usług;

c) art. 328 § 1 k.p.c. - poprzez niewskazanie przyczyn, dla których Sąd I instancji odmówił wiary zeznaniom świadka w osobie K. B.;

d) art. 245 k.p.c. oraz 308 k.p.c. - w związku z przyjęciem do materiału dowodowego niepoświadczonych kserokopii dokumentów w postaci stron katalogów pozwanego oraz potwierdzeń wykonania usług;

e) art. 328 § 2 k.p.c. - w związku z tym, że Sąd I instancji nie ustalił pełnego stanu faktycznego i nie odniósł się w uzasadnieniu wyroku do wszystkich dowodów zaoferowanych przez strony;

f) art. 386 § 4 k.p.c. - w związku z tym, że Sąd I instancji zbadał tylko ograniczony zakres stanu faktycznego i prawnego sprawy, pomijając istotę sprawy.

Wskazując na powyższe zarzuty apelująca domagała się: uchylecia zaskarżonego wyroku w całości i przekazania sprawy Sądowi I instancji do ponownego rozpoznania, z uwzględnieniem kosztów postępowania apelacyjnego wraz z kosztami zastępstwa procesowego, ewentualnie zmiany orzeczenia poprzez uwzględnienie powództwa w całości, jeżeli błędne oznaczenie strony nie powoduje nieważności postępowania, oraz zasądzenie od pozwanej na rzecz powódki kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja nie jest zasadna.

Niezasadny okazał się zarzut nieważności postępowania na skutek oznaczenia przez Sąd Okręgowy w komparycji i sentencji zaskarżonego wyroku jako powoda Syndyka Masy Upadłości (...) sp. z o.o. w upadłości likwidacyjnej w Z., zamiast (...) sp. z o.o. w Z. (obecnie (...) sp. z o.o. w Z.). Powyższy zarzut zdezaktualizował się, bowiem postanowieniem z dnia 22 października 2015 r. (k.496-497) Sąd Okręgowy sprostował oczywistą omyłkę w zaskarżonym wyroku w zakresie oznaczenia strony powodowej, wskazując, iż powódką jest (...) sp. z o.o., a nie Syndyk. Ponieważ powyższe orzeczenie jest prawomocne, to kontroli instancyjnej podlega wyrok w wersji uwzględniającej sprostowanie, co czyni podnoszony zarzut bezprzedmiotowym.

Nietrafne są również zarzuty naruszenia art. 328 § 1 i § 2 k.p.c.

Art. 328 w § 1 k.p.c. określa na czyj wniosek i w jakim terminie złożony Sąd sporządza uzasadnienie wyroku, natomiast § 2 precyzuje, jakie elementy konstrukcyjne uzasadnienie powinno zawierać. Zatem nawet w przypadku ewentualnej zasadności zarzutu o niewskazaniu przyczyn, dla których Sąd I instancji miał odmówić wiary zeznaniom określonego świadka, okoliczność ta nie mogłaby co do zasady stanowić podstawy naruszenia art. 328 § 1 k.p.c. Natomiast, aby postawić w sposób skuteczny zarzut naruszenia art. 328 § 2 k.p.c., wadliwość uzasadnienia musiałaby być na tyle istotna, aby uniemożliwić Sądowi Apelacyjnemu przeprowadzenie kontroli instancyjnej (por. orzeczenia Sądu Najwyższego z dnia 16 października 2009 r., I UK 129/09, LEX nr 558286, z dnia 30 września 2008 r., II UK 385/07, Lex nr 741082 oraz z dnia 26 listopada 1999 r., III CKN 460/98, OSNC 2000/5/100). Natomiast w rozpoznawanej sprawie Sąd Apelacyjny na podstawie uzasadnienia zaskarżonego wyroku był w stanie stwierdzić, jaki stan faktyczny Sąd Okręgowy ustalił i jakie przepisy prawa materialnego do jego oceny zastosował, co umożliwiło przeprowadzenie takiej kontroli. Należy również stwierdzić, iż z natury rzeczy sposób sporządzenia uzasadnienia orzeczenia nie ma wpływu na wynik sprawy, ponieważ uzasadnienie wyraża jedynie motywacje wcześniej podjętego rozstrzygnięcia (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 7 stycznia 2010 r., II UK 148/09, LEX nr 577847).

Sąd Apelacyjny nie uwzględnił również zarzutu naruszenia art. 386 § 4 k.p.c. Zgodnie z art. 386 § 4 k.p.c. Sąd II instancji może uchylić zaskarżony wyrok i przekazać sprawę do ponownego rozpoznania w razie nierozpoznania istoty sprawy przez Sąd I instancji. Na podstawie poglądów dominujących w doktrynie i orzecznictwie przyjąć należy, że nierozpoznanie istoty sprawy odnosi się do roszczenia będącego podstawą powództwa i zachodzi, gdy Sąd I instancji nie orzekł w ogóle merytorycznie o żądaniach stron, zaniechał zbadania materialnej podstawy żądania pozwu albo pominął merytoryczne zarzuty pozwanego. Oceny, czy Sąd I instancji rozpoznał istotę sprawy, dokonuje się na podstawie analizy żądań pozwu i przepisów prawa materialnego, stanowiących podstawę rozstrzygnięcia, nie zaś na podstawie ewentualnych wad postępowania wyjaśniającego. Niewyjaśnienie okoliczności faktycznych istotnych dla rozstrzygnięcia sprawy nie jest równoznaczne z nierozpoznaniem jej istoty (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 22 lipca 1999 r., II UKN 589/98, OSNCP 2000/12/483).

Nie doszło również do naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 245 k.p.c. oraz 308 k.p.c. w związku z „przyjęciem do materiału dowodowego niepoświadczonych kserokopii dokumentów w postaci stron katalogów pozwanego oraz potwierdzeń wykonania usług”. Kserokopie, jakkolwiek nie są dokumentami, są jednak środkami uprawdopodobnienia tego, że oryginalne dokumenty istnieją. W przypadku zaś, gdy okoliczności wskazane w kserokopii nie są kwestionowane przez przeciwnika, powinny one zostać uznane przez Sąd za dowiedzione, jako przyznane lub niezaprzeczone. Dopuszczalna jest sytuacja, w której strona przedkłada odbitkę ksero zamiast właściwego dokumentu, jeżeli strona przeciwna nie kwestionuje tej kserokopii i nie wnosi o dostarczenie dokumentu oryginalnego. W tej sytuacji Sąd może odstąpić od obowiązku zażądania oryginału dokumentu, jeżeli przyjmie, że nastąpiło w ten sposób przyznanie przez stronę przeciwną faktów objętych tą kserokopią (art. 229 k.p.c.), bądź też ich przemilczenie przez stronę przeciwną (art. 230 k.p.c.), co uprawnia Sąd do przyjęcia tych faktów za prawdziwe bez dowodu (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Rzeszowie z dnia 11 kwietnia 2013 r., I ACa 31/13, LEX nr 1313413 i wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 22 grudnia 2005 r., I ACa 540/05, LEX nr 186125).

Niepoświadczony kserokopie gazetki zostały dołączone do sprzeciwu, jak również kserokopie dokumentów w postaci potwierdzenia przez powódkę wykonania usług przez pozwaną (k.248-297). W odpowiedzi na sprzeciw (k.304–314) powódka nie zakwestionowała okoliczności wynikających ze złożonych kserokopii dokumentów (k.311-312), jak również nie zażądała przedstawienia ich oryginałów. Ponadto złożone w formie kserokopii dokumenty potwierdzenia wykonania usług w większości zostały podpisane przez świadka K. B., na wiarygodność zeznań którego powołuje się apelująca.

Wbrew zarzutom apelującej nie doszło także do pominięcia przez Sąd Okręgowy zeznań tego świadka, (które znajdują się w protokole rozprawy na k.331-333). Analiza uzasadnienia zaskarżonego wyroku wskazuje, iż zeznania te stanowiły podstawę poczynionych przez Sąd I instancji ustaleń faktycznych, (po dokonaniu określonych ustaleń zeznania te zostały powołane jako środek dowodowy, stanowiący ich podstawę k.3, 4, 5 i 7 uzasadnienia), ponadto oceniając zebrany w sprawie materiał dowodowy Sąd I instancji stwierdził, że były one przydatne do ustalenia charakteru współpracy stron i ocenił je jako wiarygodne.

Sąd Okręgowy nie naruszył również art. 233 § 1 k.p.c. w wyniku uznania, że pozwana wykazała wykonanie swoich usług promocyjnych i zarządzania budżetem marketingowym, za które pobrała wynagrodzenie. Fakt wykonania przez (...) S.A. w W. przedmiotowych usług Sąd Okręgowy ustalił na podstawie przyznania przez stronę powodową okoliczności wynikających z treści złożonych w formie niepoświadczonych kserokopii dokumentów, tj. gazetki oraz potwierdzeń odbioru wykonania usług, a także zeznań świadka K. B. (k.331-333). Podkreślić należy również, w kontekście zeznań tego świadka oraz kolejnego świadka M. M. (k.369-370), że twierdzenie powódki, iż powyższe usługi miały charakter fikcyjny i były dla niej bezwartościowe, nie znajduje oparcia w prawidłowo ustalonej przez Sąd Okręgowy podstawie faktycznej wyroku.

Prawidłowo także Sąd Okręgowy uznał, iż to na powódce ciążył obowiązek wykazania utrudniania przez stronę pozwaną, na skutek pobierania opłat za sporne usługi, dostępu do rynku. W uzasadnieniu wyroku z dnia 16 października 2014 r., SK 20/12, OTK-A 2014/9/102, Trybunał Konstytucyjny stwierdził, że art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie zawiera adresowanej do Sądu powszechnego normy nakazującej uznać bez dowodu fakt domniemywany w postaci utrudniania dostępu do rynku i przerzucania ciężaru dowodu w tym zakresie na pozwanego. Na gruncie ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji tylko w jednym wypadku prawodawca wprost odstępuje od rozkładu ciężaru dowodu przewidzianego w art. 6 k.c. (art. 18a u.z.n.k.). Wyjątek ten nie odnosi się jednak do czynu z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k..

Z uwagi na powyższe Sąd Apelacyjny stwierdził, że Sąd Okręgowy, do oceny prawidłowo ustalonego stanu faktycznego sprawy, właściwie zastosował art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., dokonując także prawidłowej wykładni tego przepisu.

W uzasadnieniu powołanego powyżej wyroku Trybunał Konstytucyjny stwierdził, iż art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie wyklucza możliwości zawierania umów, których mocą jedna ze stron zobowiąże się do uiszczenia oznaczonej sumy pieniężnej w zamian za świadczenia polegające na reklamie lub szeroko rozumianej promocji towarów albo innego rodzaju świadczenia związanego z transportem, składowaniem lub ekspozycją towaru, który jest przedmiotem umowy sprzedaży, dostawy lub komisji. Tego rodzaju zachowanie przedsiębiorcy o silniejszej pozycji rynkowej nie może zostać zakwalifikowane samo w sobie jako czyn nieuczciwej konkurencji, chyba że in casu zostanie wykazane, iż opłaty utrudniają dostęp do rynku innemu przedsiębiorcy, a ich pobranie było warunkiem zawarcia innej umowy między tymi samymi stronami.

W świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. zakazane są jedynie takie opłaty, gdzie świadczenie po stronie odbiorcy towaru polega wyłącznie na zawarciu umowy z danym dostawcą, a więc nie nakłada na ten podmiot żadnych obowiązków polegających na działaniu, których efekty mają pozytywne oddziaływanie również na sferę ekonomiczną dostawcy. Dla przesądzenia o wystąpieniu deliktu nieuczciwej konkurencji, przewidzianego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., nie ma decydującego znaczenia sama prawna skuteczność towarzyszących umowie sprzedaży porozumień marketingowo-promocyjnych, jeżeli uzyskana przez kupującego opłata oznacza pobranie od sprzedającego innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 25 października 2012 r.,

I CSK 147/12, LEX nr 1231301). Przy ocenie tego, czy dochodzi do pobierania przez odbiorcę towarów opłaty innej niż marża handlowa za przyjęcie towarów do sprzedaży decydujące znaczenie ma handlowy sens takich opłat (tj. w czym interesie je ostatecznie zastrzeżono), w jaki sposób (przy pełnej lub ograniczonej swobodzie negocjacyjnej stron) i jakie ostatecznie inne jeszcze okoliczności ukształtowały faktyczną relację handlową między przedsiębiorcami (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 października 2014 r., I CSK 597/13, LEX nr 1545133).

Możliwe, co do zasady, jest uzależnienie wysokości ceny jednostkowej za usługę od ogólnej wielkości lub wartości obrotu pomiędzy stronami w danym okresie czasowym (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 27 sierpnia 2015 r., I ACa 2074/14, LEX nr 1843223). Taki sposób kształtowania wynagrodzenia nie jest wykluczony, bowiem w sytuacji, gdy obroty dostawcy spadają, wynagrodzenie, które płaci odbiorcy jest odpowiednio mniejsze, co powoduje, że uiszczane opłaty są powiązane ze skutecznością usług.

Także fakt, iż pozwana pobierała opłaty za działania marketingowe i promocyjne, których przedmiotem był towar, stanowiący, w chwili podejmowania tych działań, jej własność nie świadczy jeszcze, iż opłaty te miały charakter niedozwolony w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Ekonomiczne znaczenie podejmowania takich działań nie było bowiem neutralne wobec powódki, skoro, zgodnie z postanowieniami umowy, w przypadku braku sprzedaży towaru podlegał on zwrotowi na rzecz (...) spółki z o.o. i to na jej koszt.

Powódka była jednym z większych dostawców drzwi na polskim rynku, a pozwana mniejszym odbiorcą sieciowym. Spółka (...) miała również zawarte umowy z innymi odbiorcami, a asortyment jej towarów nie był typowy dla (...) S.A. w W.. Rodzaj świadczonych przez pozwaną na rzecz powódki usług został przez strony w sposób jednoznaczny zdefiniowany w załączniku (...) pkt 1.11 w zakresie usługi zarządzania budżetem marketingowym (k.71). Podkreślić należy, iż powódka zamawiała usługi promocyjne o z góry określonej wartości (aneksy nr (...) k.136 i (...) k.146) na kwoty po 50 000 zł, które mogły obejmować m.in. czynności opisane w pkt 1.11 załącznika (...) i były one niezależne od usług przewidzianych w umowie lub innych porozumieniach stron, w szczególności usług w ramach budżetu promocyjnego. Dostarczane produkty były zamawiane wyłącznie pod kątem konkretnych akcji promocyjnych, przy czym rozpoczęcie danej akcji przez pozwaną zawsze wymagało uzgodnienia z powódką. Towar, który nie został zbyty, musiał zostać odebrany przez powódkę na jej koszt. Umowa była opłacalna dla obu stron, co wprost wynika z treści zeznań świadka K. B., który potwierdził tę okoliczność. Marża pozwanej była niska, wprawdzie zyskowość powódki nie była duża, ale wartością dla spółki (...) było utrzymanie klienta i wielkości obrotu. Celem umowy było poszerzenie przez powódkę rynku zbytu poprzez reklamę jej produktów realizowaną przez pozwaną.

Oceniając, czy pobierane przez pozwaną od powódki opłaty miały charakter opłat niedozwolonych, w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., Sąd Apelacyjny miał na uwadze, że:

- 1) świadczone przez pozwaną usługi nie zostały powódcie narzucone (spółka (...) zawarła ze spółką (...) umowę w celu poszerzenia rynku zbytu, chociaż korzystała już z wielu innych kanałów dystrybucji, a pozwana nie wymusiła na niej dokonania konkretnego wyboru rynkowego; ponadto rozpoczęcie każdej akcji promocyjnej było przez pozwaną uzgadniane z powódką)
- 2) umowa o współpracy przynosiła obu stronom korzyści (marża była niska, ale współpraca przynosiła zyski),
- 3) świadczenie usług polegało na podejmowaniu przez pozwaną konkretnych działań, (których rodzaj wynikał z treści załączników i aneksów do umowy),
- 4) usługi były świadczone w interesie zarówno pozwanej, jak i powódki, bo gdyby pozwana nie sprzedała towaru, to podlegałby on zwrotowi na koszt dostawcy,
- 5) wynagrodzenie było uzależnione od efektywności świadczonych usług (brak działań marketingowo - promocyjnych skutkowałby mniejszą sprzedażą, a wysokość wynagrodzenia była uzależniona od wysokości obrotu),
- 6) usługi miały charakter rzeczywisty, a nie pozorny (powódka potwierdziła ich wykonanie).

Po dokonaniu analizy okoliczności rozpoznawanej sprawy Sąd Apelacyjny podzielił stanowisko Sądu Okręgowego, iż nie doszło do popełnienia przez pozwaną na szkodę powódki czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., co czyni zarzut naruszenia powyższe przepisu bezzasadnym.

Uznając apelację za bezzasadną Sąd Apelacyjny na podstawie art. 385 k.p.c. orzekł o jej oddaleniu.

O kosztach procesu za II instancję rozstrzygnięto stosownie do wyniku postępowania odwoławczego, w oparciu o art. 98 § 1 i § 3 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c. i art. 391 § 1 k.p.c. oraz § 6 pkt 6 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, (znajdującego zastosowanie w niniejszej sprawie z mocy § 21 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 22 października 2015 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych), zasądzając od powódki na rzecz pozwanej kwotę 2700 zł. tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego za postępowanie apelacyjne.

Edyta Jefimko Maciej Dobrzyński Bernard Chazan