

*Sygn. akt VI ACa 626/13*

## WYROK

### W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

*Dnia 8 maja 2014 r.*

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

*Przewodniczący - Sędzia SA – Teresa Mróz (spr.)*

*Sędzia SA – Małgorzata Kuracka*

*Sędzia SO (del.) – Aleksandra Kempczyńska*

*Protokolant: – sekr. sąd. Mariola Frąckiewicz*

*po rozpoznaniu w dniu 8 maja 2014 r. w Warszawie*

*na rozprawie*

*sprawy z powództwa (...) Sp. z o.o. Spółka komandytowa w P.*

*przeciwko Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,*

*z udziałem zainteresowanych: E. C. (1), D. S., (...) Sp. z o.o. w Ł., M. J., M. Ś., K. Z., D. Ż.*

*o uznanie za praktyki ograniczające konkurencję i nałożenie kary pieniężnej*

*na skutek apelacji powoda*

*od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*

*z dnia 25 maja 2012 r., sygn. akt XVII AmA 185/10*

**I. oddala apelację;**

**II. zasądza od (...) Sp. z o.o. Spółka komandytowa w P. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 270 (dwieście siedemdziesiąt) złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.**

*Sygn. akt VI A Ca 626/13*

## UZASADNIENIE

Decyzją z dnia 12 maja 2010 r. nr (...) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w punkcie pierwszym decyzji na podstawie art. 11 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów uznał za praktykę ograniczającą konkurencję i naruszającą zakaz określony w art. 6 ust. 1 tej ustawy porozumienie zawarte na krajowym rynku hurtowej sprzedaży odzieży i obuwia dziecięcego pomiędzy (...) Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością” Spółką Komandytową w P. a D. Ż. prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą (...) w S., M. J. prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą Sklep (...) we B., D. S. prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą (...) w M., E. C. (2) prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą (...) w S., (...) Spółką z o. o. w Ł., K. Z. prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą PHU (...) w G., M. Ś. prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą (...) w S., polegające na ustaleniu sztywnych cen odsprzedaży produktów (...) i stwierdził zaniechanie jego stosowania z dniem 5 marca 2010 r. W punkcie drugim decyzji na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji

i konsumentów oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy nałożył kary pieniężne w wysokości: (...) Spółce z o. o. – 46.187 zł, D. S. prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą (...) w M. – 2.7176 zł, E. C. (2) prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą (...) w S. – 1.502 zł, (...) Spółce z o. o. w Ł. – 4.661 zł.

Odwołanie od powyższej decyzji wniosła (...) Spółka z o. o. Podniosła zarzut nieuwzględnienia rzeczywistej woli stron zawierających „umowy o współpracy”, według której „ceny sugerowane”, o których mowa w pkt. II.8 umów nie miały charakteru cen sztywnych, ani minimalnych, a sugerowanych przez producenta cen maksymalnych, zarzut nieuwzględnienia, że z poczynionych przez Prezesa UOKiK ustaleń wynika, że tylko część dystrybutorów przyznała, że stosuje się do treści porozumienia stosując ceny katalogowe, zaś część oświadczyła, że przecena towarów następowała nie tylko w sytuacjach przewidzianych w umowie, co przeczy ustaleniu, że „ceny sugerowane” miały charakter cen sztywnych. Powódka podniosła w odwołaniu również zarzuty naruszenia prawa materialnego: art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegające na wadliwej wykładni tego przepisu poprzez przyjęcie, że w okolicznościach niniejszej sprawy bez znaczenia pozostaje wola stron zawierających „Umowy o współpracy” w sytuacji, gdy Prezes UOKiK ustalił, że w istocie nie było zamiarem (...) oraz jego dystrybutorów zawieranie porozumienia co do ograniczenia konkurencji, art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegające na wadliwym jego zastosowaniu przez przyjęcie, że jest objęte dyspozycją tego przepisu wprowadzenie do umowy cen sugerowanych, będących jednocześnie sugerowanymi cenami maksymalnymi skoro ustalenie sugerowanych cen maksymalnych w żaden sposób nie może być zakwalifikowane jako służące wyeliminowaniu, ograniczeniu lub naruszeniu w inny sposób konkurencji na rynku, art. 8 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegające na jego pominięciu w procesie orzekania. Z ostrożności powódka podniosła zarzut naruszenia art. 106 ust. 1 powyższej ustawy polegające na wymierzeniu powódce kary pieniężnej w wysokości rażąco wygórowanej w szczególności nie uwzględniającej, że intencją (...) nie było zawieranie z dystrybutorami porozumienia antykonkurencyjnego.

Wyrokiem z dnia 25 maja 2012 r. Sąd Okręgowy w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oddalił odwołanie i orzekł o kosztach postępowania.

Orzeczenie powyższe zapadło na podstawie następujących ustaleń faktycznych i rozważań prawnych Sądu Okręgowego:

Powódka w ramach prowadzonej działalności gospodarczej zajmuje się produkcją odzieży i obuwia dziecięcego pod marką (...). W dniu 14 marca 2008 r. powódka zawarła umowę o współpracy z E. C. (2), w dniu 20 lipca 2008 r. w (...) Spółką z o. o. w dniu 5 listopada 2008 r. w K. Z., w dniu 14 października z D. Ż., w dniu 21 października 2009 r. z M. J., w dniu 26 maja 2009 r. z M. Ś.. Powódka zawarła umowę o współpracy z D. S. bez podania daty. Umowy o współpracy zawierały następujące postanowienia:

1. Kupujący zobowiązuje się sprzedawać produkty umowy w sugerowanych przez (...) cenach; po przecenie produktów umowy, o której mowa w pkt. III3b kupujący ma prawo dowolnego ustalania cen zakupionych produktów umowy (pkt II ust. 8 umowy o współpracy),
2. Kupujący jest zobowiązany do wdrożenia systemu elektronicznej wymiany informacji należącej do (...) umożliwiającej (...) kontrolę bieżącej sprzedaży przez kupującego produktów umowy (pkt IV ust. 2 umowy o współpracy).

Jednym z dwóch kanałów dystrybucji produktów powódki objęte były przedsiębiorstwa, z którymi podpisane były umowy o współpracy. Przedsiębiorstwa te określane były przez (...) mianem „agentów”, którzy zobowiązani byli do tego, by w sezonach wiosenno-letnim trwającym od stycznia do czerwca i jesienno-zimowym trwającym od lipca do grudnia utrzymywali ceny katalogowe. Po zakończeniu sezonu dokonywana była przez (...) pięćdziesięcioprocentowa przecena na towar z poprzedniego sezonu i dystrybutor mógł wówczas przełożyć na odbiorców końcowych według własnego uznania. Informacje o przecenach przekazywane były za pośrednictwem systemu elektronicznego. System informacji elektronicznej występował jedynie w kontaktach z partnerami, z którymi podpisane były umowy o współpracy. Istotą tej współpracy było to, by dystrybutorzy ponosili ograniczone do minimum ryzyko handlowe, natomiast zapłata za towar dokonywana była po dokonaniu sprzedaży odbiorcy

końcowemu. System polegał na codziennym raportowaniu informacji dotyczących sprzedaży, w którym podawane były symbol towaru, wysokość ceny sprzedaży oraz zakupu.

Powódka w toku postępowania przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podnosiła, że sugerowane ceny nie były cenami minimalnymi lecz maksymalnymi, powyżej których sprzedaż produktów (...) nie powinna mieć miejsca oraz, że celem powódki było ustalenie, że sprzedaż nie może dokonywać się po cenach wyższych niż ceny sugerowane.

W tych okolicznościach Sąd Okręgowy uznał, że odwołanie powódki nie zasługuje na uwzględnienie.

Sąd Okręgowy wskazując na treść art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na przywołane w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku orzecznictwo zauważył, że jedną z praktyk ograniczających konkurencję jest ustalanie tzw. „cen sztywnych”.

Sąd Okręgowy zgodził się z dokonanymi przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustaleniami, że porozumienie między powódką i uczestnikami zawarte zostało na krajowym rynku hurtowej sprzedaży odzieży i obuwia dziecięcego, ponadto to ustalenie Prezesa nie było przedmiotem zarzutów odwołującej się powódki. Sąd zaakceptował również stanowisko wyrażone w uzasadnieniu decyzji, że cel porozumienia można określić jako wolę jego uczestników wyrażoną w treści określonego dokumentu, jak również to czego strony porozumienia wyraźnie nie określiły w umowie, ale zamierzają osiągnąć. Tym samym istotne jest ustalenie obiektywnego celu porozumienia, nie ma zaś znaczenia subiektywne wyobrażenie jego stron o zamiarach czy motywach zawarcia umowy, zatem by określić jaki był obiektywny cel porozumienia należy wziąć pod uwagę jego literalne brzmienie. W ocenie Sądu Okręgowego z brzmienia postanowień zakwestionowanych przez Prezesa jednoznacznie wynika, że zawarte porozumienie miało charakter antykonkurencyjny, bowiem jego celem było uzyskanie pewności odnośnie wysokości cen stosowanych na każdym etapie dystrybucji. Oznacza to, że swoboda decyzyjna powódki ograniczona została w zakresie ustalania cen detalicznych sprzedaży odzieży i obuwia dziecięcego. Takie ukształtowanie treści umów dystrybucyjnych, zdaniem Sądu Okręgowego, zapewniało powódce kontrolę nad cenami sprzedaży oferowanych produktów stosowanymi przez dystrybutorów, a także poprzez wprowadzenie systemu raportowania, możliwość kontroli przestrzegania przez dystrybutorów treści porozumienia.

Zatem treść umów dystrybucyjnych ograniczała prawo dystrybutorów (...) do samodzielnego ustalania cen detalicznej sprzedaży odzieży i obuwia dziecięcego w ten sposób, że nakładała na dystrybutorów obowiązek kierowania się w tym zakresie sugerowanymi i ustalonymi z góry przez dostawcę sztywnymi cenami katalogowymi. Sąd Okręgowy podkreślił, że poszczególni dystrybutorzy podpisując umowy z powódką zaakceptowali jej warunki w tym również warunek stosowania sztywnych cen katalogowych i w ten sposób przystąpili do porozumienia. Dlatego też bez znaczenia w tych okolicznościach pozostaje okres stosowania tych cen, a więc ograniczenie jego stosowania w sezonie, bowiem poza nim dystrybutorzy mieli swobodę ustalania cen. Wobec powyższego, zdaniem Sądu pierwszej instancji bez znaczenia pozostaje możliwość dowolnego kształtowania ceny przez dystrybutorów w przypadku wyprzedaży, czyli poza sezonem.

Umowy o współpracy wskazują, że celem (...) było stworzenie sieci sklepów sprzedaży produktów, a zawierane umowy miały na celu określenie zasad współpracy.

Odnośnie do podniesionego przez odwołującą się zarzutu naruszenia art. 8 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Sąd Okręgowy wskazał, że zakazu porozumień ograniczających konkurencję nie stosuje się do porozumień, które spełniają kumulatywnie wszystkie określone w tym przepisie przesłanki. Tymczasem w sprawie niniejszej przesłanki te nie zostały spełnione, bowiem odwołująca się wskazała jedynie na zaistnienie przesłanki polegającej na zapewnieniu nabywcy lub użytkownikowi odpowiedniej części wynikających z porozumienia korzyści.

Sąd Okręgowy uznał, że w sprawie zachodzą również przesłanki do wymierzenia kary pieniężnej. Wymierzona powódce kara w wysokości 46.187 zł nie jest karą wygórowaną mając na uwadze to, że stanowi ona jedynie 1% kary maksymalnej możliwej do wymierzenia w tej sprawie zważywszy na przychód powódki.

Apelację od powyższego orzeczenia wywiodła powódka. Zaskarżając wyrok w całości zarzuciła Sądowi Okręgowemu błąd w ustaleniach faktycznych przyjętych za podstawę rozstrzygnięcia polegający na nieuwzględnieniu rzeczywistej woli stron „Umowy o współpracy” i przyjęcie, że ceny „sugerowane” miały charakter cen sztywnych, a nie sugerowanych przez producenta cen maksymalnych, których wysokość mogła być przez dystrybutorów w zasadzie w sposób dowolny ustalana do wysokości cen „sugerowanych”. Powódka podniosła również zarzut, że z poczynionych przez Sąd Okręgowy ustaleń wynika, że tylko część dystrybutorów przyznała, że stosuje ceny katalogowe zgodnie z porozumieniem, natomiast część oświadczyła, że przecena towarów następowała nie tylko w sytuacjach przewidzianych w umowie, co przeczy ustaleniu, że ceny „sugerowane” miały charakter cen sztywnych, zarzut naruszenia prawa materialnego – art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów polegający na wadliwej jego wykładni poprzez przyjęcie, że bez znaczenia pozostaje wola stron zawierających umowy o współpracy, w sytuacji, gdy w istocie nie było zamiarem (...) oraz jego dystrybutorów zawieranie porozumienia ograniczającego konkurencję oraz naruszenia powyższego przepisu polegający na wadliwym jego zastosowaniu poprzez przyjęcie, że dyspozycją tego przepisu jest objęcie wprowadzenie do umowy cen sugerowanych, będących jednocześnie sugerowanymi cenami maksymalnymi.

Powódka z ostrożności podniosła zarzut naruszenia art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegający na wymierzeniu powódce kary pieniężnej rażąco wygórowanej nie biorącej pod uwagę, tego, że nie było zamiarem powódki zawieranie porozumienia antykonkurencyjnego.

W konkluzji apelacji powódka wniosła o zmianę zaskarżonego wyroku przez uchylenie decyzji Prezesa UOKiK lub o zmianę decyzji o znaczne obniżenie wymierzonej apelującej kary pieniężnej ewentualnie o uchylenie zaskarżonego orzeczenia i przekazanie sprawy Sądowi Okręgowemu do ponownego rozpoznania.

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

***Apelacja powódki pozbawiona jest uzasadnionych podstaw prawnych i jako taka podlega oddaleniu.***

Przepis art. 6 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wskazuje, że zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów. Podkreślić należy, że z całokształtu przepisów dotyczących porozumień antykonkurencyjnych wynika, że są to porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie konkurencji na rynku właściwym obejmującym całość lub część terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (art. 6 Ustawy w zw. z art. 1 ust. 2 oraz art. 4 pkt 5 Ustawy). Eliminacja konkurencji oznacza jej całkowite wygaszenie, zarówno w aspekcie konkurencji aktualnej, jak i potencjalnej. Ograniczenie konkurencji nie oznacza jej wyeliminowania, ale stan jej bardzo poważnego zagrożenia wskutek tego, że firmy funkcjonujące na rynku zastępują działania niezależne działaniami skoordynowanymi. Najszerze znaczenie ma termin "naruszenie konkurencji" - oznacza on każde sztuczne zakłócenie warunków konkurencji wynikające ze skoordynowanych działań stron porozumienia.

Cel porozumienia odnoszony jest zarówno w orzecznictwie jak i doktrynie do sfery motywacyjnej stron porozumienia. Cel wiązany jest najczęściej, nie tyle z subiektywnym zamiarem naruszenia konkurencji, co raczej z zamiarem osiągnięcia określonych skutków, które to skutki mogą mieć antykonkurencyjny wymiar. Oznacza to, że nawet jeżeli strony porozumienia nie mają świadomości bezprawności swoich działań, czy wręcz działają w dobrej wierze, ale analiza treści porozumienia pozwala na przyjęcie, że celem jego zawarcia było naruszenie konkurencji, porozumienie takie kwalifikowane jest jako sprzeczne z prawem.

W tym kontekście nie można uznać za trafne stanowisko powódki, że przy ocenie, czy konkretne porozumienie jest porozumieniem sprzecznym z prawem nie można pomijać rzeczywistej woli stron takiego porozumienia. Zasadnicze bowiem znaczenie ma treść samego porozumienia i skutki, jakie mogą z niej wynikać.

Zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest ustalanie cen sprzedaży lub cen odsprzedaży towarów. Porozumienia tego typu (tzw. porozumienia cenowe) mogą być zawierane zarówno przez przedsiębiorców działających na tym samym szczeblu obrotu (i to zarówno po stronie popytu, jak i podaży), jak i przez przedsiębiorców działających na różnych szczeblach obrotu. Porozumienia cenowe zaliczają się do najcięższych naruszeń przepisów prawa konkurencji (tzw. hard-core restrictions), a tym samym prawie zawsze są one sprzeczne z prawem. Zakaz obejmuje ustalenie cen "wprost" (przy czym chodzić może zarówno o ceny sztywne - ustalone na określonym poziomie, jak i o ceny minimalne, czy o ustalenie pewnych wiążących uczestników rynku przedziałów cenowych), ale objęte są nim również wszelkie porozumienia dotyczące pewnych składników ceny (np. porozumienia odnośnie do wielkości przyznawanych rabatów, porozumienia dotyczące stawek roboczogodziny czy też porozumienia dotyczące elementów przyjmowanych do kalkulacji ceny). Niedopuszczalne jest również jakiegokolwiek inne ograniczenie swobody prowadzenia polityki cenowej (np. poprzez przyjęcie ustalenia, że ceny nie będą zmieniane bez zgody konkurentów, czy też że zmiany ceny będą zawsze poprzedzone publicznym ogłoszeniem nowego cennika z określonym wyprzedzeniem). Zakazane są również porozumienia co do tych aspektów prowadzonej działalności gospodarczej, które mają przełożenie na ceny (np. porozumienie odnośnie do warunków udzielanej gwarancji czy też odnośnie do braku odpłatności za usługi dodatkowe).

By odnieść się do zarzutu powódki dotyczącego bezpodstawnego ustalenia przez Sąd Okręgowy, że ceny „sugerowane”, o jakich mowa w umowach o współpracy miały charakter cen sztywnych, a nie sugerowanych przez producenta cen maksymalnych, należy dokonać analizy treści tych zapisów umów w kontekście cen maksymalnych i sztywnych. Zgodnie z umowami kupujący, a więc dystrybutorzy zobowiązali się sprzedawać produkty umowy w sugerowanych przez (...) cenach, natomiast po przecenie produktów umowy mieli prawo dowolnego ustalania cen zakupionych produktów umowy. Cena maksymalna towaru to cena, która nie może zostać przekroczona przez żadną ze stron porozumienia. W doktrynie przyjmuje się, że tego rodzaju porozumienia są korzystne dla konsumentów (nabywców towarów), gdyż prowadzą do utrzymywania niskich cen detalicznych towarów lub nawet do ich obniżenia. Skłaniają także przedsiębiorców (dystrybutorów) do podnoszenia efektywności działania przez obniżanie kosztów - wzrost ich zysków nie jest bowiem możliwy przez zwiększenie cen odsprzedaży towarów, z uwagi na istnienie cen maksymalnych. W konsekwencji więc istnienie tego rodzaju porozumień może eliminować z rynku nieefektywnych dystrybutorów. **Porozumienia te nie wyłączają konkurencji cenowej między dystrybutorami, którzy mogą dowolnie kształtować ceny, z zastrzeżeniem jednak, aby nie przekroczyły one maksymalnego pułapu.** Wertykalne porozumienia ustalające ceny maksymalne przynoszą zatem gospodarce i konsumentom znacznie więcej korzyści niż negatywnych zjawisk.

Z kolei ceną sztywną jest cena o określonej wysokości, w tym przypadku przedsiębiorca nie może zbyć towaru ani po cenie niższej, ani wyższej niż ustalona.

Mając powyższe na uwadze nie sposób podzielić stanowiska powódki, że ceny sugerowane, o jakich mowa w umowach są sugerowanymi cenami maksymalnymi, skoro dystrybutorzy mieli prawo swobodnego ustalania cen dopiero po dokonaniu przeceny produktów przez producenta.

Ponadto w niektórych wypadkach, jakkolwiek porozumienia wertykalne mające na celu ustalenie cen maksymalnych czy rekomendowanych nie są, co do zasady, zakazane, jednakże w doktrynie podkreśla się również w takich przypadkach również dochodzi do ograniczenia konkurencji - jeśli ograniczenie to utożsami się z ograniczeniem swobody decyzyjnej stron w zakresie ustalania cen. Z taką sytuacją mamy do czynienia w niniejszej sprawie zważywszy na treść zakwestionowanego zapisu umownego.

Status ceny minimalnej lub sztywnej będzie należało przypisywać także zaleceniom cenowym lub cenom maksymalnym, które tylko pozornie mają charakter niewiążącego zalecenia (lub ceny maksymalnej). Pozorność

taka ma miejsce, gdy strony (jedna ze stron) stosują różnego rodzaju formy nacisku lub inne bodźce (zwłaszcza ekonomiczne), które prowadzą do tego, że cena maksymalna lub zalecana de facto jest ceną minimalną lub sztywną.

W tym kontekście należy zwrócić uwagę na drugi z zakwestionowanych zapisów umów o współpracy, zgodnie z którym kupujący zobowiązali się do wdrożenia systemu elektronicznej wymiany informacji należącej do (...) umożliwiającej (...) kontrolę bieżącej sprzedaży przez kupujących produktów umowy.

Bez znaczenia dla oceny, czy w sprawie doszło do zawarcia niedozwolonego porozumienia cenowego pozostaje fakt, że tylko część dystrybutorów stosowała się do treści porozumienia, a część dokonywała przeceny produktów nie tylko w sytuacji przewidzianej porozumieniem. Nie świadczy to, wbrew stanowisku powódki, o tym, że ceny ustalone w porozumieniu były sugerowanymi cenami maksymalnymi. Dowodzi to jedynie tego, że niektórzy z dystrybutorów mimo podpisania porozumienia nie stosowało się do niego.

W tych okolicznościach nie zasługuje na akceptację zarzut naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 6 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podobnie niezasadny jest zarzut naruszenia art. 106 ust. 1 powyższej ustawy.

Mając na uwadze, że kara pieniężna, do wymierzenia której uprawnia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów powyższy przepis może osiągnąć wysokość 10% przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, to wymierzenie powódce kary w wysokości 1% kary maksymalnej nie można uznać za zbyt wygórowanie tej kary, zważywszy, że porozumienie cenowe, którego inicjatorem była powódka należy do najcięższych niedozwolonych porozumień.

***Mając powyższe na uwadze, Sąd Apelacyjny na podstawie art. 385 k.p.c. orzekł jak w sentencji wyroku. O kosztach postępowania apelacyjnego rozstrzygnięto na podstawie art. 108 § 1 k.p.c. w zw. z art. 98 § 1 i 3 k.p.c. stosownie do jego wyniku.***