

Sygn. akt IACa 1552/12

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 5 czerwca 2013 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący – Sędzia SA Katarzyna Polańska – Farion

Sędzia SA Maciej Dobrzyński (spr.)

Sędzia SO (del.) Paulina Aslanowicz

**Protokolant st. sekr. sąd. Ewelina Borowska**

po rozpoznaniu w dniu 5 czerwca 2013 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa I. R.

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 26 września 2012 r., sygn. akt XVI GC 102/12

**1. uchyla zaskarżony wyrok w punkcie pierwszym co do odsetek ustawowych od kwoty 26.728,79 zł (dwadzieścia sześć tysięcy siedemset dwadzieścia osiem złotych siedemdziesiąt dziewięć groszy) za okres**

**od dnia 29 października 2010 r. do dnia 28 października 2011 r. i w tym zakresie umarza postępowanie;**

**2. oddala apelację w pozostałej części;**

**3. zasądza od (...) Budowlany spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. na rzecz I. R. kwotę 2.054 (dwa tysiące pięćdziesiąt cztery) zł tytułem zwrotu kosztów w postępowaniu apelacyjnym.**

IACa 1552/12

## UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 28 października 2011 r. I. R. wniosła o zasądzenie od (...) Budowlany sp. z o.o. z siedzibą w W. kwoty 26.788,79 zł z ustawowymi odsetkami od dnia 29 października 2011 r. do dnia zapłaty oraz kosztami procesu, w tym kosztami zastępstwa procesowego w kwocie 2.400 zł.

W dniu 2 stycznia 2012 r. Sąd Okręgowy w Warszawie wydał nakaz zapłaty w postępowaniu upominawczym, uwzględniający w całości żądanie strony powodowej.

W sprzeciwie od powyższego nakazu zapłaty pozwany wniósł o odrzucenie pozwu co do kwoty 25.011,76 zł i oddalenie powództwa w pozostałym zakresie, albo oddalenie powództwa w całości, a także o zasądzenie na jego rzecz kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Postanowieniem z dnia 18 maja 2012 r. Sąd Okręgowy w Warszawie oddalił wniosek strony pozwanej o odrzucenie pozwu.

Wyrokiem z dnia 26 września 2012 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zasądził od (...) Budowlany sp. z o.o. z siedzibą w W. na rzecz I. R. kwotę 26.728,79 zł z ustawowymi odsetkami od dnia 29 października 2010 r. od dnia zapłaty (pkt I), oddalił powództwo w pozostałym zakresie (pkt II) oraz zasądził od pozwanego na rzecz powódki kwotę 3.869 zł tytułem zwrotu kosztów procesu, w tym kwotę 2.400 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego (pkt III).

***Sąd I instancji oparł swoje rozstrzygnięcie na następujących ustaleniach faktycznych oraz rozważaniach prawnych:***

Do spółki (...) sp. z o.o. z siedzibą w W. (dalej jako S.) należą markety, zaś (...) sp. z o.o. z siedzibą w W. (dalej jako O.) jest spółką, która zarządza pozostałymi spółkami, w tym pozwaną, i jest dla nich spółka serwisową. W 2007 r. O. wysłało do I. R. zapytanie o ofertę. Taką ofertę powódka wysłała i została zaproszona na rozmowę. W wyniku tego, w dniu 12 czerwca 2007 r., pomiędzy S. a I. R. doszło do zawarcia umowy o współpracy handlowej, przedmiotem której była współpraca pomiędzy stronami w zakresie sprzedaży w marketach należących do sieci O. towarów zakupionych od sprzedawcy. Umowa została zawarta na czas oznaczony jednego roku, począwszy od dnia 1 stycznia 2007 r. Czas trwania umowy miał ulec automatycznie przedłużeniu o kolejne okresy roczne, o ile kupujący lub sprzedawca nie poinformuje pozostałych stron, najpóźniej na 3 miesiące przed upływem danego okresu rocznego trwania umowy, że nie zgadza się na takie przedłużenie. W załączniku nr 4 minimalna wartość zamówienia określona została na 1.500 zł.

W dniu 28 lutego 2008 r. pomiędzy stronami została zawarta umowa o świadczenie usług, na podstawie której pozwany zobowiązał się świadczyć na rzecz powódki usługi intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od powódki, a powódka zobowiązała się wypłacać S. wynagrodzenie. Usługi obejmować miały: ekspozycję towarów nabytych od powódki na terenie marketów O. celem zwiększenia ich sprzedaży, udzielania klientom szczegółowych informacji i wyjaśnień w zakresie użyteczności, właściwości i parametrów technicznych oraz jakościowych towarów nabytych od powódki, zapewnienie optymalnego dostępu klientów do towarów nabytych od powódki w marketach O., prowadzenie innych czynności zmierzających do intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od powódki. Wysokość wynagrodzenia za świadczone usługi uzależniona była od wartości łącznego obrotu między powódką a zleceniobiorcami towarami powódki w cenach netto, ustalonego według stanów magazynowych O., zrealizowanego w danym okresie rozliczeniowym. Stawka wynagrodzenia wynosiła: a) przy łącznym obrocie od 0 do 20.000 zł - 11%, b) przy łącznym obrocie od 20.000 zł - 12%. W przypadku przekroczenia w ciągu kwartału rozliczeniowego kolejnego progu stawki wynagrodzenia określonego w punkcie b, kwota wynagrodzenia na koniec danego kwartału rozliczeniowego zostać miała obliczona na nowo przy uwzględnieniu nowej stawki i obrotu zrealizowanego od początku roku do dnia obliczenia. Wynagrodzenie powiększone miało być o kwotę podatku VAT 22%. Wynagrodzenie miało być naliczane i wypłacane za okresy kwartalne z dołu. Zapłata wynagrodzenia mogła następować w formie potrąceń z wierzytelnościami powódki z tytułu sprzedaży towarów. Zgodnie z § 6, umowa obowiązywała od dnia 1 stycznia 2008 r. na czas nieoznaczony.

W dniu 1 stycznia 2009 r. strony zawarły kolejną umowę o współpracy handlowej, przedmiotem której była także współpraca pomiędzy stronami w zakresie sprzedaży i dostawy do marketów należących do sieci O. towarów sprzedawcy. Umowa została zawarta na czas nieoznaczony i weszła w życie z dniem 1 stycznia 2009 r. W załączniku nr 8 minimalna wartość zamówienia określona została na 1.500 zł.

W dniu 10 czerwca 2009 r. pomiędzy stronami została zawarta umowa o świadczenie usług, na podstawie której pozwany zobowiązał się świadczyć na rzecz powódki usługi intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od powódki, a powódka zobowiązała się wypłacać S. wynagrodzenie. Usługi obejmować miały: ekspozycję wzorów,

próbek towarów nabytych od powódki na terenie marketów zleceniobiorców celem zwiększenia ich sprzedaży, świadczenie usług informacyjno-doradczych w stosunku do towarów powódki, których celem miało być dostarczanie powódce, nie częściej niż raz na kwartał, informacji, danych dotyczących towarów (klientów) towarów powódki, w szczególności przygotowanie analizy pozycji towarów powódki na rynku lokalnym (ogólnopolskim) z uwzględnieniem grup klientów, preferencji klientów, konkurencji na rynku lokalnym (ogólnopolskim), zapewnienie optymalnego dostępu klientów do towarów nabytych od powódki w marketach zleceniobiorców przez przedstawienie towarów w sposób odpowiadający potrzebom klientów w oparciu o posiadaną przez zleceniobiorców wiedzę odnośnie do preferencji klientów i sposobu podejmowania przez klientów decyzji dotyczących zakupu towarów, udostępnianie na żądanie powódki kwartalnych statystyk sprzedaży jej towarów, a w szczególności monitorowanie i przygotowywanie kwartalnych analiz i statystyk o sprzedaży poszczególnych towarów powódki w danym kwartale lub z podziałem na poszczególne miesiące kwartału w odniesieniu do pojedynczych marketów. Pozwany, kierując się posiadanym doświadczeniem w zakresie świadczenia usług będących przedmiotem umowy, samodzielnie dokonywać miał wyboru sposobu i środków koniecznych do wykonania umowy. W przypadku braku innych pisemnych uzgodnień między stronami, powódka była zobowiązana do dostarczenia w celu wykonania usług wzorów, próbek oraz materiałów fotograficznych i innych materiałów informacyjnych dotyczących towarów i osoby powódki. Okresem rozliczeniowym miał być każdy kwartał w danym roku kalendarzowym. Wysokość wynagrodzenia za świadczone usługi uzależniona była od wartości łącznego obrotu między powódką a zleceniobiorcami towarami powódki w cenach netto, zrealizowanego w danym okresie rozliczeniowym. Stawka wynagrodzenia wynosiła: a) przy łącznym obrocie od 0 do 20.000 zł - 11%, b) przy łącznym obrocie od 20.000 zł - 12%. W przypadku przekroczenia w ciągu kwartału rozliczeniowego kolejnego progu stawki wynagrodzenia określonego w punkcie b, kwota wynagrodzenia na koniec danego kwartału rozliczeniowego zostać miała obliczona na nowo przy uwzględnieniu nowej stawki i obrotu zrealizowanego od początku roku do dnia obliczenia. Wynagrodzenie powiększone miało być o kwotę podatku VAT 22%. Formą rozliczenia wynagrodzenia z tytułu świadczenia usług było potrącenie z wierzytelnościami powódki z tytułu współpracy handlowej. Zgodnie z § 5 ust. 1, umowa obowiązywała od dnia 1 stycznia 2009 r. na czas nieoznaczony.

Współpraca pomiędzy stronami trwała w latach 2007-2009 i polegała na dostawie przez powódkę zniczy do marketów O.. Zawieranie umów odbywało się w ten sposób, że osoba od pozwanego wybierała znicze i była ustalana cena, która w zasadzie była narzucona przez O.. Przed ustaleniem cen nie było w ogóle mowy o dodatkowych opłatach. Powódka była zmuszona przyjąć dodatkowe warunki, aby kontynuować współpracę, gdyż wypowiedziała warunki współpracy R. i M. gdzie te opłaty były dużo większe, dochodziły nawet do 20%, a liczył się każdy rynek zbytu, gdyż miała kredyty na maszyny i urządzenia, a nadto zatrudniała ludzi. Na kolejnych spotkaniach było powiedziane, że inni płacą więcej. Umowy o świadczenie usług powódka otrzymywała kilka miesięcy po rozmowach.

W toku współpracy powódka próbowała wstawić nowy asortyment, żeby ceny były dla niej korzystniejsze, ale niewiele dało się zrobić. Powtarzano jej, że jest inny dostawca, który taki sam znicz daje za taką cenę, a nawet niższą (zeznania powódki I. R. k. 225).

W toku współpracy pozwany wystawił na rzecz powódki następujące faktury VAT:

- fv nr (...) z dnia 7 października 2008 r. na kwotę 20.228,84 zł z tytułu usługi intensyfikacji sprzedaży w III kwartale 2008 r., która została potrącona przez pozwanego oświadczeniem z dnia 28 października 2008 r. i przelewem z dnia 30 października 2008 r. (data księgowania);

- fv nr (...) z dnia 7 stycznia 2009 r. na kwotę 4.782,92 zł z tytułu usługi intensyfikacji sprzedaży w IV kwartale 2008 r., która została potrącona przez pozwanego oświadczeniem z dnia 25 lutego 2009 r. i przelewem z dnia 26 lutego 2009 r. (data księgowania);

- fv nr (...) z dnia 7 kwietnia 2009 r. na kwotę 1.848,70 zł z tytułu usługi intensyfikacji sprzedaży w I kwartale 2009 r., wraz z fakturą korygującą nr (...) z dnia 5 sierpnia 2009 r. na kwotę 131,67 zł, obniżająca wartość faktury podstawowej

z kwoty 1.848,70 zł do kwoty 1.717,03 zł, która została potrącona przez pozwanego oświadczeniem z dnia 23 lutego 2010 r. i przelewem z dnia 25 lutego 2010 r. (data księgowania).

Powyższych opłat dostawca dokonał w związku z udziałem w akcji promocyjnej, w katalogu i akcji telewizyjnej. Rozliczenia pomiędzy stronami odbywały się przez potrącenia, opłaty za usługi były potrącane z należności powódki za dostarczony towar.

Towar, który powódka dostarczała, był umieszczany wyłącznie w gazetkach. W szczególności powódka nie brała udziału w katalogu, czyli specjalnym wydaniu mocno poszerzonej gazetki w specjalnej oprawie, z mocną dystrybucją na cały kraj, wydany na ładnym papierze, ze specjalną szatą graficzną i oprawą. Powódka nie brała również udziału w akcji telewizyjnej. Natomiast akcja gazetkowa polega na tym, że kupiec z O. wybierał produkty dostawców lub dostawcy, które będą pokazane na zdjęciu w określonym terminie w gazetce promocyjnej. Taka gazetka ukazuje się co około 2 tygodnie i na około 2 miesiące przed każdą gazetką są spotkania, w którym uczestniczą przedstawiciel zarządu i wybrani dyrektorzy marketów oraz kupiec z O.. Powódka nie miała żadnego wpływu na to, w którym miejscu w gazetce znajdzie się dostarczony przez nią towar, o tym decydował kupiec O., zaś dostawca był jedynie informowany, że jego towar znajdzie się w gazetce. Do dostawcy wysyłane jest potwierdzenie promocji. W takim potwierdzeniu O. wskazywało, które znicze będą brały udział w promocji i w jakim terminie. Dostawca mógł się nie zgodzić na takie potwierdzenie promocji. Udział w promocji był potwierdzany przez powódkę, z tym, że było to z puli wcześniej zamówionej danego znicza, nie dodatkowej. Znicze nie były oznaczane, że ich dostawcą jest powódka. Jedynie napisem „Promocja” są oznaczane artykuły, które znajdują się w gazetce. W O. i u pozwanego nie ma cennika takich usług. Znicze były wystawiane w strefie kas. Jednak normalnie w sezonie sprzedaż zniczy odbywa się w strefie kas, tam są umieszczane znicze wszystkich dostawców. W sezonie, tj. w miesiącach wrzesień–październik, a w zasadzie w październiku, przesuwa się z tej strefy towary, które są tam normalnie, a wstawia się tam znicze. Niezależnie od tego, czy znicze znajdują się w gazetce promocyjnej, wszystkie są ustawione w strefie kas, tylko że znicze, które znajdują się w gazetce, są specjalnie oznaczone jako promocja. Powódka nie miała jednak wpływu na to, w którym miejscu znajdują się jej znicze.

Gdy w trzecim roku współpracy, po analizie z księgową, okazało się po przeliczeniu, że praktycznie cały dochód zabiera sieć, w następnej ofercie powódka doliczyła ponoszone opłaty i jej oferta została odrzucona jako zbyt droga i na tym strony skończyły współpracę.

W okresie współpracy z pozwanym powódka współpracowała również z innymi sieciami, zaś w 2007 r. z siecią R., z którą miała kontrakt na trzy lata i umówiła się na współpracę bez opłat. W 2009 r., jak zakończyła współpracę z O., powódka zaczęła współpracę z S., gdzie nie było żadnych opłat i nie ma do tej pory, podobnie z E. L..

Pismem z dnia 24 października 2011 r. powódka wezwała S. do zapłaty do dnia 28 października 2011 r. kwot objętych ww. fakturami tytułem zwrotu opłat za dopuszczenie do sprzedaży. Ponieważ jednak pozwany nie uiścił tej kwoty, I. R. wystąpiła z niniejszym powództwem.

Sąd Okręgowy uznał, że roszczenie dochodzone przez stronę powodową było zasadne niemal w całości.

Odnosząc się w pierwszej kolejności do oddalenia wniosku strony pozwanej o odrzucenie pozwu, Sąd I instancji wskazał, że zarzut ten wynikał z faktu, że w umowie z dnia 28 lutego 2008 r., w jej § 7, znalazł się zapis, iż wszelkie spory z niej wynikające lub z nią związane mają być rozwiązywane polubownie, a gdy nie będzie to możliwe, spór taki zostanie poddany pod rozstrzygnięcie Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie, według regulaminu tego Sądu. Sąd Okręgowy zauważył jednak, że na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t. jedn. Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.; dalej jako u.z.n.k.) strona może - niezależnie od innych roszczeń wynikających z umowy - dochodzić zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. W konsekwencji, przyjęcie, że zapis na sąd polubowny obejmuje także, chociaż tylko pośrednio, związane z zawartymi umowami roszczenia wynikające z czynów nieuczciwej konkurencji, byłoby sprzeczne z wymaganiem dostatecznego oznaczenia przedmiotu takiego zapisu, o którym mowa w art. 1161 § 1 k.p.c. Przedmiotowy zapis na sąd polubowny nie objął sporów wynikających z

u.z.n.k., a jedynie z umowy o świadczenie usług, a jej cechą nie jest (przynajmniej z teoretycznego założenia) pobranie tzw. opłaty półkowej.

Sąd I instancji wskazał, że w sprawie bezsporne było, że strony łączyły umowy o współpracy handlowej, na podstawie których powódka dostarczała do 2009 r. do sieci handlowej pozwanego towary. Przedmiotem tych umów było uregulowanie zasad szeroko rozumianej współpracy handlowej w zakresie dostaw towarów realizowanych przez powódkę do placówek handlowych oraz usług świadczonych przez zamawiającego w związku z obrotem tymi towarami.

Przedmiotowe umowy miały charakter ramowych umów sprzedaży w rozumieniu art. 535 k.c. Ponadto strony zawierały dodatkowe umowy dotyczące różnego rodzaju świadczeń, jakie spełniać miał pozwany na rzecz powódki, zwanych usługą intensyfikacji sprzedaży, co samo w sobie jest dozwolone w świetle art. 353<sup>1</sup> k.c.

Powództwo dotyczyło opłat, zwanych ogólnie „opłatami półkowymi”, o jakich mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Zgodnie z tym przepisem, czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w tym pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Sąd I instancji wskazał, że na kwotę dochodzoną pozwem składały się następujące kwoty: 20.228,84 zł (z faktury VAT nr (...)), 4.782,92 zł (z faktury VAT nr (...)), 1.717,03 zł (z faktury VAT nr (...), która opiewała początkowo na kwotę 1.848,70 zł, ale fakturą korygującą nr (...) została obniżona o kwotę 131,67 zł). Ich suma wynosi 26.728,79 zł, jednak powódka dochodziła zapłaty kwoty 26.788,79 zł, co było wynikiem wpisania nieprawidłowej kwoty z faktury VAT nr (...), o 60 zł wyższej. W tej sytuacji powództwo, co do kwoty 60 zł, nie zasługiwało na uwzględnienie.

Celem uregulowania zawartego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. było zapobieżenie sytuacji, w której zawarcie umowy dostawy lub sprzedaży jest uzależnione od pieniężnego świadczenia dodatkowego dostawcy, szczególnie w relacjach z silniejszymi przedsiębiorcami, dysponującymi znacznym potencjałem ekonomicznym i silną pozycją kontraktową. Na gruncie tego przepisu zakazane jest zatem pobieranie takich świadczeń, które nie znajdują uzasadnienia w świadczeniach kupującego, innych niż te, których obowiązek wypełnienia wynika z umowy sprzedaży czy dostawy.

W granicach swobody określonej w art. 353<sup>1</sup> k.c. możliwe jest kreowanie stosunków, w których prawa i obowiązki właściwe umowie dostawy bądź sprzedaży będą obejmowały dodatkowe elementy lub obok takich umów zostaną zawarte dodatkowe umowy, które obejmować będą dodatkowe świadczenia kupującego na rzecz sprzedawcy. Dla rozważenia zasadności roszczenia istotne było zatem stwierdzenie, czy w ramach tych dodatkowych postanowień umownych została zachowana ekwiwalentność świadczeń i czy za uiszczone przez powódkę opłaty pozwany wykonał na jej rzecz świadczenia, za które pobrał wynagrodzenie.

Sąd I instancji wskazał, że przepis art. 15 ust. 1 u.z.n.k. został tak sformułowany, że czyny wymienione w punktach od 1 do 5 stanowią egzemplifikację „utrudniania dostępu do rynku”. Innymi słowy, ustawodawca założył, że czyny te zawsze powodują utrudnianie dostępu do rynku, a tym samym, w przypadku stanu faktycznego objętego hipotezą normy art. 15 ust. 1 pkt 4, nie jest konieczne jednoczesne dowodzenie, że w wyniku tego czynu nastąpiło utrudnienie dostępu do rynku. W świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. bez znaczenia pozostawała również okoliczność czy sprzedawca mógł zbyć te towary innym kupującemu, oraz czy zbycie towarów przedsiębiorcy pobierającemu takie opłaty jest mniej czy bardziej opłacalne ekonomicznie dla sprzedającego, niż zbycie innemu przedsiębiorcy. Brak utrudniania dostępu do rynku nie polega na tym, że sprzedawca ma ewentualnie możliwość nawiązania współpracy z innym podmiotem. Utrudnianie to odnosi się do możliwości zawierania kontraktów z poszczególnymi podmiotami prowadzącymi sklepy, w tym sieci sklepów, co wpływa na dostęp do finalnego odbiorcy towarów lub usług. Innymi słowy, utrudnianie dostępu do rynku odnieść należy do tego, czy podmiot prowadzący sklep uzależnia współpracę od konieczności ponoszenia przez sprzedawcę dodatkowych obciążeń, których w normalnym toku rzeczy nie powinien on ponosić, a w odniesieniu do których nie można mówić o świadczeniach ekwiwalentnych na rzecz tego sprzedawcy.

Sąd Okręgowy wskazał, że obowiązkiem sądu rozstrzygającego o popełnieniu czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest ustalenie zasad i mechanizmu wnoszenia opłat za poszczególne usługi (np. marketingowe, promocyjne), a więc dokonanie ustaleń i wszechstronnej analizy stosunków prawnych pod kątem możliwości uznania, że zastrzeżone opłaty wprowadzone zostały tylko za to, że towary dostawcy zobowiązanego do ich uiszczenia, znajdują się w sprzedaży w sieci handlowej nabywcy. Sąd dokonuje odrębnej oceny każdej z nich, pod kątem możliwości ich traktowania jako inne niż marża handlowa opłaty za dopuszczenie towaru do sprzedaży, uwzględniając przy tym siłę rynkową stron i możliwość jej nadużywania przez jedną z nich, postanowienia łączącej strony umowy o współpracy handlowej, możliwość zawarcia umowy sprzedaży towaru bez korzystania z usług, realną wartość usług oferowanych przez nabywcę i ich wykonywanie. Istotne są zatem okoliczności zawarcia umowy, jej zmiany, sposób prowadzenia negocjacji, realny wpływ dostawcy na zastrzeżenie obowiązku i wysokość opłat, sposób ich określenia, a także wykonywanie usług, ich ekonomiczna wartość dla dostawcy, w porównaniu z kosztami jakie sam musiałby ponieść, gdyby we własnym zakresie wykonywał podobne działania marketingowe, promocyjne, czy reklamowe.

Samodzielną podstawę dochodzenia zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży stanowi art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. Nie ma konieczności odwoływania się do koncepcji nieważności umowy i konsekwencji z tym związanych, gdy istnieje samodzielna podstawa prawna wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści. Wykładnia celowościowa wskazanego przepisu przemawia za możliwością pozbawienia podmiotu popełniającego czyn nieuczciwej konkurencji uzyskanych z tego tytułu korzyści, bez potrzeby poszukiwania jakichś innych, ogólnych rozwiązań. Przepis zawiera jedynie odesłanie do „zasad ogólnych” dotyczących bezpodstawnego wzbogacenia (tj. istnienie przesunięcia majątkowego, okoliczności wyłączające zwrot bezpodstawnie uzyskanych korzyści etc.). Fakt popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji zastępuje przesłankę braku podstawy prawnej, o której mowa w art. 405 k.c. Gdy chodzi zaś o badanie, czy uzyskujący korzyść jest nadal wzbogacony, rozważenia wymaga, czy istniał po jego stronie obowiązek liczenia się z obowiązkiem zwrotu korzyści.

W świetle powyższego, zdaniem Sądu I instancji, dla oceny zasadności powództwa I. R. - opartego na art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. - istotne było ustalenie okoliczności, w jakich doszło do zawierania poszczególnych umów o świadczenie usług, które stanowiły podstawę pobrania spornych kwot, a przede wszystkim, czy powódka miała faktyczny wpływ na ich treść, jak podnosiła strona pozwana, czy też były one jednostronnie formułowane przez pozwanego i zostały powódce przez niego narzucone, jak podnosiła strona powodowa.

Opierając się na zgromadzonym materiale dowodowym Sąd Okręgowy stwierdził, że warunki współpracy zostały powódce narzucone. Świadczyły o tym przede wszystkim zeznania samej I. R., którym Sąd dał wiarę, jako że były logiczne, spójne i konsekwentne, zgodne z innym materiałem dowodowym zebrany w sprawie i nie zostały podważone przez pozwanego żadnym dostępnym środkiem dowodowym. Powódka postawiona została zatem przed alternatywą: albo zawrze umowę o określonej, ustalonej przez pozwanego treści, albo współpraca nie zostanie nawiązana, ewentualnie nie będzie kontynuowana. Było to więc wybór pozorny, który nie miał nic wspólnego z zasadą swobody zawierania umów. Uzasadnione było zatem twierdzenie, że powódka zmuszona była zaakceptować narzucone przez pozwanego warunki umów, jeżeli chciała z nim współpracować.

Sąd I instancji zwrócił uwagę, że w umowach strony nie uzgodniły wymiaru, w jakim usługi miały być świadczone oraz ile konkretnych działań w danym okresie pozwany zobowiązany był wykonać na rzecz powódki. Co więcej, w umowie z dnia 10 czerwca 2009 r. znalazł się zapis, że pozwany, kierując się posiadany doświadczeniem w zakresie świadczenia usług będących przedmiotem umowy, samodzielnie dokonywać miał wyboru sposobu i środków koniecznych do wykonania umowy. Zatem powódka nie miała żadnego wpływu na to, co obejmować miała umowa, co również jednoznacznie świadczyło, że nie miała żadnego wpływu na treść umowy. To od pozwanego zależało, jakie czynności będzie wykonywać w ramach tej umowy i czy w ogóle jakiegokolwiek będzie wykonywać. Taki zapis umowny uniemożliwiał tak naprawdę określenie zakresu uprawnień i ewentualnych roszczeń przysługujących usługobiorcy. Opłata z tytułu poszczególnych usług określona została ogólnie za cały pakiet „usług intensyfikacji sprzedaży”, bez sprecyzowania za co konkretnie.

Przechodząc do meritum roszczenia, Sąd I instancji wskazał w pierwszej kolejności, że wszystkie dochodzone pozwem kwoty zostały pobrane przez pozwanego. Pobranie następowało w formie wystawionych przez pozwanego kompensat kwot wynikających z faktur wystawianych przez I. R. (za dostarczany towar) i faktur wystawionych przez S. (za usługi objęte sporem). Na rozprawie w dniu 18 maja 2012 r. strona pozwana przyznała, że nie kwestionuje dokumentów wskazujących na rozliczenia między stronami. Ostatecznie więc okoliczność pobrania przez pozwanego spornych kwot pozostawała bezsporna.

Roszczenie strony powodowej dotyczyło okresu III kwartał 2008 r. - I kwartał 2009 r., a więc okresu lipiec 2008 r. - marzec 2009 r. włącznie. Pobrane opłaty objęte żądaniem pozwu dotyczyły więc zarówno umowy o świadczenie usług z dnia 28 lutego 2008 r., która obowiązywała - zgodnie z jej § 6 - od dnia 1 stycznia 2008 r. na czas nieoznaczony, jak i umowy z dnia 10 czerwca 2009 r., która obowiązywała - zgodnie z jej § 5 ust. 1 - od dnia 1 stycznia 2009 r. na czas nieoznaczony. Zgodnie z umową z 2008 r. usługi miały obejmować: ekspozycję towarów nabytych od powódki na terenie marketów O. celem zwiększenia ich sprzedaży, udzielania klientom szczegółowych informacji i wyjaśnień w zakresie użyteczności, właściwości i parametrów technicznych oraz jakościowych towarów nabytych od powódki, zapewnienie optymalnego dostępu klientów do towarów nabytych od powódki w marketach O., prowadzenie innych czynności zmierzających do intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od powódki. Z kolei w umowie z 2009 r. określono, że usługi miały obejmować: ekspozycję wzorów, próbek towarów nabytych od powódki na terenie marketów zleceniobiorców celem zwiększenia ich sprzedaży, świadczenie usług informacyjno-doradczych w stosunku do towarów powódki, których celem miało być dostarczanie powódce, nie częściej niż raz na kwartał, informacji, danych dotyczących towarów (klientów) towarów powódki, w szczególności przygotowanie analizy pozycji towarów powódki na rynku lokalnym (ogólnopolskim) z uwzględnieniem grup klientów, preferencji klientów, konkurencji na rynku lokalnym (ogólnopolskim), zapewnienie optymalnego dostępu klientów do towarów nabytych od powódki w marketach zleceniobiorców przez przedstawienie towarów w sposób odpowiadający potrzebom klientów w oparciu o posiadaną przez zleceniobiorców wiedzę odnośnie do preferencji klientów i sposobu podejmowania przez klientów decyzji dotyczących zakupu towarów, udostępnianie na żądanie powódki kwartalnych statystyk sprzedaży jej towarów, a w szczególności monitorowanie i przygotowywanie kwartalnych analiz i statystyk o sprzedaży poszczególnych towarów powódki w danym kwartale lub z podziałem na poszczególne miesiące kwartału w odniesieniu do pojedynczych marketów. Generalnie chodziło zatem o różnego rodzaju usługi, które w świetle zapisów umownych prowadzić miały do intensyfikacji sprzedaży.

W pierwszej kolejności Sąd Okręgowy uznał, że niezasadne było stwierdzenie pozwanego, iż nie świadczył usług reklamowych na rzecz powódki, skoro mógł prowadzić „inne czynności prowadzące do intensyfikacji sprzedaży”. Bez znaczenia pozostaje nazwa usługi, istotna jej treść i cel, w jakim zostaje świadczona. Co więcej, skoro miało dojść do „ekspozycji wzorów, próbek towarów nabytych od powódki”, to są to właśnie (a przynajmniej powinny być) różnego rodzaju usługi reklamowe, mające na celu rozpowszechnienie towarów dostarczanych przez powódkę. Nadto, również świadek M. M. jednoznacznie przyznała, że funkcjonuje coś takiego jak usługa intensyfikacji sprzedaży. Jest to umowa, którą dostawca podpisuje i dokonuje opłat w związku np. z udziałem w akcji promocyjnej, z udziałem w katalogu, z udziałem akcji telewizyjnej. Tak więc, jak wynikało z zeznań pracownika O., tego typu usługi, których dotyczył spór, odnosiły się właśnie do akcji promocyjnych. Nadto z zeznań ww. świadka wynikało, że pojęcie akcja promocyjna oznaczało akcja promocyjna gazetkowa. Towar, który powódka dostarczała, był umieszczany w gazetkach, nigdzie więcej nie był umieszczany, ale znicze były wyeksponowane w strefie kas, jako najlepszej powierzchni sprzedaży.

W ocenie Sądu Okręgowego pozwany nie wykazał, aby wykonał konkretne działania marketingowe, które miały na celu reklamę dostawcy w punktach sprzedaży zamawiającego, składające się na usługę zwaną intensyfikacją sprzedaży. Odnosząc się do przedłożonej przez pozwanego gazetki z okresu 10-23 października 2008 r., Sąd wskazał, że zawarto w niej zdjęcia zniczy bez oznaczenia producentów/dostawców, a część zniczy była w obramowaniach wykonanych czerwonym flamastrem. Pozwany nie przedłożył natomiast żadnych gazetek z okresów, których dotyczyły następujące faktury VAT: nr (...) na kwotę 20.228,84 zł z tytułu usługi intensyfikacji sprzedaży w III kwartale 2008 r. oraz nr (...) na kwotę 1.848,70 zł z tytułu usługi intensyfikacji sprzedaży w I kwartale 2009 r., wraz z fakturą korygującą nr (...) na kwotę 131,67 zł. Zatem, już chociażby z tego względu roszczenie co do tych faktur podlegało uwzględnieniu, gdyż

pozwany nie wykazał, aby jakkolwiek czynność w tych okresach została wykonana, skoro gazetka była jedyną formą świadczenia usług w odniesieniu do powódki.

Sąd I instancji zauważył również, że istota usług reklamy polega na tym, że zleceniodawca ma wpływ na to, w jaki sposób będzie prezentowany reklamowany produkt, a więc jak przebiegać będzie kampania reklamowa. Powódka nie miała natomiast żadnego wpływu na to, w którym miejscu w gazetce znajdzie się dostarczony przez nią towar, o tym decydował bowiem kupiec O., zaś dostawca był informowany, że jego towar znajdzie się w gazetce. Nadto, jak wynikało z przedłożonej gazetki, produkty dostarczane przez powódkę prezentowane były wśród grupy produktów tego samego gatunku i tego samego rodzaju, różniących się w zasadzie jedynie wyglądem i nieznacznie ceną. W żadnej prezentacji żaden towar nie był szczególnie wyróżniony, nie ukazała się nazwa czy logo powódki, ani też nie były podkreślane żadne - poza niską ceną - jego cechy szczególne. Niezależnie od tego, że przedmiotowa reklama nie miała żadnego wpływu na markę powódki, a istotna była cena produktów, to i tak produkty powódki nie były prezentowane przy użyciu jej logo, co uniemożliwiało konsumentom rozpoznanie, że dany towar od powódki pochodzi i ewentualnie zapamiętanie go właśnie z uwagi na markę dostawcy.

Sąd Okręgowy wskazał, że nie była również wobec powódki i dostarczanych przez nią artykułów świadczona usługa udostępniania dodatkowej powierzchni celem umożliwienia przeprowadzenia przez nią promocji towarów. Znicze były wyeksponowane w strefie kas, co oznaczało, że jest to najlepsza powierzchnia sprzedaży. W sezonie sprzedaż zniczy odbywa się w strefie kas, tam są najczęściej umieszczane znicze wszystkich dostawców. W sezonie wrzesień-październik, a w zasadzie w październiku, przesuwają się z tej strefy towary, które są tam normalnie, a wstawia się tam znicze. Niezależnie jednak od tego, czy znicze znajdują się w gazetce promocyjnej, wszystkie są ustawione w strefie kas, tylko że znicze, które znajdują się w gazetce, są specjalnie oznaczone jako promocja. Innymi słowy, powódka potwierdziła udział w promocji, ale dotyczyło to wyłącznie gazetki, zaś niezależnie od takiego potwierdzenia znicze wszystkich dostawców były eksponowane w pewnych miejscach. Zatem powódka nie tylko nie uzyskiwała przewagi konkurencyjnej nad innymi dostawcami zniczy, ale jeszcze ponosiła dodatkowe opłaty. Pozwany nie świadczył zatem na rzecz powódki żadnych dodatkowych usług, w szczególności merchandisingowych. Z materiału dowodowego nie wynikało, aby powódka miała jakkolwiek wpływ na ułożenie towarów na półkach w sklepach, aby uzyskać przewagę nad konkurentami. Pozwany nie wykazał, a w zasadzie nawet nie próbował wykazywać, aby produkty powódki były układane w miejscach lepszych niż produkty innych producentów tego typu artykułów, właśnie w celu ich wypromowania, a wręcz przeciwnie, nawet pomimo tego, że powódka dodatkowo płaciła za to w ramach usługi intensyfikacji sprzedaży, to i tak jej znicze znajdowały się pośród zniczy innych dostawców.

Strony nie uzgodniły w umowach również wymiaru, w jakim poszczególne usługi miały być świadczone oraz ile konkretnych działań reklamowych czy promocyjnych w danym okresie pozwany zobowiązany był wykonać na rzecz powoda. To natomiast uniemożliwiało określenie zakresu uprawnień i ewentualnych roszczeń przysługujących usługobiorcy. Opłata z tytułu poszczególnych usług określona została ogólnie za cały pakiet. Dodatkowo, z umów wynikało, że wynagrodzenie przysługiwało za samą gotowość usługodawcy do ich świadczenia. Jedynym wyznacznikiem było osiągnięcie obrotu, z tym, że obrót na jakimkolwiek poziomie uprawniał do pobrania opłaty z tego tytułu.

Dokonując oceny spornych opłat, Sąd I instancji uwzględnił również okoliczność, że w przypadku pobierania opłat za umieszczenie towaru w gazetce, czy za przeprowadzenie akcji promocyjnej, opłata powinny obejmować rzeczywisty koszt przygotowania gazetki, ich druku i kolportażu, czy też rzeczywisty koszt zorganizowania akcji promocyjnej. W okolicznościach faktycznych niniejszej sprawy wynagrodzenie za te usługi naliczane natomiast było jako procent od obrotu, w oderwaniu od realnej wartości usług i realnych kosztów wydawania gazetki czy organizacji akcji promocyjnych. Strony oczywiście mogą ustalić cenę usługi w dowolny sposób (byleby zgodny z art. 353<sup>1</sup> k.c.), jednak w niniejszym przypadku - w ocenie Sądu Okręgowego - nie można było mówić o ustalaniu ceny, ale jej narzucaniu przez pozwanego, który nie wykazał w żaden sposób, jak były kalkulowane opłaty, a w szczególności, aby miały one w ogóle odniesienie do kosztów. Prowadziło to do jednoznacznego wniosku, że nie można ustalić, jaka była realna wartość wykazanych w niniejszym postępowaniu usług oraz ewentualne należne usługodawcy z tego tytułu wynagrodzenie.



Sąd Okręgowy podkreślił, że zgodnie z umowami, przedmiotowa usługa obejmować miała wszechstronne działania mające na celu „intensyfikację sprzedaży”, a nie ukazanie kilku zdjęć produktów powódki w dwutygodniowej gazecie raz w roku i to w odniesieniu tylko do niektórych produktów. Nawet przyjmując teoretycznie, co nie ma uzasadnienia, że gazетка stanowi jakąś formę promowania powódki, to pozwany nie wykazał, aby wykonał na rzecz powódki jakiegokolwiek akcje promocyjne, które służyć miały promocji marki i firmy dostawcy w marketach pozwanego, mające na celu „intensyfikację sprzedaży”. Powódka nie brała udziału w katalogu, czyli specjalnym wydaniu mocno poszerzonej gazетки w specjalnej oprawie, z mocną dystrybucją na cały kraj, wydany na ładnym papierze, ze specjalną szatą graficzną i oprawą.

Sąd I instancji wskazał, że w okolicznościach niniejszej sprawy miała miejsce sytuacja, w której pozwany w swoich sieciach handlowych, chcąc zbyć towar dostarczony mu przez powódkę, na który nałożył swoją marżę handlową, dokonywał czynności związanych z tą sprzedażą, zaś kosztami z tego tytułu, a więc chociażby kosztami związanymi z reklamą, obciążał powódkę. Takie koszty są sprzeczne z zasadami określonymi w u.z.n.k., a dopuszczalne byłyby jedynie w sytuacji, gdyby wykonywanie czynności reklamowych faktycznie wiązało się z dodatkowymi usługami na rzecz powódki, jak chociażby promowaniem jej marki, co przekładałoby się w wymierny sposób na polepszenie pozycji rynkowej i finansowej powódki, uzasadniające pobranie opłat. Jednakże te okoliczności nie zostały wykazane przez pozwanego, na którym w myśl art. 6 k.c. spoczywał ciężar udowodnienia wykonania świadczeń w zakresie promocji i reklamy na rzecz powódki, za które pobrał opłaty. Z pewnością umieszczenie w gazetkach promocyjnych zdjęć towarów dostarczonych przez powódkę, bez podania informacji, kto jest ich producentem, nie spełniało wymogów promocji i reklamy towarów na rzecz powódki.

Sąd Okręgowy wskazał, że zapisy umów o współpracy handlowej i załączników do nich oraz udowodniony zakres i sposób świadczenia spornych usług przez S. w pełni przekonywały, że pobrane za nie wynagrodzenie stanowiło faktycznie opłatę za przyjęcie przez pozwanego towaru oferowanego przez powódkę do sprzedaży w placówkach handlowych sieci. Opłaty te nie miały innego realnego uzasadnienia w treści łączącego strony stosunku prawnego. Powódka była zmuszona do ich akceptacji, aby zapewnić sobie zbyt towarów za pośrednictwem sieci handlowej. Pobierając te opłaty pozwany wykorzystał swoją pozycję na rynku w stosunku do powódki jako dostawcy. Takie działanie pozwanego było sprzeczne z zasadami obowiązującymi w obrocie kupieckim, zarówno na etapie zawierania, jak i wykonywania umów łączących strony. Sformułowanie zawarte w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. oznacza, że kupujący może jedynie pobrać marżę handlową, ale od osoby, której zbywa towar. A contrario, nie wolno mu pobierać żadnych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, ponieważ takie działanie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu ustawy. Marża handlowa jest to różnica między ceną płaconą przez kupującego a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę, wynikająca z kosztów i zysku przedsiębiorcy, co wynika z art. 3 ust. 1 pkt 6 ustawy o cenach. Zatem chodzi tu o marżę pobieraną przez sprzedawcę towaru, a nie kupującego, czyli nie może to być opłata pobierana przez pozwanego od dostawcy. Tymczasem pozwany pobierał taką „marżę” właśnie od powódki.

Z uwagi na powyższe, wszystkie opłaty stanowiły opłaty, o jakich mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Bez znaczenia dla wysokości szkody pozostawało również, czy powódka zaksięgowała faktury wystawione przez pozwanego za wymienione w umowie usługi, co uzasadniałoby domniemanie, iż rozliczyła podatek od towarów i usług z tych faktur wynikający, co mogłoby pomniejszać wysokość zasadnej kwoty.

Sąd I instancji podkreślił, że pozwany nie wykonał żadnych usług na rzecz powódki. W takiej sytuacji wystawienie przez S. faktur z tytułu niedozwolonych opłat stanowiło jedynie narzędzie, dzięki któremu pozwany dokonał potrącenia tych opłat z wierzytelnościami powódki z tytułu dostawy. Jednocześnie wystawienie faktur VAT wywołało określone skutki podatkowe dla powódki, która była zobowiązana, zgodnie z przepisami ustawy o VAT, odliczyć naliczony na podstawie spornych faktur podatek VAT. Nie stanowiło to natomiast potwierdzenia wykonania przez pozwanego usług, a wywiązanie się z obowiązków wobec Skarbu Państwa.

Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (t. jedn. Dz. U. z 2011 r. Nr 177, poz. 1054 ze zm.) powód jest uprawniony i zobowiązany dokonać korekty rozliczeń VAT i zwrócić odliczony podatek VAT

Skarbowi Państwa, gdy pozwany: wystawi faktury korygujące VAT do wystawionych faktur z tytułu opłat, korygując kwoty do „0” oraz zwróci powodowi nienależnie pobrane kwoty.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach (Dz. U. Nr 97, poz. 1050 ze zm.) cena zdefiniowana jest jako wartość wyrażona w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę, z tym, że w cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług. Zatem jeżeli usługa nie była faktycznie świadczona przez pozwanego, to kwota, która została pobrana z tego tytułu od powódki w drodze potrąceń, nie była w istocie „ceną”. Była to więc kwota nienależna w rozumieniu przepisów ustawy o VAT. Jak bowiem wynika z art. 29 ust. 4 i 4a tej ustawy, podstawę opodatkowania zmniejsza się o kwoty udokumentowanych, prawnie dopuszczalnych i obowiązkowych rabatów (bonifikat, opustów, uznanych reklamacji i skont) i o wartość zwróconych towarów, zwróconych kwot nienależnych w rozumieniu przepisów o cenach oraz zwróconych kwot dotacji, subwencji i innych dopłat o podobnym charakterze. W przypadku, gdy podstawa opodatkowania ulega zmniejszeniu w stosunku do podstawy określonej w wystawionej fakturze, obniżenia podstawy opodatkowania podatnik dokonuje pod warunkiem posiadania, przed upływem terminu do złożenia deklaracji podatkowej za dany okres rozliczeniowy, w którym nabywca towaru lub usługi otrzymał korektę faktury, potwierdzenia otrzymania korekty faktury przez nabywcę towaru lub usługi, dla którego wystawiono fakturę. Uzyskanie potwierdzenia otrzymania przez nabywcę towaru lub usługi korekty faktury po terminie złożenia deklaracji podatkowej za dany okres rozliczeniowy uprawnia podatnika do uwzględnienia korekty faktury za okres rozliczeniowy, w którym potwierdzenie to uzyskano. W konsekwencji to pozwany musi najpierw wykazać inicjatywę w celu dokonania odpowiednich czynności księgowych, aby powódka mogła uregulować wspomniane kwestie podatkowe. Skoro pozwany nie wystawił stosownych faktur korygujących, to dopiero prawomocne orzeczenie w niniejszej sprawie, które przesądziłoby o obowiązku zwrotu pobranych kwot, spowodowałoby, że po stronie pozwanego powstanie obowiązek wystawienia faktur korygujących i następnie po stronie powódki dokonania odpowiedniego rozliczenia podatku VAT ze Skarbem Państwa. Ponieważ powódce należy się zwrot całych, pobranych przez pozwanego na podstawie wystawionych przez niego faktur opłat, a więc łącznie z podatkiem VAT, to pełne kwoty uzyskane przez pozwanego w ten sposób wchodzą w skład bezpodstawnie pobranych kosztem powódki korzyści. Dopiero ich zwrot powódce przez pozwanego wiąże się ze ziszczeniem się po stronie powódki obowiązku zwrotu odliczonego podatku VAT.

Sąd Okręgowy zauważył, że gdyby uznać, że podatek VAT nie mieści się w pojęciu kwot nienależnie pobranych, to pozbawiałoby to Skarb Państwa możliwości dochodzenia roszczeń związanych z prawidłowym rozliczeniem przez powoda podatku VAT, a taka konstrukcja nie znajduje uzasadnienia, gdyż to pozwany pobrał nienależne mu kwoty. Kwotami bezpodstawnie pobranymi przez pozwanego były bowiem kwoty z podatkiem VAT i tego dotyczy roszczenie powódki w stosunku do S., zaś w wyniku prawomocnego orzeczenia w przedmiocie zwrotu tych kwot powstaje roszczenie Skarbu Państwa związane ze zwrotem przez powódkę kwot podatku VAT rozliczonego. Pozostawało to jednak poza niniejszym procesem, jednak zobowiązania pozwanego w stosunku do powódki nie można było obniżyć o przyszłe zobowiązanie powódki wobec Skarbu Państwa. Między zubożeniem i wzbogaceniem musi zachodzić tego rodzaju zależność, aby można uznać, że są to dwie strony tego samego przesunięcia jakiejś wartości z jednego majątku do drugiego. Jest to więc przesunięcie majątkowe pomiędzy powodem a pozwanym, na które przyszłe zobowiązania podatkowe nie mają wpływu.

Jak wynika z art. 6 pkt 2 ustawy o VAT jej przepisów nie stosuje się do czynności, które nie mogą być przedmiotem prawnie skutecznej umowy, a to miało miejsce w niniejszej sprawie.

Identyczny wniosek odnosi się do kwestii rozliczenia kwestionowanych faktur jako kosztu uzyskania przychodu w ramach podatku dochodowego od osób prawnych. Okoliczność ta nie stanowiła potwierdzenia wykonania rzekomych usług przez pozwanego. Jest ona wyłącznie realizacją obowiązków powódki wynikających z przepisów prawa podatkowego. Kwotami pobranymi przez pozwanego były pełne kwoty wynikające z faktur VAT. Stosownie do art. 7 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (t. jedn. Dz. U. z 2011 r. Nr 74, poz. 397 ze zm.) przedmiotem opodatkowania podatkiem dochodowym jest dochód bez względu na rodzaj źródeł przychodów, z jakich dochód ten został osiągnięty. Dochodem jest, co do zasady, nadwyżka sumy przychodów nad kosztami ich uzyskania, osiągnięta w roku podatkowym. Jeżeli koszty uzyskania przychodów przekraczają sumę

przychodów, różnica jest stratą. Jednocześnie kwota uzyskana tytułem zwrotu świadczenia nienależnego stanowi przychód (art. 12 ust. 1), co niweluje wcześniej uzyskaną korzyść. Natomiast zgodnie z art. 15 ust. 1 kosztami uzyskania przychodów są koszty poniesione w celu osiągnięcia przychodów lub zachowania albo zabezpieczenia źródła przychodów, z wyjątkiem kosztów wymienionych w art. 16 ust. 1. Uzyskanie od pozwanego dochodzonych kwoty będzie zobowiązywało powódkę do złożenia stosownych korekt podatku dochodowego i uiszczenia kwot, które rozliczyła z tego tytułu.

Powyższe rozważania znajdowały potwierdzenie w stanowisku Sądu Najwyższego wyrażonym w wyroku z dnia 24 listopada 2011 r. (I CSK 66/11, LEX nr 1133784) zgodnie z którym, wartość świadczeń spełnionych przez dostawcę z tytułu opłat półkowych obejmowała także wartość podatku od towarów i usług, określaną jako wartość brutto i taka wartość określała wartość uzyskanej przez pobierającego opłaty korzyści majątkowej, a jednocześnie wartość zubożenia poszkodowanego. W wyniku tego powstało roszczenie kondykcyjne, obejmujące obowiązek zwrotu wartości uzyskanych świadczeń łącznie z zawartym w cenie tych świadczeń podatkiem od towarów i usług. Podatek naliczony jest związany z faktycznie dokonаныmi zdarzeniami gospodarczymi, z którymi ustawa o VAT wiąże obowiązek naliczenia podatku. W przeciwnym wypadku na podstawie przepisów prawa podatkowego zostają zniwelowane korzyści majątkowe wynikające ze skorzystania przez podatnika z prawa do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego. Dotyczy to także sytuacji, gdy spełnienie świadczenia następuje na podstawie nieważnego postanowienia umownego, względnie na podstawie nieskutecznych postanowień umownych. Wystawiona wówczas faktura przedstawia zdarzenie wynikające z nieważnej czynności prawnej, względnie jest niezgodne z rzeczywistością. W takiej sytuacji zapłacona przez nabywcę, jako składnik ceny, kwota podatku jest świadczeniem nienależnym w rozumieniu art. 410 § 2 k.c. Podobna sytuacja zachodzi w odniesieniu do korzyści majątkowej w postaci obniżonej wysokości podatku dochodowego od osób prawnych, uzyskanej w związku z uwzględnieniem w rozliczeniu tego podatku kwoty nienależnego świadczenia. Zwrot nienależnego świadczenia powoduje konieczność jego ujęcia w uzyskanych przychodach, co niweluje osiągniętą wcześniej korzyść majątkową na skutek obniżenia podatku dochodowego. Ponadto tego rodzaju korzyść majątkowa nie ma żadnego wpływu na zakres roszczenia opartego na podstawie art. 410 k.c. Rozliczenie tak uzyskanej korzyści powinno nastąpić w ramach stosunku podatkowego łączącego podatnika z organem podatkowym na podstawie przepisów prawa podatkowego, gdyż uzyskana korzyść majątkowa odbywa się kosztem uszczuplenia należności podatkowych Skarbu Państwa, a nie kosztem podmiotu, który otrzymał nienależne świadczenia (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27 lutego 2004 r., V CK 293/03, OSNC 2005/3/51).

Podsumowując swoje rozważania, Sąd Okręgowy wskazał, że wszystkie pobrane opłaty stanowiły opłaty, o jakich mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., a w konsekwencji zasądzeniu na rzecz powódki podlegała kwota 26.728,79 zł. W pozostałym zakresie powództwo, co do kwoty głównej, podlegało oddaleniu.

Odnosząc się do sprawy odsetek, Sąd I instancji stwierdził, że żądanie powoda miało podstawę w przepisach o bezpodstawnym wzbogaceniu, zgodnie z brzmieniem art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. Roszczenie takie jest bezterminowe i dopiero wezwanie wierzyciela skierowane do dłużnika (art. 455 k.c.) przekształca go w terminowe. Zatem odsetek za opóźnienie na podstawie art. 481 k.c. wierzyciel może żądać dopiero od dnia, w którym dłużnik po jego wezwaniu winien dług uiścić.

O kosztach procesu Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 100 zd. 2 k.p.c., obciążając nimi w całości stronę pozwaną, gdyż powódka przegrała sprawę w 0,22%.

**Apelację od wyroku Sądu Okręgowego złożył pozwany, zaskarżając go w części**, tj. w zakresie zasądzającym od pozwanego na rzecz powódki kwotę 26.728,79 zł z odsetkami ustawowymi od dnia 29 października 2010 r. Zaskarżonemu orzeczeniu zarzucił:

1/ naruszenie przepisów postępowania, które miało wpływ na wynik sprawy, a to przepisu art. 233 § 1 k.p.c. w związku z art. 328 § 2 k.p.c. poprzez przekroczenie zasad swobodnej oceny dowodów, poczynienie ustaleń całkowicie sprzecznych z treścią zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, dokonanie oceny dowodów w sposób

niewszerechny i nasuwający zastrzeżenia z punktu widzenia zasad logicznego rozumowania, w szczególności poprzez przyjęcie przez Sąd Okręgowy, iż:

- jeżeli na sprzedawcę, również w formie umów promocyjnych, zostaną nałożone obowiązki dodatkowych świadczeń pieniężnych, to należy domniemywać, że w ten sposób uiszczana jest w rzeczywistości zabroniona opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży;

- warunki umów zawartych pomiędzy powódką a pozwaną zostały powódce jednostronnie narzucone, ponieważ powódka nie miała możliwości negocjowania tych warunków, umowy zostały sporządzone na wzorze przedstawionym przez pozwaną, pozwana uzależniała współpracę z powódką od podpisania umów o świadczenie usług, co świadczy o utrudnieniu powódce dostępu do rynku;

- brak możliwości negocjacji umów i objętych nimi usług potwierdza również okoliczność, że umowy te zostały sporządzone według jednego wzoru;

- warunki umów o świadczenie usług nie były negocjowane, ponieważ nie zdarzyło się tak, aby wynagrodzenie za usługi zmalało;

- powódka nie miała żadnego wpływu na to, co obejmować miała umowa o świadczenie usług;

- konieczność ponoszenia przez powódkę spornego wynagrodzenia z tytułu świadczenia usług spowodowała, że pozycja rynkowa dostawcy stała się dużo gorsza, niż gdyby tego wynagrodzenia powódka nie musiała płacić;

- gdyby powódka nie zawarła z pozwaną umów o świadczenie usług to mogłaby dostarczać pozwanej towar po niższej cenie i to polepszyłoby jej pozycję rynkową;

- zysk powódki z tytułu sprzedaży towarów do pozwanej, w związku z zawarciem umów o świadczenie usług, był odpowiednio mniejszy;

- nie sposób uznać, że pozwana wykazała konkretne działania marketingowe składające się na usługę intensyfikacji sprzedaży;

- gazetka załączona do sprzeciwu od nakazu zapłaty była jedyną formą świadczenia usług w odniesieniu do powódki; ponadto gazetka miała wyłącznie na celu promocję pozwanej;

- powódka była de facto karana finansowo za zwiększenie obrotu poprzez zwiększenie wysokości wynagrodzenia;

- nie można mówić de facto o ewentualnym reklamowaniu towarów powódki, a to z tego względu, że pozwana kupowała od powódki towary i sprzedawała jako „swoje”;

- działanie pozwanej polegające jedynie na umieszczeniu zdjęcia towaru powódki z napisem promocja nie może być uznane za działanie mające na celu wspieranie i promocję powódki;

- akcje promocyjne prowadzone przez pozwaną to nic więcej jak tylko uatrakcyjnienie oferty samego sklepu w związku ze zwiększonym zapotrzebowaniem na konkretne artykuły oraz rozpowszechnienie informacji o towarach celem zwiększenia zysku samego sklepu, podejmowane przez pozwaną czynności to zwykle czynności sprzedażowe;

- pozwana niewątpliwie musiała się liczyć z obowiązkiem zwrotu wynagrodzenia za świadczenie usług skoro jego pobranie było sprzeczne wprost z przepisami ustawy, zaś zapisy umowne stanowiły próbę obejścia bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa,

2/ naruszenie przez Sąd Okręgowy przepisów postępowania, które miało wpływ na wynik sprawy, tj. art. 233 § 1 k.p.c. poprzez poczynienie ustaleń sprzecznych z treścią zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego skutkujących błędnym ustaleniem stanu faktycznego i przyjęciem przez Sąd Okręgowy, że:

- gdy w trzecim lub czwartym roku, po analizie z księgową okazało się po przeliczeniu, że praktycznie cały dochód zabiera sieć, to w następnej ofercie powódka doliczyła warunki i oferta ta nie przeszła, została odrzucona, jako zbyt droga i na tym strony zakończyły współpracę;

- pozwana „miała świadczyła” na rzecz powódki usługi reklamowe;

- skoro pozwana nie przedstawiła gazetek za III kwartał 2008 r. oraz za I kwartał 2009 r., to należy przyjąć, iż faktury dochodzone pozwem nie mogły dotyczyć żadnych usług na rzecz powódki;

- znicze powódki niczym się nie wyróżniały poza niską ceną,

3/ naruszenie przepisów prawa materialnego, a w szczególności art. 750 k.c., w związku z art. 353<sup>1</sup> k.c. polegające na przyjęciu przez Sąd Okręgowy, że treścią świadczenia pozwanego było zamieszczenie w gazecie towaru dostarczonego przez powódkę wraz ze wskazaniem jej nazwy/firmy,

4/ naruszenie przepisów prawa materialnego, a w szczególności art. 353<sup>1</sup> k.c. polegające na przyjęciu przez Sąd Okręgowy, iż w przypadku, gdy pozwany świadczy usługi w odniesieniu do towaru stanowiącego jego własność, usługi te nie mogą być świadczone na rzecz powódki oraz przynosić korzyści powódce,

5/ naruszenie przepisów prawa materialnego, a w szczególności art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. poprzez błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie, skutkujące przyjęciem, iż pozwany utrudniał powódce dostęp do rynku, a pobierane przez pozwanego wynagrodzenia za świadczone przez pozwanego na rzecz powódki usługi, zgodnie z zawartymi umowami o świadczenie usług stanowi pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, a tym samym, że pozwany dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.,

ewentualnie, na wypadek uznania przez Sąd Apelacyjny, iż pozwany dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. pozwany zarzucił Sądowi Okręgowemu:

- naruszenie przepisów prawa procesowego, które miało wpływ na wynik sprawy, a to art. 233 k.p.c. poprzez poczynienie ustaleń sprzecznych z treścią zebranego w sprawie materiału dowodowego, tj. ustalenie w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku, iż na podstawie art. 455 k.c. odsetki należy liczyć od dnia następnego po upływie terminu wskazanego w wezwaniu do zapłaty, tj. od dnia 24 października 2011 r., a następnie wbrew tym ustaleniom zasądzenie od pozwanego na rzecz powódki odsetek za okres od dnia 24 października 2010 r. do dnia zapłaty;

- naruszenie przepisów prawa materialnego, a w szczególności art. 455 k.c. poprzez jego niezastosowanie i przyjęcie błędnego terminu, od którego należy liczyć odsetki ustawowe.

Wskazując na powyższe zarzuty strona pozwana wniosła o:

- zmianę wyroku Sądu Okręgowego w zaskarżonej części i oddalenie w tym zakresie powództwa oraz przyznanie stronie pozwanej kosztów postępowania za obie instancje, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych;

- ewentualnie, uchylenie wyroku Sądu Okręgowego w zaskarżonej części i przekazanie sprawy Sądowi I instancji do ponownego rozpoznania, z pozostawieniem Sądowi rozstrzygnięcia o kosztach postępowania apelacyjnego.

W odpowiedzi na apelację strona powodowa wniosła o oddalenie apelacji oraz zasądzenie od strony pozwanej na rzecz strony powodowej zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w II instancji według norm przepisanych.

**Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:**

Apelacja pozwanego zasługiwała na uwzględnienie jedynie w nieznacznej części.

Trafnie zarzucił skarżący Sądowi I instancji wadliwe określenie daty, od której należało zasądzić odsetki od roszczenia głównego, a w zasadzie wyjście poza sformułowane w tym zakresie przez stronę powodową żądanie. Zauważyć należało, że powódka dochodziła zapłaty kwoty 26.788,79 zł z ustawowymi odsetkami od dnia 29 października 2011 r., natomiast Sąd Okręgowy zasądził odsetki od dnia 29 października 2010 r. Analiza uzasadnienia sporządzonego przez Sąd I instancji wskazywała przy tym, że Sąd ten prawidłowo ustalił zarówno istotne dla tej części rozstrzygnięcia fakty, jak i powołał się na właściwe przepisy prawa materialnego. W sprawie nie było jednak podstaw do sprostowania w powyższym zakresie zaskarżonego wyroku, bowiem instytucja sprostowania nie może prowadzić do merytorycznej zmiany orzeczenia, nawet jeżeli błędność rozstrzygnięcia jest oczywista (np. postanowienia Sądu Najwyższego z 5 grudnia 1980 r., III CRN 133/80, OSNCP 1981/6/115 oraz z 31 stycznia 2007 r., II CSK 314/06, LEX nr 445207).

Mając powyższe na względzie, w zakresie, w którym Sąd Okręgowy orzekł o żądaniu, którego strona powodowa nie dochodziła, Sąd Apelacyjny na podstawie art. 386 § 3 k.p.c. uchylił zaskarżony wyrok w pkt I co do odsetek ustawowych od kwoty 26.728,79 zł za okres od dnia 29 października 2010 r. do dnia 28 października 2011 r. i w tym zakresie umorzył postępowanie.

W pozostałym zakresie apelacja strony pozwanej była bezzasadna.

Sąd Apelacyjny podziela ustalenia faktyczne Sądu I instancji oraz przyjmuje je za własne. Sąd Okręgowy również w sposób właściwy zastosował przepisy prawa materialnego do ustalonego stanu faktycznego i prawidłowo rozstrzygnął o żądaniu powódki (poza wskazaną powyżej częścią odnoszącą się do odsetek). Zarzuty zawarte w apelacji strony pozwanej nie były trafne i stanowiły jedynie dowolną polemikę z prawidłowymi ustaleniami oraz ocenami prawnymi Sądu I instancji.

W pierwszym rzędzie pozwany postawił Sądowi Okręgowemu zarzut naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. (częściowo połączony z zarzutem naruszenia art. 328 § 2 k.p.c.) poprzez przekroczenie zasad swobodnej oceny dowodów i poczynienie ustaleń sprzecznych z treścią zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego. Zarzut powyższy należało ocenić jako bezzasadny.

Stosownie do treści art. 233 § 1 k.p.c. sąd ocenia wiarygodność i moc dowodów według własnego przekonania, na podstawie wszechstronnego rozważenia zebranego materiału. Jak podkreśla się w orzecznictwie ocena dowodów pod kątem ich wiarygodności i mocy należy do podstawowych zadań sądu, wyrażających istotę sądenia, czyli rozstrzygnięcia kwestii spornych w warunkach niezawisłości, na podstawie własnego przekonania sędziego przy uwzględnieniu całokształtu zebranego materiału.

Sąd dokonuje swobodnej oceny dowodów, nie jest to jednak ocena dowolna. Granice sędziowskiej oceny dowodów wyznaczają przepisy proceduralne (przepisy k.p.c. o dowodach i postępowaniu dowodowym), reguły logicznego rozumowania oraz zasady doświadczenia życiowego.

W związku z powyższym postawienie sądowi I instancji skutecznego zarzutu naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. wymaga wykazania naruszenia przepisów prawa procesowego o dowodach lub uchybienia zasadom logicznego rozumowania lub doświadczenia życiowego, bowiem tylko takie zarzuty można przeciwstawić uprawnieniu sądu do dokonania swobodnej oceny dowodów. W tej sytuacji nie będzie wystarczające samo przekonanie strony o innej niż przyjął sąd wadze i znaczeniu poszczególnych dowodów i ich odmiennej ocenie niż ocena dokonana przez sąd.

Strona pozwana naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 233 § 1 k.p.c. w powyżej określony sposób nie wykazała, a jej argumenty przedstawione w apelacji mają bądź charakter polemiczny (powtarzają obraz relacji handlowych pomiędzy stronami sporu przedstawiany przez pozwanego w toku postępowania pierwszoinstancyjnego, uznany przez Sąd Okręgowy za nieudowodniony z przyczyn szczegółowo wyjaśnionych w uzasadnieniu zaskarżonego orzeczenia), bądź odnoszą się do kwestii, które miały znaczenie drugorzędne (albo nie miały żadnego znaczenia) dla rozstrzygnięcia sprawy.

Podkreślić należy, że jeżeli apelujący stawia zarzut naruszenia określonego przepisu postępowania (prawa procesowego), to poza przypadkiem, gdy naruszenia takie prowadzą do nieważności postępowania, wykazany powinien zostać wpływ takiego uchybienia na treść wyroku sądu I instancji, bowiem tylko w takim wypadku apelacja może odnieść zamierzony przez skarżącego skutek.

Strona pozwana, mimo że reprezentowana była przez zawodowego pełnomocnika nie wykazała, że wskazane przez nią przypadki naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. miały wpływ na zaskarżone rozstrzygnięcie.

Przede wszystkim stwierdzić należało, że Sąd I instancji dokonał bardzo szerokiej i dogłębnej analizy relacji gospodarczych, jaki miały miejsce pomiędzy I. R. a S. i w oparciu o wnioski wynikające z tej analizy sformułował swoje stanowisko, iż strona pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., tj. pobierała od powódki inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży. W tej sytuacji sformułowany przez pozwanego zarzut, dotyczący przyjęcia przez Sąd I instancji poglądu, że jeżeli na sprzedawcę, również w formie umów promocyjnych, zostaną nałożone obowiązki dodatkowych świadczeń pieniężnych, to należy domniemywać, że w ten sposób uiszczana jest w rzeczywistości zabroniona opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży, nie mógł być uznany za trafny po pierwsze dlatego, że nie dotyczył on zasad oceny dowodów, ale raczej rozkładu ciężaru dowodu (chodzi o istnienie określonego domniemania, co tym samym prowadzi do przerzucenia ciężaru dowodu), a po drugie - i przede wszystkim dlatego - że w niniejszej sprawie stanowisko Sądu Okręgowego oparte zostało nie na domniemaniu, ale na ocenie przeprowadzonych w sprawie dowodów.

Nie miały żadnego znaczenia dla rozstrzygnięcia niniejszej sprawy kwestie, czy pobrane przez pozwanego opłaty miały wpływ na sytuację rynkową powódki i na zyskowość prowadzonej przez nią działalności, jakkolwiek trudno jest zarzucić rozważaniom Sądu I instancji sprzeczność z logiką, czy też zasadami doświadczenia życiowego. Okoliczności powyższe pozostawały poza treścią przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., który po prostu zakazuje pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, pomijając zupełnie kwestie ekonomicznego wpływu tych opłat na działalność handlową przedsiębiorców.

Jedynie polemiczny charakter ma natomiast ta część apelacji, która odnosi się do ustalenia przez Sąd I instancji, że warunki współpracy handlowej zostały powódce narzucone. Apelujący nie przedstawił żadnych konkretnych argumentów, które podważałyby ocenę materiału dowodowego dokonaną przez Sąd Okręgowy. Przede wszystkim pozwany pominął istotną część zeznań powódki wskazujących na narzucenie jej warunków handlowych oraz przedstawiony przez Sąd I instancji kontekst i warunki nawiązania współpracy przez strony.

Analogicznie ocenić należało zarzuty odnoszące się do ustaleń Sądu Okręgowego dotyczących faktycznego niewykazania przez pozwanego, aby wykonał konkretne usługi marketingowe składające się na usługę intensyfikacji sprzedaży. Kwestie te zostaną dokładniej omówione w dalszej części uzasadnienia, bowiem argumentacja pozwanego nawiązuje w istotnej części do problemów mających już charakter materialnoprawny. W tym miejscu należy natomiast zauważyć, że Sąd I instancji ustalił, że pozwany umieszczał towar powódki w specjalnych strefach sprzedaży (przy kasach), tak jak towary innych dostawców, i oznaczał je jako promocja. Inną natomiast kwestią jest ocena takiego postępowania spółki (...) w kontekście tego, czy stanowiło to świadczoną w interesie strony powodowej usługę intensyfikacji sprzedaży, za wykonanie której stronie pozwanej należałoby się wynagrodzenie.

Należało natomiast zgodzić się z pozwanym, że z przedstawionej gazetki promocyjnej nie wynikało, aby znicze produkowane przez powódkę charakteryzowały się niską ceną. Kwestia ta nie miała jednak znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy.

Przechodząc do meritum apelacji stwierdzić należało, że całkowicie bezzasadny był zarzut dotyczący naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Strona pozwana kwestionowała zarówno to, aby jej zachowanie utrudniało powódce dostęp do rynku, jak i to, aby pobierała inne niż marża handlowa opłaty z tytułu przyjęcia towarów powódki do sprzedaży.

Odnosząc się w pierwszym rzędzie do pojęcia „dostępu do rynku” stwierdzić należało, że winno ono być rozumiane szeroko, tj. jako swoboda wejścia na rynek, wyjścia z niego, a przede wszystkim jako możliwość oferowania na nim swoich towarów i usług. Zagwarantowanie swobodnej i uczciwej konkurencji rynkowej jest jednym z istotnych celów ustawodawstwa gospodarczego, a jedną z metod pozwalających ten cel osiągnąć jest tworzenie warunków zmierzających do zachowania równowagi między podmiotami funkcjonującymi na rynku. Zauważyć należy, że przyczynę wprowadzenia do polskiego ustawodawstwa przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. stanowiło spostrzeżenie, że wielkie sieci handlowe dysponują tak dużym potencjałem ekonomicznym i w konsekwencji przewagą kontraktową, że są w stanie narzucić sprzedawcom (dostawcom) towarów niekorzystne dla tych ostatnich postanowienia umowne, nakładające dodatkowe świadczenia pieniężne, nie znajdujące żadnego uzasadnienia w łączącym strony stosunku prawnym polegającym na sprzedaży (dostawie) towarów (za T. Skoczny, Komentarz do art. 15 ZNKU, Nb 76-77 [w:] Komentarz ZNKU, pod red. J. Szwejki, Warszawa 2006). Świadczenia te określane są potocznie opłatami półkowymi.

Art. 15 ust. 1 u.z.n.k. został tak skonstruowany, że zachowania wymienione w pkt 1-5 stanowią przykładową egzemplifikację czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na utrudnianiu innym przedsiębiorcom dostępu do rynku. Innymi słowy, sam ustawodawca założył, że wskazane zachowania, w tym pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, zawsze powodują utrudnianie dostępu do rynku (np. wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 13 października 2010 r., I ACa 707/10, LEX nr 756710 oraz wyroki Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 15 marca 2011 r., I ACa 1162/10, LEX nr 1171440, z dnia 28 października 2011 r., VI ACa 392/11, LEX nr 1102649 i z dnia 25 listopada 2011 r., I ACa 465/11, LEX nr 1143494). W tej sytuacji powód zobowiązany jest jedynie do wykazania, że doszło do pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, co jest równoznaczne z wykazaniem utrudnienia dostępu do rynku. Nie ma przy tym znaczenia, czy dane towary można było zbyć innemu przedsiębiorcy oraz jak kształtowałyby się ekonomiczna opłacalność takiej transakcji. Podkreślić należy, że w art. 15 ust. 1 u.z.n.k. mowa jest o utrudnianiu dostępu do rynku, czyli stwarzaniu przeszkód w prowadzeniu działalności gospodarczej, nie zaś o wyeliminowaniu z rynku. Konieczność ponoszenia dodatkowych kosztów, w celu zagwarantowania sobie możliwości sprzedaży towarów, stanowi rodzaj bariery finansowej, która ogranicza danemu dostawcy dostęp do rynku zarówno w sensie bezpośrednim (konkretny koszt finansowy), jak i pośrednim (utrudniona rywalizacja rynkowa z dostawcami, którzy tych dodatkowych kosztów nie ponoszą).

Podsumowując powyższe rozważania stwierdzić należało, że nie zasługiwały na uwzględnienie te zarzuty apelacji (zarówno oparte na zarzucie naruszenia prawa procesowego, jak i prawa materialnego), które wskazywały, że Sąd I instancji bezzasadnie uznał, że działania pozwanego utrudniały powódce dostęp do rynku. Kwestia faktycznego narzucenia powódce opłat z tytułu usług łączy się bezpośrednio z utrudnianiem dostępu do rynku, bowiem element narzucenia opłat jest istotny z punktu widzenia oceny, czy dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji, którym zgodnie z definicją ogólną zawartą w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Wykorzystanie swojej przewagi kontraktowej przez jedną ze stron w celu narzucenia drugiej stronie zapisów umownych wprowadzających pozorne usługi, w celu ukrycia opłat zakazanych przez prawo, musi być ocenione jako naruszające dobre obyczaje kupieckie, a tym samym nie ma wątpliwości, że czyn taki spełnia również wymagania określone w klauzuli generalnej zawartej w art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Nie zasługiwały również na uwzględnienie zarzuty strony pozwanej odnoszące się do przyjęcia przez Sąd I instancji, iż pobrane przez S. wynagrodzenie za usługi intensyfikacji sprzedaży stanowiło w rzeczywistości zakazane przez art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wprowadzając zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży niewątpliwie ogranicza zakres swobody stron umowy układających wiążący je stosunek prawny. Odwołanie się do art. 353<sup>1</sup> k.c. statuującego zasadę swobody umów nie może zatem stanowić uzasadnienia zamieszczenia w umowie postanowień naruszających przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Ani treść ani cel umowy nie mogą pozostawać w sprzeczności z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa oraz zasadami współżycia społecznego.



Wskazany powyżej przepis nie został sformułowany w sposób precyzyjny i jego dosłowne odczytanie może nasuwać wątpliwości interpretacyjne. Odwołanie się do celu przedmiotowej regulacji pozwala zinterpretować go jako nałożony na przedsiębiorców (nabywców, z założenia duże sieci handlowe) zakaz pobierania od innych przedsiębiorców (sprzedawców, dostawców) jakichkolwiek opłat z tytułu samego przyjęcia towaru w celu jego dalszej odsprzedaży. Za wypełnienie roli swoistego pośrednika handlowego nabywca powinien poprzestać na zysku stanowiącym różnicę między ceną nabycia od dostawcy, a ceną zbycia odbiorcy końcowemu, czyli na tym, co ustawa określa marżą handlową.

Nie budzi jednocześnie wątpliwości, że art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie stoi na przeszkodzie w nawiązaniu relacji umownych pomiędzy dostawcą a nabywcą, z których będzie wynikał obowiązek świadczeń pieniężnych ze strony dostawcy. Obowiązek ten może wynikać z faktu świadczenia przez sieć handlową usług na rzecz dostawcy, jednakże nie związanych z przyjęciem towaru dostawcy w celu jego dalszej odsprzedaży.

W wyroku Sądu Najwyższego z dnia 12 czerwca 2008 r. wskazane zostało, że jedną z możliwych postaci deliktu pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży są zawierane obok umów sprzedaży towaru tzw. porozumienia marketingowo-promocyjne (wyrok z dnia 12 czerwca 2008 r., III CSK 23/08, OSNC-ZD 2009/1/14). Sąd Najwyższy w powyższym orzeczeniu wskazał, że o utrudnianiu przedsiębiorcy dostępu do rynku może świadczyć m.in. powszechność praktyki zawierania umów marketingowych towarzyszących umowie sprzedaży towarów do sieci, zachwianie odpowiedniej, rzeczowej i finansowej relacji porozumień marketingowych do sprzedawanej do sieci masy towarowej (zjawisko tzw. nadmarketingu), narzucanie dostawcy odpowiednich postaci wielu rabatów, tworzenia niejasnych z punktu widzenia umowy sprzedaży tzw. budżetów promocyjnych, zawieranie umów o promocję towaru renomowanego.

Przenosząc powyższe rozważania na grunt przedmiotowej sprawy, po pierwsze stwierdzić należało, że jak już była o tym mowa, dowody przeprowadzone w niniejszej sprawie w pełni uzasadniały twierdzenie, że zgoda powódki na poniesienie opłat za dodatkowe usługi oferowane przez stronę pozwaną była koniecznym warunkiem nawiązania współpracy, która umożliwiała stronie powodowej dostęp do istotnego rynku zbytu produkowanych przez nią towarów.

Po drugiej, to czy w danym przypadku miało miejsce pobranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, czy też zawarcie umów, w ramach których nabywca otrzymuje wynagrodzenie za świadczone rzeczywiście na rzecz i w interesie dostawcy usługi, jest zawsze kwestią okoliczności faktycznych konkretnego przypadku. W niniejszej sprawie pozwany obciążył powódkę trzema fakturami z tytułu usługi intensyfikacji sprzedaży.

Tę część rozważań należy poprzedzić ogólną uwagą, że nie może stanowić podstawy do obciążenia dostawcy wynagrodzeniem za wykonywane przez nabywcę usługi realizacja standardowych czynności, które nabywca podejmuje, aby sprzedawać posiadane przez siebie towary finalnym odbiorcom (konsumentom) w ramach prowadzonej działalności gospodarczej.

Strona pozwana podnosiła, że podejmowane przez nią działania zmierzające do intensyfikacji sprzedaży towarów dostarczanych przez powódkę polegały na umieszczaniu tych towarów w kolportowanej w wielomilionowym nakładzie gazetce promocyjnej oraz w specjalnych strefach, w których towary cieszą się zwiększonym zainteresowaniem klientów, wraz z informacją, że jest on sprzedawany w promocji.

Powyższe argumenty nie podważały jednak trafnego w ogólnej wymowie stanowiska Sądu Okręgowego, że ww. działania stanowiły zwykle dla pozwanej spółki czynności, której działalność polega na handlu, czyli oferowaniu konsumentom towarów nabytych wcześniej od ich producentów (dostawców).

Wbrew zarzutom apelacji nie można było w sprawie abstrahować od faktu, że promowane towary stanowiły już własność strony pozwanej. Wskazane przez pozwanego akcje wspierające i intensyfikujące sprzedaż były

podejmowane w celu zbycia towarów znajdujących się w ofercie S., zatem w interesie samego pozwanego, który zainteresowany był jak największą sprzedażą swoich towarów, w konsekwencji czego zwiększały się jego obroty i zyski.

Z załączonego do sprzeciwu od nakazu zapłaty dowodu w postaci gazetki promocyjnej wynika, że działania strony pozwanej sprowadzały się do poinformowania końcowych odbiorców o tym, że określony towar może zostać nabyty w promocyjnej cenie. Brak było - na co słusznie zwrócił uwagę Sąd I instancji - natomiast informacji o powódce jako producencie promowanego towaru, a przede wszystkim przedmiotowe gazetki nie zawierały jakiegokolwiek treści, która zachęcałaby konsumentów do nabywania produktów powódki, a nie innych producentów, z uwagi na ich określone walory. Analogicznie było w przypadku umieszczania produktów w specjalnych, wyznaczonych do tego strefach sklepów. Tego typu działania nie promowały zatem ani strony powodowej jako producenta zniczy, ani poszczególnych produktów, niewątpliwie natomiast pozwalały stronie pozwanej na zwiększenie sprzedaży własnego towaru. W świetle powyższego za gołosłowne należało uznać twierdzenia strony pozwanej o podejmowaniu działań promocyjnych również w interesie strony powodowej.

W tym kontekście zauważyć należało, że nie zasługiwał na uwzględnienie zarzut pozwanego dotyczący bezzasadnego - w ocenie skarżącego - przyjęcia przez Sąd I instancji, że na podstawie zawartych umów S. miało świadczyć na rzecz powódki usługi reklamowe. Sąd Okręgowy dokładnie określił jaki był zakres usług, do których wykonania zobowiązała się strona pozwana i nie wskazał, że miały to być usługi o charakterze sensu stricto reklamowym. Ponieważ jednak ww. usługi miały być świadczone przez pozwanego dla powódki, Sąd Okręgowy ocenił - w kontekście tego, czy miały one jakiegokolwiek znaczenie dla I. R. i tym samym wzajemne świadczenia stron cechowała ekwiwalentność - czy usługi te miały jakikolwiek walor reklamowy dla strony powodowej. Nie ulega przecież wątpliwości, że działania zmierzające do intensyfikacji sprzedaży polegają przede wszystkim za reklamie oferowanych towarów. W sytuacji, gdy same towary stanowiły już własność pozwanego, Sąd Okręgowy jak najbardziej zasadnie rozważał kwestię, czy usługi promocyjne oferowane przez S. miały jakiegokolwiek znaczenie dla samej powódki. Konkluzje Sądu I instancji były w tym zakresie prawidłowe i Sąd Apelacyjny je w pełni podziela.

Na marginesie zauważyć należało, że niniejsza sprawa dotyczy specyficznego towaru, jakim są znicze. Nie było w sprawie sporne, że towar ten sprzedaje się generalnie w październiku, w okresie poprzedzającym Święto Zmarłych. W tym kontekście Sąd I instancji zasadnie zwrócił uwagę, że pozwany nie wykazał, aby wykonywał jakiegokolwiek działania intensyfikujące sprzedaż w trzecim kwartale 2008 r. oraz w pierwszym kwartale 2009 r. Nie chodzi przy tym tylko o brak gazetek promocyjnych z tego okresu, ale generalnie dowodów, które wskazywałyby jakie konkretnie działania oraz kiedy i gdzie zostały podjęte przez stronę pozwaną. Skoro pozwany wystawił faktury obejmujące ww. okresy, to winien wykazać podstawy faktyczne dla tego rodzaju działania. Brak takich dowodów stanowił kolejny argument na rzecz uznania zapisów umów łączących strony za naruszające art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Efektom działań promocyjno-marketingowych podejmowanych przez sieć handlową może być wzrost zainteresowania danym produktem przez konsumentów i w konsekwencji wzrost jego sprzedaży. Może to oczywiście przełożyć się na wzrost zamówień tego towaru u jego producenta (dostawcy). Nie oznacza to jednak, że producent (dostawca) winien partycypować w kosztach ww. działań. Nie ulega wątpliwości, że na sukces rynkowy danego produktu składa się z jednej strony jakość i cena tego produktu, z drugiej zaś umiejętny sposób zainteresowania tym produktem klientów, co wiąże się z odpowiednią reklamą i marketingiem. O ile na jakość i cenę produktu wpływ ma przede wszystkim jego producent, o tyle jego rozreklamowaniem zainteresowany jest sprzedawca oferujący towar odbiorcy finalnemu. Art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. o tyle ingeruje w stosunki prawne pomiędzy producentem (dostawcą) a sprzedawcą, że zabrania temu ostatniemu pobierania jakichkolwiek opłat, które związane są ze zwykłymi czynnościami podejmowanymi w celu dalszej odsprzedaży tego produktu. Na gruncie niniejszej sprawy stwierdzić należy, że strona pozwana nie udowodniła, aby w zamian za pobierane od strony powodowej wynagrodzenie świadczyła na jej rzecz usługi.

Na marginesie powyższych rozważań należało też zauważyć, że strona pozwana nie wykazała, aby podejmowane przez nią działania przekładały się na wzrost zamówień składanych u powódki. Nie zostały przedstawione dowody, które wykazywałyby na istnienie zależności pomiędzy wzrostem obrotów i zamówień towarów, a konkretnymi działaniami intensyfikującymi sprzedaż. Nadto, zwiększenie przez pozwanego sprzedaży towarów kupionych od powódki nie

dawało tej ostatniej żadnej gwarancji, iż pozwany dokona dalszych zakupów, bowiem umowy nie zobowiązywały S. do dokonania zakupów o z góry określonej wartości. Zatem, to wyłącznie od pozwanego zależało, czy dokona dalszych zakupów towarów produkowanych przez stronę powodową.

Umowa o świadczenie usług należy do umów wzajemnych, zatem świadczenia obu stron powinny stanowić swoje odpowiedniki (art. 487 § 2 k.c.). Jakkolwiek wzajemne świadczenia nie muszą być względem siebie dokładnie obiektywnie równoważne (ekwiwalentne), to jednak ich odpowiedniość musi być zachowana (np. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 października 2004 r., V CK 670/03, OSNC 2005/9/162). Taka sytuacja niewątpliwie nie będzie miała miejsca w przypadku, gdy strona spełnia konkretne świadczenie pieniężne, a w zamian nie otrzymuje świadczenia, które w jakimkolwiek stopniu zaspokajałoby jej interes.

Z powyższych rozważań wynika, że strona pozwana nie wykazała, aby za otrzymane od strony powodowej wynagrodzenie świadczyła na jej rzecz usługi pozostające w jakiegokolwiek równoważności z tym co sama otrzymała. Już sam sposób rozliczeń rodził wątpliwości co do odpowiedniości świadczeń obu stron. Jakkolwiek nie można z góry zakwestionować możliwości ustalenia wynagrodzenia usługodawcy jako procentu od obrotu, to jednak wymagało to wykazania, że usługi intensyfikacji sprzedaży świadczone były w rzeczywistym interesie dostawcy oraz że otrzymane przez nabywcę wynagrodzenie odpowiadało chociaż w przybliżonym stopniu wartości jego wzajemnego świadczenia. Takich dowodów S. w niniejszej sprawie nie przedstawiło.

Powyższe rozważania prowadziły do wniosku, że Sąd I instancji zasadnie uznał, że opłaty za usługi intensyfikacji sprzedaży miały charakter opłat, których pobieranie jest zabronione przez art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Zarzuty apelacji dotyczące naruszenia tego przepisu, jak również art. 353<sup>1</sup> k.c. oraz art. 750 k.c. w zw. z art. 353<sup>1</sup> k.c. nie zasługiwały zatem na uwzględnienie.

Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jest aktem normatywnym o charakterze kompleksowym określającym samodzielnie zarówno same czyny nieuczciwej konkurencji, jak i roszczenia przysługujące przedsiębiorcom w przypadku ich dokonania. Oznacza to, że przedmiotowa ustawa może stanowić autonomiczną podstawę prawną dochodzonych roszczeń bez potrzeby odwoływania się np. do przepisów kodeksu cywilnego. Oczywiście nie oznacza to, że w określonych kwestiach nie może jednak zająć potrzeba odwołania się do odpowiednich przepisów kodeksu cywilnego, zwłaszcza o charakterze ogólnym.

Zgodnie z treścią art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., przedsiębiorca, którego interes został zagrożony lub naruszony w wyniku dokonania czynu nieuczciwej konkurencji może żądać wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści, na zasadach ogólnych.

Odesłanie w art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. do zasad ogólnych oznacza konieczność stosowania przepisów kodeksu cywilnego o bezpodstawnym wzbogaceniu - art. 405 i nast. k.c., chyba, że ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji reguluje daną kwestię odmiennie. Strona dochodząca roszczenia o wydanie bezpodstawnie uzyskanych korzyści zobowiązana jest zatem do udowodnienia:

- 1/ faktu popełnienia przez pozwanego czynu nieuczciwej konkurencji, co zastępuje przesłankę braku podstawy prawnej (bezpodstawności) przesunięcia majątkowego,
- 2/ wzbogacenia pozwanego,
- 3/ własnego zubożenia,
- 4/ związku między wzbogaceniem a zubożeniem.

Przeprowadzone powyżej rozważania pozwalały uznać, że strona pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., w sprawie nie była natomiast sporna kwestia, iż doszło do pobrania przez S. od I. R. należności wynikających z faktur wystawionych przez pozwanego w toku współpracy. Wykazane

zatem zostały wszystkie ww. przesłanki niezbędne do uwzględnienia powództwa powódki o wydanie bezpodstawnie uzyskanych korzyści. W konsekwencji uznać należało za bezzasadną apelację strony pozwanej skierowaną przeciwko rozstrzygnięciu zawartemu w pkt I wyroku (poza tą częścią, która dotyczyła odsetek ustawowych za okres od 29 października 2010 r. do 28 października 2011 r.).

Mając na względzie powyżej przedstawione okoliczności, Sąd Apelacyjny na podstawie art. 386 § 3 k.p.c. oraz art. 385 k.p.c. orzekł jak sentencji.

O kosztach postępowania przed Sądem II instancji orzeczono na podstawie art. 98 § 1 i 3, art. 99, art. 100 zdanie 2 oraz art. 108 § 1 w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. oraz na podstawie § 6 pkt 5 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 (t. jedn. Dz. U. z 2013 r., poz. 490).

Sąd Apelacyjny uznał, że nie miały charakteru kosztów niezbędnych koszty dojazdu do siedziby Sądu pełnomocnika strony powodowej określone na kwotę 898,08 zł. Stanowiły one koszt biletu lotniczego na trasie K.-W.-K.. Mając jednak na względzie szeroką dostępność połączeń kolejowych na ww. trasie, jak również termin wyznaczenia rozprawy apelacyjnej, uznać należało, że zwrotowi podlegała jedynie kwota stanowiąca równowartość biletu kolejowego na trasie K.-W.-K., tj. kwota 254 zł.