

Sygn. akt I ACa 1011/15

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 22 kwietnia 2016 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Roman Dzikczek

Sędziowie: SA Ewa Kaniok (spr.)

SO (del.) Mariusz Jabłoński

Protokolant: sekretarz sądowy Marta Puskarska

po rozpoznaniu w dniu 22 kwietnia 2016 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa A. K.

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 6 marca 2015 r., sygn. akt XVI GC 758/14

I. oddala apelację,

II. zasądza od (...) Budowlany spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. na rzecz A. K. kwotę 3.158 zł (trzy tysiące sto pięćdziesiąt osiem złotych) tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w postępowaniu apelacyjnym.

Mariusz Jabłoński Roman Dzikczek Ewa Kaniok

Sygn. akt I ACa 1011/15

UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 13 marca 2014 roku A. K. wniósł o zasądzenie od (...) Budowlany Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. kwoty 121 067,72 złotych wraz z ustawowymi odsetkami od tej kwoty liczonymi od dnia 14 lutego 2014 roku do dnia zapłaty oraz o zasądzenie kosztów procesu.

W uzasadnieniu podniósł, iż pozwany dopuścił się względem niego czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat z tytułu dopuszczenia towarów do sprzedaży, a zatem na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 tej ustawy powód domaga się zwrotu bezpodstawnie uzyskanych przez pozwanego korzyści.

Nakazem zapłaty Sądu Okręgowego w Warszawie wydanym w postępowaniu upominawczym dnia 11 kwietnia 2014 roku, (sygn. akt XVI GNc 244/14) orzeczono zgodnie z żądaniem pozwu.

W sprzeciwie od nakazu zapłaty pozwany wniósł o oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powoda kosztów procesu.

W uzasadnieniu zaprzeczył, aby kiedykolwiek zastrzegał lub pobierał od powoda opłaty z tytułu dopuszczenia towarów powoda do sprzedaży, a tym samym, aby popełnił czyn nieuczciwej konkurencji określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Wyrokiem z dnia 06 marca 2015 roku, Sąd Okręgowy w Warszawie w punkcie pierwszym zasądził od (...) Budowlany Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. na rzecz A. K. kwotę 121 067,72 złotych wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od dnia 14 lutego 2014 roku do dnia zapłaty; w punkcie drugim zasądził od (...) Budowlany Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. na rzecz A. K. kwotę 10 533,89 złote tytułem zwrotu kosztów procesu.

Sąd Okręgowy ustalił, że powód w ramach prowadzonej działalności gospodarczej zajmuje się sprzedażą roślin ogrodowych oraz ziół.

W dniu 1 stycznia 2009 roku powód jako sprzedawca zawarł z pozwanym prowadzącym sieć wielkopowierzchniowych marketów budowlanych (...) jako kupującym umowę o współpracy handlowej. Przedmiotem umowy była współpraca handlowa pomiędzy kupującym, a sprzedawcą w zakresie sprzedaży i dostawy do marketów należących do sieci (...) towarów sprzedawcy, świadczenia przez sprzedawcę na rzecz kupującego usług serwisowych. Zgodnie z § 1 umowy zamówienia miały być składane przez kupującego stosownie do jego indywidualnych potrzeb i planów handlowych. W § 3 ust. 6 umowy strony uzgodniły, że własność towarów, w ilości wynikającej z dowodu dostawy przechodziła na kupującego z chwilą przyjęcia towaru, zgodnie z § 3 ust. 5 umowy.

W dniu 10 czerwca 2009 roku strony zawarły także umowę o świadczenie usług na czas nieokreślony z datą obowiązywania od dnia 1 stycznia 2009 roku. Na podstawie § 1 ust. 3 umowy, pozwany zobowiązał się jako zleceniobiorca świadczyć na rzecz powoda usługi intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od powoda, a powód zobowiązał się do zapłaty pozwanemu wynagrodzenia w wysokości określonej w postanowieniach umowy.

Usługi intensyfikacji sprzedaży na podstawie § 1 ust. 4 umowy miały obejmować m.in. – ekspozycję wzorów, próbek towarów nabytych od powoda na terenie marketów pozwanego celem zwiększenia ich sprzedaży; świadczenie usług informacyjno – doradczych w stosunku do towarów zleceniodawcy, których celem było dostarczanie powodowi, nie częściej niż raz na kwartał informacji, danych dotyczących nabywców (klientów) towarów powoda (usługi te mogły w szczególności obejmować przygotowanie analizy pozycji towarów powoda na rynku lokalnym/ogólnopolskim z uwzględnieniem grup klientów, preferencji klientów, konkurencji na rynku lokalnym/ogólnopolskim); - zapewnienie optymalnego dostępu klientów do towarów nabytych od powoda w marketach pozwanego poprzez przedstawienie towarów w sposób odpowiadający potrzebom klientów w oparciu o posiadaną przez pozwanego wiedzę odnośnie preferencji klientów i sposobu podejmowania przez klientów decyzji dotyczących zakupu towarów; - udostępnianie na żądanie powoda kwartalnych statystyk sprzedaży towarów powoda, przy czym usługi te mogły w szczególności obejmować: usługi monitorowania i przygotowywania kwartalnych analiz i statystyk o sprzedaży poszczególnych towarów powoda w danym kwartale lub z podziałem na poszczególne miesiące kwartału w odniesieniu do pojedynczych marketów.

Na podstawie § 2 umowy, wynagrodzenie za usługi było obliczane jako procent od wartości obrotu. Wysokość tego wynagrodzenia była uzależniona od wartości łącznego obrotu między powodem a pozwanym towarami powoda w cenach netto, zrealizowanego w danym okresie rozliczeniowym rozumianym jako kwartał w roku rozliczeniowym. Przy łącznym obrocie ze wszystkimi zleceniobiorcami (łącznie z pozwanym były to trzy podmioty) od 0 zł do 3 000 zł stawka wynagrodzenia wynosiła 3,5%, a przy łącznym obrocie powyżej 3 000 zł - 4,5%.

Na podstawie § 3 ust 2 umowy, formą rozliczenia wynagrodzenia z tytułu świadczenia przez pozwanego usług, było potrącenie wierzytelności pozwanego wobec powoda z tytułu świadczenia usług z wierzytelnościami powoda wobec pozwanego z tytułu współpracy handlowej. Tytuł przelewu lub specyfikacja przelewu wymieniający zobowiązania i należności, stanowił oświadczenie o potrąceniu.

Sąd okręgowy ustalił, że dodatkowo dnia 16 marca 2012 roku oraz 13 marca 2013 roku powód zawarł z pozwanym umowy na podstawie, których powód zlecił pozwanemu za wynagrodzeniem określonym w umowach

- umieszczenie w katalogu fotografii produktów powoda,
- udostępnienie katalogu osobom trzecim w szczególności poprzez wyłożenie katalogu w placówkach handlowych O.,

Tytułem wynagrodzenia za spełnienie świadczenia objętego umowami, powód zobowiązał się zapłacić na rzecz pozwanego odpowiednio 5 000 złotych netto i 10 000 złotych netto.

Współpraca stron trwała od roku 2005 do roku 2013. W jej ramach powód i pozwany zawierali bezterminowe umowy o współpracę oraz o świadczenie usług. Ze strony powoda przy zawieraniu umów obecny był powód osobiście, bądź E. B. jako jego pełnomocnik, przy czym ostateczne decyzje podejmował powód. Podczas negocjacji w 2005 i 2009 roku powód był obecny osobiście. Ze strony pozwanego w negocjacjach brała udział O. Z. (1). Corocznie, bądź raz na dwa lata powód bądź jego pełnomocnik i przedstawiciel pozwanego spotykali się w siedzibie pozwanego celem omówienia mijającego okresu współpracy oraz poczynienia ustaleń na okres przyszły. Poza spotkaniami strony utrzymywały kontakt e-mailowy.

W trakcie negocjacji umowy na początku współpracy tj. w 2005 roku przedstawiciel pozwanego O. Z. wskazała powodowi, że współpraca z pozwanym opiera się na zawieranych z nim i redagowanych przez niego ramowych umowach obejmujących także uiszczanie opłat z tytułu świadczenia usług marketingu i jeśli dostawca odmówi ponoszenia opłat, to współpraca nie będzie z nim kontynuowana. Negocjacje w latach kolejnych, w tym także dotyczące zawarcia kolejnej umowy w roku 2009 w zakresie opłat za usługi intensyfikacji sprzedaży, obejmowały jedynie wysokość tych opłat. Ponadto prowadzono rozmowy dotyczące asortymentu, cennika towarów, warunków związanych z tzw. minimum logistycznym. Na pytania ze strony powoda jaka jest przyczyna obciążania go opłatami, przedstawiciel pozwanego odpowiedziała, takie są przyjęte zasady u pozwanego oraz, że „ktoś musi pokryć koszty katalogów”.

W 2009r. powód początkowo odmówił uiszczania opłat na rzecz pozwanego, czego skutkiem było zerwanie z nim współpracy przez jeden sezon. Została ona wznowiona na prośbę powoda.

W ciągu całego okresu współpracy pozwany w trakcie okresowych promocji eksponował niektóre towary dostarczane przez powoda umieszczając je w specjalnych strefach sprzedażowych a także umieszczał zdjęcia towaru dostarczanego przez powoda w wydawanej przez niego gazecie reklamowej skierowanej do konsumentów. Na zdjęciach towarów znajdujących się w gazecie reklamowej zamieszczona była jego nazwa handlowa, firma producenta oraz jego logo dostarczone przez powoda. Pozwany zamieścił zdjęcie produktu powoda wraz z jego logotypem w gazecie obowiązującej w okresie 12.04.2013 r. – 23.04.2013 r. oraz 24.04.2013 r. – 09.04.2013 r.

Przy wyborze produktów umieszczanych w strefach sprzedażowych oraz gazetkach reklamowych pozwany konsultował się z powodem, którego w tym zakresie reprezentowała E. B.. Ostateczna decyzja należała jednak zawsze do pozwanego.

W roku 2012 i 2013 pozwany wydał sezonowe katalogi ogrodowe, w których zamieścił zdjęcia produktów powoda wraz z logo. Logo powoda zostało także zamieszczone na przedostatniej stronie katalogu pomiędzy logo innych producentów, których towary były zamieszczone w katalogu.

Pozwany nie wykonywał szczegółowych analiz dotyczących rynków lokalnych produktu pozwanego i nie dostarczał ich powodowi

Z tytułu usług, o których mowa w łączącej strony umowie z dnia 10 czerwca 2009 roku **pozwany obciążył powoda łączną kwotą wynagrodzenia w wysokości 110 030,51 złotych wystawiając następujące faktury:**

- faktura nr (...) z dnia 2010-12-31 na kwotę 643,65 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2011-04-07 na kwotę 4 044,62 zł,
- faktura nr (...)/l (...) z dnia 2011-07-07 na kwotę 9 517,89 zł,
- faktura nr (...)/l(...) z dnia 2011-10-07 na kwotę 4 192,36 zł skorygowana następnie fakturami: nr (...) z dnia 2012-02-06 na kwotę -10,57 zł oraz nr (...) z dnia 2012-03-05 na kwotę -57,61 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2012-03-31 na kwotę 7 647,61 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2012-06-30 na kwotę 25 977,94 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2012-09-30 na kwotę 7 009,70 zł skorygowana następnie fakturą nr (...) z dnia 2013-03-05 na kwotę -11,84 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2013-03-31 na kwotę 2 324,74 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2013-06-30 na kwotę 34 884,78 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2013-09-30 na kwotę 13 886,05 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2013-12-31 na kwotę - 18,81 zł

Z tytułu zaś opłat za zamieszczenie wizerunków towarów powoda w katalogach wydanych w latach 2012 – 2013 na podstawie odrębnie zawartych umów, pozwany obciążył powoda łączną kwotą wynagrodzenia w wysokości 11 037,21 złotych wystawiając następujące faktury:

- faktura nr (...) z dnia 2013-03-31 na kwotę 7 437,21 zł,
- faktura nr (...) z dnia 2012-03-31 na kwotę 3 600,00 zł

Łączna wysokość wynagrodzenia na rzecz pozwanego wyniosła 121 067,72 zł.

Opłaty za usługi objęte wystawionymi fakturami VAT zostały przez pozwanego pobrane w ten sposób, że dokonał on kompensat własnych wierzytelności względem powoda z wierzytelnościami powoda względem pozwanego z tytułu dostarczonych towarów. Skutkiem dokonanych kompensat było zatrzymanie części należnego powodowi wynagrodzenia i dokonanie na jego rzecz przelewów bankowych obejmujących zmniejszone kwoty.

Pierwsza kompensata polegająca na przelaniu na rachunek bankowy powoda należnego mu wynagrodzenia pomniejszonego o wierzytelność pozwanego objętą fakturą VAT nr (...) z dnia 2010-12-31 na kwotę 643,65 zł została dokonana 17.03.2011 r. Odpowiadający jej dokument został sporządzony dnia 01.06.2011 r. Ostatnia kompensata została dokonana dnia 07.11.2013 r.

Płatność tytułem faktury nr (...) z dnia 2012-09-30 na kwotę 7 009,70 zł skorygowanej następnie fakturą nr (...) z dnia 2013-03-05 na kwotę -11,84 zł została dokonana przez powoda osobiście dnia 10.10.2012 r.,

Pismem nadanym w dniu 06 lutego 2014 roku powód poinformował pozwanego o popełnieniu przez niego czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do

sprzedaży i powołując art. 15 ust.1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wezwał pozwanego do zwrotu kwoty 121 067,72 zł w terminie do dnia 13 lutego 2014 roku. W piśmie wskazano, numery faktur tytułem, których pozwany dokonał poboru opłat.

Sąd nie dał jednak wiary zeznaniom świadka O. Z. w zakresie w którym świadek zeznała, iż zerwanie współpracy w pierwszej połowie roku 2009 było spowodowane wyłącznie wadami dostarczanego przez powoda produktu, dając w tym zakresie wiarę wyjaśnieniom powoda, który zeznał, że było to skutkiem odmowy płacenia przez niego opłat objętych umową marketingową. Twierdzenia powoda znajdują w ocenie Sądu potwierdzenie w postaci dat zawarcia umów z roku 2009. Umowa o współpracy handlowa została bowiem zawarta jeszcze 1 stycznia 2009 roku co oznacza, iż na początku tego roku pozwany nie miał zastrzeżeń do działalności powoda. Natomiast umowa o świadczenie usług, przewidująca uiszczanie przez powoda na rzecz pozwanego szeroko pojętych opłat marketingowych została zawarta dopiero dnia 10 czerwca 2009 roku, co koreluje z wyjaśnieniami powoda, iż współpraca została wznowiona dopiero, gdy zgodził się on uiszczać te dodatkowe opłaty.

Sąd Okręgowy wskazał, że zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta, które może się materializować m.in. w utrudnianiu dostępu do rynku (art. 3 ust. 2 ustawy) zdefiniowanym w art. 15 ustawy.

Zgodnie zaś z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy, czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Sąd Okręgowy wskazał, że w myśl powołanego przepisu, czynem nieuczciwej konkurencji stanowi już samo pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Przepis dotyczy wszelkich dodatkowych opłat oprócz marż i cen, które zawsze stanowią przedmiot negocjacji między stronami, w szczególności opłaty za samo wejście do sieci, za reklamę i promocję towarów, za miejsce ekspozycji towarów czy chociażby za wprowadzenie towaru do sieci informatycznej. Nie jest dopuszczalne pobieranie od przedsiębiorcy opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze sprzedażą towarów ostatecznym odbiorcom. Równocześnie art. 15 ust. 1 pkt 4 wprowadza domniemanie prawne, iż w każdym przypadku pobierania za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat innych niż marża handlowa dochodzi do utrudnienia innym przedsiębiorcom dostępu do rynku.

W ocenie Sądu Okręgowego powód nie miał realnego wpływu na treść podpisanych umów: handlowej oraz o świadczenie usług. Umowy takie zawierane na czas nieokreślony podlegały corocznie renegotjacji jedynie w zakresie ustalenia ceny, po której powód dostarczał pozwanemu towary, a także warunków naliczania wynagrodzenia tytułem usług marketingowych określonych w § 1 ust. 4 umowy o świadczeniu usług, to jest stawek procentowych obrotu oraz pułapów wolumenu obrotu, w ramach których będą one stosowane. Nie było przy tym sytuacji, w której warunki naliczania opłaty za działania marketingowe uległyby zmianie na korzyść powoda. Tendencja na przestrzeni lat była wzrastająca. Brak prowadzenia w późniejszym okresie współpracy jakichkolwiek intensywniejszych rozmów w zakresie samego świadczenia usług marketingowych w ocenie Sądu świadczy o fałszywej, iż możliwość taka nie była w ogóle przez pozwanego brana pod uwagę, a za taką oceną przemawiają dwie okoliczności. Po pierwsze już na etapie rozpoczęcia współpracy w 2005 roku przedstawiciel pozwanego wskazał powodowi, iż uiszczanie opłat w oparciu o odrębnie zawartą umowę o świadczenie usług jest elementem prowadzenia działalności przez pozwanego i nie współpracuje on z dostawcami na zasadach odmiennych. Po drugie o braku jakiegokolwiek możliwości negocjacyjnej w zakresie świadczenia usług świadczą skutki jakie miały miejsce w sytuacji gdy powód odmówił zawarcia stosownej umowy w 2009 roku. Współpraca z powodem została bowiem przerwana aż do chwili, w której zdecydował się prowadzić ją na dotychczasowych zasadach, obejmujących obowiązkowe zawieranie umów o świadczenie usług marketingowych negocjowanych jedynie w zakresie stawki ponoszonych opłat. Alternatywą dla powoda w razie odmowy prowadzenia współpracy z pozwanym wyłącznie na warunkach przedstawionych przez pozwanego był jedynie brak współpracy. Powyższa ocena odnosi się w ocenie Sądu także do dodatkowych umów z 2012 i 2013 roku obejmujących świadczenie przez pozwanego usługi w postaci wydania katalogu zawierającego zdjęcia towarów między innymi powoda. Nie były to bowiem umowy funkcjonujące w oderwaniu od współpracy wynikającej z umowy

o współpracę i świadczenie usług i w tym zakresie stanowisko pozwanego pozostało niezmiennie – nie dopuszczał on sytuacji, w której kontrahent odmawia ponoszenia opłat za działalność w postaci wydawania katalogów.

Jeśli chodzi o drugą ze wskazanych przesłanek wystąpienia deliktu z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy, to Sąd Okręgowy stwierdził, iż o fakcie pobierania takich opłat można mówić wówczas, gdy obarczone są niezasadnością.

Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 12 czerwca 2008 r. (sygn. akt III CSK 23/08, LEX nr 449921) wskazał, iż niezasadność opłat innych niż marża handlowa ma miejsce, gdy ich pobieranie utrudnia przedsiębiorcy dostęp do rynku i utrudnienie takie ma nieuczciwy charakter. Dostęp do rynku rozumiany jest przy tym w doktrynie szeroko, jako swoboda wejścia na rynek, wyjścia z niego, a także oferowania na nim swoich towarów i usług.

W ocenie Sądu Okręgowego, pozwany dążył do wykazania, iż mimo uzależnienia zawarcia umowy o współpracy z powodem od zawarcia dodatkowych umów o świadczenie różnego rodzaju usług nie dopuścił się deliktu stypizowanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy, gdyż w zamian za pobierane od powoda opłaty spełniał ekwiwalentne świadczenia w postaci usługi marketingowej polegającej na szeroko pojętej reklamie na rzecz powoda oraz usługi zamieszczania zdjęć jego towarów w okresowo wydawanych katalogach.

Jako, że ekwiwalentność świadczenia zalicza się do przesłanek wyłączających nieuczciwość czynu, który jest przedmiotem niniejszej sprawy, Sąd Okręgowy wskazał, że dyspozycją art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy nie są objęte sytuacje, kiedy strony łączy umowa wzajemna rzeczywiście przez strony realizowana. Pozwany – którego w tym zakresie dotyczył ciężar dowodu - nie wykazał, iż z jego strony występowało świadczenie ekwiwalentne w postaci wykonywania usług reklamowych i marketingowych na rzecz powoda, do których był zobligowany z tytułu zawartej umowy.

Spośród przykładowo tylko wskazanych w umowie o świadczenie usług potencjalnych działań marketingowych, które pozwany miał świadczyć na rzecz powoda, pozwany podniósł, iż wykonywał działania w postaci ustawiania dostarczanych przez powoda towarów w korzystnych marketingowo częściach prowadzonych przez niego sklepów, a ponadto, iż zamieszczał zdjęcia produktów dostarczanych przez powoda w wydawanej w związku z przeprowadzanymi promocjami gazetce. Dodatkowo wskazał, iż zamieszczał zdjęcia produktów powoda w wydawanych przez siebie w latach 2012 - 2013 katalogach.

Sąd Okręgowy wskazał, iż pozwany nie wykazał, aby dostarczane przez powoda towary istotnie poza okresami prowadzenia promocji były umieszczane w korzystniejszych z punktu widzenia sprzedaży miejscach prowadzonego przez niego sklepu wielkopowierzchniowego, a tym bardziej kiedy i w jakim rozmiarze czynność taka miałaby być dokonana. Żadna ze wskazanych okoliczności nie wynika z przeprowadzonych w toku postępowania dowodów. W toku postępowania dowodowego ustalone zostało, iż w spornym okresie niektóre z towarów powoda były eksponowane w ramach akcji promocyjnych. Nie zostało jednak wskazane – wobec zaprzeczenia tej okoliczności przez powoda – jakie dokładnie towary, w jakich ilościach, jakich placówkach i kiedy miałyby być przedmiotem tych dodatkowych czynności podejmowanych ze strony pozwanego. Za niewystarczające w tym zakresie należy uznać ogólnikowe stwierdzenie, że usługi takie były świadczone, bez wskazania konkretnych danych. Nie pozwala to bowiem na dokonane oceny, czy rzeczywiście były wykonywane przez pozwanego w tym zakresie czynności w takiej skali aby można było uznać, iż spełnia on świadczenie, do którego zobowiązał się w łączącej strony umowie (niezależnie już od samej okoliczności czy tego rodzaju działalność polegająca na ekspozycji własnego w istocie towaru może zostać uznana za reklamę dostawcy). W szczególności przeciwko przyjęciu, iż towar powoda był w ogóle w jakikolwiek szczególnie sposób eksponowany przemawia okoliczność, iż ekspozycja nie miałaby dotyczyć całości lecz jedynie wybranych produktów. W obliczu braku informacji, jakie produkty podlegać miały ekspozycji, Sąd Okręgowy nie mógł poczynić ustaleń, czy działania ze strony pozwanego objęły cały towar powoda.

Co zaś tyczy się czynności w postaci zamieszczania oferowanych przez powoda towarów w gazetkach reklamowych, to w tym zakresie w ocenie Sądu Okręgowego także nie można działaniu temu przyznać cechy świadczenia ekwiwalentnego w odniesieniu do pobieranych opłat. Pozwany w wydawanych przez siebie gazetkach reklamowych a także – na podstawie odrębnie zawieranych z powodem umów – katalogach w latach 2012 i 2013 zamieszczał towary dostarczane przez powoda z uwzględnieniem nazwy producenta i jego logo, działania takie jednak w ogóle

nie mogą stanowić przejawu działalności reklamowej prowadzonej na rzecz powoda. Sprzedawane przez pozwanego towary dostarczane mu przez powoda, w chwili wystawienia ich w hali marketu stanowiły już własność pozwanego, w sprzedaży której był zainteresowany. Okoliczność ta przesądza, iż za działanie reklamowe na rzecz powoda nie może być uznane dowolne działanie marketingowe podejmowane przez pozwanego, celem sprzedaży posiadanych przez niego rzeczy.

Sąd Okręgowy wskazał, iż z uwagi na konstrukcję łączącej strony umowy o współpracy, jakkolwiek wzrost sprzedaży towarów dostarczanych przez powoda nie miałby żadnego przełożenia na umocnienie jego pozycji handlowej. Celem bowiem wydawanych katalogów reklamowych było przyciągnięcie klienta do sieci sklepów prowadzonych przez pozwanego a nie bezpośrednio do producentów produktów. Wydawane zaś publikacje nie stanowiły folderu reklamowego służącego wsparciu marki powoda a jedynie zawierały przegląd produktów dostępnych w sklepach pozwanego. Równocześnie Sąd wskazał na uzależnienie ewentualnego wzrostu sprzedaży przez powoda jego produktów wyłącznie od woli pozwanego i w oderwaniu od jakichkolwiek rezultatów prowadzonej reklamy. W świetle postanowień umowy handlowej (§ 1) pozwany był bowiem wyłącznie władnym do określania wysokości oraz częstotliwości składania zamówień u powoda i okoliczność zwiększenia obrotu towarami powoda w rezultacie działalności reklamowej wcale nie musiała przekładać się na wzrost sprzedaży do sieci pozwanego. Niezależnie bowiem od rezultatów reklamy, pozwany nie miał żadnych obowiązków zwiększania zamówień a nawet mógłby z nich w dowolnym momencie zrezygnować, gdyby w rezultacie kalkulacji biznesowych było dla niego bardziej opłacalne nabywanie towarów od innych dostawców, bądź w ogóle sprzedaż innego asortymentu.

Sąd Okręgowy wskazał, że usługi marketingowe będące przedmiotem zawieranej umowy w istocie służyły ukryciu procederu w postaci pobierania przez pozwanego dodatkowych opłat związanych z samym faktem umożliwienia powodowi dostarczania towarów. Pozwany nie świadczył na rzecz powoda usług a jedynie przerzucał na niego koszty własnej działalności reklamowej.

O iluzorycznym charakterze usługi objętej umową z 10 czerwca 2009 roku świadczy w ocenie Sądu Okręgowego fakt, iż wynagrodzenie za jej wykonywanie było ustalone jako odsetek wartości obrotu pomiędzy stronami. Tak ściśle powiązane tych elementów, przy uwzględnieniu faktu, iż wolumen obrotu nie ma przełożenia na trudność i koszty związane z reklamą i promocją świadczy o tym, iż pozwanemu w ramach zawartej umowy nie zależało na dodatkowym zarobku z tytułu świadczonych usług, lecz na proporcjonalnym do dostaw zmniejszeniu cen jednostkowych dostarczanych przedmiotów. Znamiennym jest przy tym, iż opłata ta, rzekomo naliczana jako wynagrodzenie za działalność reklamowa w odniesieniu do produktów powoda, była naliczana w oparciu o całkowity obrót, a więc obejmujący także towary, wobec których pozwany mógł nigdy nie podejmować jakichkolwiek czynności zmierzających do zwiększenia sprzedaży. Okoliczność ta została wskazana przez świadka O. Z. – Z. (00:36:20 – 00:36:24).

Tym samym skutkiem uznania za bezzasadny podniesiony przez pozwanego zarzut spełnienia na rzecz powoda świadczeń, których dotyczyły zapisy zawartej pomiędzy stronami umowy z 2009 roku oraz dwóch umów dodatkowych działanie pozwanego Sąd Okręgowy uznał za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy.

W ocenie Sądu Okręgowego nie zasługiwał na uwzględnienie zarzut pozwanego, iż powód skutkiem postanowień zawartej umowy nie miał utrudnionego dostępu do rynku. Skutkiem ponoszenia dodatkowych opłat w związku z realizowaną umową, powód – osiągając mniejszy zysk – znajdował się w trudniejszej sytuacji niż gdyby nie był obowiązany do ich uiszczania. Z uwagi na wagę pozwanego jako klienta powoda, z którym wedle własnych słów realizował on 25% obrotu, powód musiał godzić się na warunki pozwanego tak długo, jak w rezultacie współpracy osiągał jakikolwiek zysk. Nie mógł zatem swobodnie kształtować swojej polityki sprzedaży i doboru kontrahentów.

Skutkiem uznania, że działania pozwanego stanowiły czyny nieuczciwej konkurencji, było uznanie zasadności roszczenia o zwrot pobranych kwot na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy. Przepis ten stanowi samodzielną podstawę prawną wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści, bez potrzeby odwoływania się do przepisów regulujących konsekwencje nieważności umowy. Spełnione muszą być natomiast przesłanki bezpodstawnego wzbogacenia

określone w art. 405 k.c., tj. wzbogacenie jednego podmiotu i zubożenie drugiego, związek między zubożeniem a wzbogaceniem i bezpodstawność wzbogacenia, przy czym bezpodstawne wzbogacenie może polegać także na zmniejszeniu pasywów np. zmniejszeniu zobowiązań pozwanego wobec powoda z tytułu ceny za zakupiony towar.

Skutkiem działania pozwanego w postaci pobrania wynagrodzenia za usługi marketingowe oraz tytułem bonusów z wynagrodzenia przysługującego powodowi z tytułu dostarczonych towarów niewątpliwie po stronie pozwanego nastąpiło przysporzenie w postaci zmniejszenia pasywów. Równocześnie zaś po stronie powoda nastąpiło zubożenie w postaci otrzymania wynagrodzenia mniejszego, niż było mu należne. Sama zaś czynność pobrania jak została dokonana bez podstawy prawnej. Pozwanemu w istocie nie przysługiwała wierzytelność z tytułu świadczonych usług, ich istnienie bowiem było fikcją mającą za zadanie ukrycie poboru dodatkowych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Pobranie zaś kwoty stanowiło delikt z art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy. Świadczenie to należało więc uznać za bezpodstawnie uzyskane przez pozwanego kosztem powoda.

W zakresie roszczenia o zapłatę odsetek Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 455 k.c. w zw. z art. 481 § 1 k.c. Świadczenie z tytułu bezpodstawnego wzbogacenia ma charakter bezterminowy, więc do określenia terminu jego spełnienia stosuje się art. 455 k.c., zgodnie, z którym, jeżeli termin spełnienia świadczenia nie jest oznaczony ani nie wynika z właściwości zobowiązania, świadczenie powinno być spełnione po wezwaniu dłużnika do wykonania. Powód wezwał pozwanego do zapłaty kwoty dochodzonej niniejszym pozwem w terminie do dnia 13 lutego 2014 roku. Od dnia 14 lutego 2014 roku pozwany pozostaje w zwłoce w rozumieniu art. 481 § 1 k.c. W związku z powyższym Sąd Okręgowy uwzględnił powództwo w całości.

O kosztach procesu Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c. w zw z art. 99 k.p.c.

Apelację od powyższego wyroku wniósł pozwany, zaskarżając go w całości i zarzucił naruszenie:

1. art. 233 § 1 k.p.c. w związku z art. 328 § 2 k.p.c. poprzez przekroczenie zasad swobodnej oceny dowodów, poczynienie ustaleń sprzecznych z treścią zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, dokonanie oceny dowodów w sposób niewszerechny i nasuwający zastrzeżenia z punktu widzenia zasad logicznego rozumowania, a także pominięcie istotnej części materiału dowodowego, w szczególności poprzez przyjęcie przez Sąd pierwszej instancji, iż:

- przepis artykułu 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. dotyczy wszelkich dodatkowych opłat oprócz marż i cen, które zawsze stanowią przedmiot negocjacji między stronami, w szczególności opłaty za samo wejście do sieci, za reklamę i promocję towarów, za miejsce ekspozycji towarów, czy chociażby za wprowadzenie towaru do sieci informatycznej;
- powód nie miał realnego wpływu na treść podpisanych umów; nie było sytuacji, w której warunki naliczania opłat za działania marketingowe uległyby zmianie na korzyść powoda;
- już na etapie współpracy w 2005 r. przedstawiciel pozwanej wskazał powodowi, że uiszczanie opłat jest elementem prowadzenia działalności przez pozwaną i nie współpracuje ona z dostawcami na odmiennych zasadach;
- brak prowadzenia w późniejszym okresie współpracy jakichkolwiek intensywnych rozmów w zakresie samego świadczenia usług świadczy, że taka możliwość nie była przez pozwaną w ogóle brana pod uwagę, odnosi się to również do umów o udział w Katalogach w 2012 r. oraz w 2013 r.;
- pozwana nie wykazała, że z jej strony występowało świadczenie ekwiwalentne w postaci wykonywania usług marketingowych i reklamowych na rzecz powoda;
- celem Katalogów było przyciągnięcie klienta do sieci sklepów prowadzonych przez pozwaną, a nie bezpośrednio do producentów produktów; Katalog stanowił publikację zawierającą przegląd produktów dostępnych u pozwanej, a nie wsparcie reklamowe powoda;

2. bezzasadne pominięcie przez Sąd Pierwszej Instancji dowodu w postaci zeznań świadka O. Z. (4) w zakresie, w jakim świadek zeznał, że zerwanie współpracy z powodem w pierwszej połowie 2009 r. było spowodowane wyłącznie wadami dostarczonego produktu;

3. 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 pierwszej instancji, że:

- powód był obecny podczas negocjacji warunków współpracy w 2005 r., oraz 2009 r.;
- jeżeli dostawca odmówi ponoszenia opłat, to współpraca nie będzie z nim kontynuowana; negocjacje obejmowały wyłącznie wysokość opłat,
- w roku 2009 powód początkowo odmówił uiszczania opłat na rzecz pozwanej, czego skutkiem było zerwanie współpracy na jeden sezon; współpraca została wznowiona dopiero po zawarciu umowy o świadczenie usług;

4. art. 233 § 1 k.p.c. w związku z art. 328 § 2 k.p.c. poprzez niewskazanie przyczyn, dla których Sąd uznał za wiarygodne zeznania strony powodowej, w szczególności w zakresie stwierdzenia, że pozwany poinformował powoda w 2009 r, że ktoś musi pokryć koszty katalogów, które były wydane przez stronę pozwaną trzy i cztery lata później (tj. w 2012 r. i 2013 r.);

5. naruszenie art. 15 ust. 1 pkt. 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (u.z.n.k.) poprzez błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie, skutkujące przyjęciem, iż:

- artykuł ten wprowadza domniemanie prawne, iż w każdym przypadku pobierania za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat innych niż marża handlowa dochodzi do utrudnienia innym przedsiębiorcom dostępu do rynku;
- pozwana utrudniała powodowi dostęp do rynku, a pobierane przez pozwaną wynagrodzenie za świadczone na rzecz powoda usługi, stanowi pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, a tym samym, że pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.;

6. art. 18 ust. 1 pkt. 5 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie polegające na przyjęciu, iż pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k, a pobrane przez pozwaną wynagrodzenie za świadczone usługi stanowi bezpodstawnie uzyskaną korzyść, która powinna być wydana powodowi.

W konkluzji skarżący wniósł o zmianę wyroku i oddalenie powództwa w całości oraz przyznanie stronie pozwanej kosztów postępowania za obie instancje, ewentualnie o uchylenie wyroku i przekazanie sprawy Sądowi pierwszej instancji do ponownego rozpoznania, z pozostawieniem temu Sądowi rozstrzygnięcia o kosztach postępowania apelacyjnego.

Powód wniósł o oddalenie apelacji, oraz o zasądzenie od pozwanej zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w II instancji według norm przepisanych.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja nie jest zasadna i podlega oddaleniu na podstawie art. 385 k.p.c.

Ustalenia faktyczne poczynione przez sąd I instancji są prawidłowe i Sąd Apelacyjny przyjmuje je za własne. Zarzut naruszenia art. 233 par. 1 k.p.c. jest chybiony. Sąd Okręgowy dokonał wszechstronnej oceny dowodów, zgodnie z zasadami wiedzy, doświadczenia życiowego i logicznego rozumowania. Uzasadnienie zaskarżonego wyroku spełnia wymogi określone w art. 328 par. 2 k.p.c.

Prawidłowo ustalił sąd I instancji, że powód nie miał realnego wpływu na treść umów o świadczenie usług. Pozwany w apelacji zniekształca treść zeznań O. Z. (1). Świadek zeznała, że szczegółowe warunki umów o świadczenie usług nie były negocjowane, nie pamięta ustępstw za usługi w 2005r. i nie rozumie co oznaczają ustępstwa, a okoliczności negocjowania umowy o świadczenie usług z 2009r. w ogóle nie pamięta. Sąd Apelacyjny podziela stanowisko sądu I instancji, że zeznania powoda w tym zakresie są przekonujące, zważywszy na okoliczności, w jakich doszło do zawarcia umowy o współpracy handlowej i przebieg tej współpracy. Znamienne w sprawie jest to, że umowa o świadczenie usług z 10.06.2009r. miała obowiązywać od 1.01.2009r. a więc z datą wsteczną, co z przyczyn oczywistych nie mogło leżeć w interesie powoda, gdyż łączyło się dla niego z dodatkowym obciążeniem finansowym a trudno wyobrazić sobie, że pozwana nie będąc zobowiązana umownie do świadczenia usług świadczyła je w okresie od 1.01.2009r. do 10.06.2009r., pomimo że w tym czasie nie przyjmowała dostaw od powoda.

Chybiony jest zarzut apelacji, iż sąd pominął zeznania O. Z. (4) jakoby zerwanie współpracy z powodem w pierwszej połowie 2009r. było spowodowane wyłącznie wadami dostarczonego towaru. Sąd I instancji wskazał, dlaczego w tym zakresie nie dał wiary zeznaniom świadka i stanowisko swoje logicznie uzasadnił. W ocenie Sądu Apelacyjnego brak jest podstaw do przyjęcia, że ocena dokonana przez sąd I instancji narusza reguły wynikające z art. 233 par. 1 k.p.c.

Wiarygodne są zeznania powoda, że już w 2005r. przedstawiciel pozwanego wskazał, iż uiszczanie opłat za usługi jest elementem prowadzenia działalności przez pozwanego. Bezsporne jest, że w 2005r. powód dążył do nawiązania współpracy handlowej z pozwanym bo był on dużym odbiorcą oraz to, że po podpisaniu umowy o współpracy handlowej powód podpisał umowę o świadczenie usług z 1.07.2005r. z mocą obowiązującą od 1.01.2005r. (k.379), co przemawia za wiarygodnością jego zeznań, że opłaty za usługi zostały mu narzucone w tym znaczeniu, że bez ponoszenia tych opłat kontynuowanie współpracy nie było możliwe. O tym, że opłaty za usługi zostały powodowi narzucone przekonuje także okoliczność, że w czasie współpracy strony nie prowadziły rozmów dotyczących zakresu świadczenia usług. Pozwany wykazał jedynie, że miała miejsce wymiana korespondencji odnośnie udziału powoda w 2 sezonowych katalogach roślin, jednak umieszczenie roślin powoda w tych katalogach było odrębną usługą, nie wchodzącą w zakres objęty umową z 2009r. O wiarygodności zeznań powoda świadczy okoliczność, że w istocie nie był zainteresowany usługami oferowanymi przez pozwaną, nie zwracał się do niej o udostępnienie kwartalnych statystyk sprzedaży towarów w odniesieniu do poszczególnych marketów, oraz informacji dotyczących nabywców towarów, analizy pozycji jego towarów na rynku lokalnym z uwzględnieniem grup klientów, preferencji klientów, konkurencji na rynku lokalnym, natomiast pozwana nie przejawiała zaangażowania w tym kierunku aby w/w statystyki, analizy i informacje przekazywać powodowi. Pozwana nie udowodniła w niniejszym postępowaniu, że owe analizy i statystyki w ogóle sporządzała i że kiedykolwiek udostępniła je powodowi.

Prawidłowe jest ustalenie sądu I instancji, że warunki naliczania opłat za działania marketingowe ulegały zmianie na niekorzyść powoda. W umowie o świadczenie usług z 1.07.2005r. (k.379) ustalono, że przy łącznym obrocie do 3000 zł. opłata za usługi wynosić będzie 4,9%, a przy obrocie powyżej 3000 zł. -6%, w aneksie do tej umowy z 1.02.2006r. (k.385) ustalono, że przy obrocie łącznym do 3000 zł. opłata za usługi wynosić będzie 4,9%, a przy obrocie powyżej 3000 zł. 7,5%. W umowie o świadczenie usług z 10.06.2009r. (k.42), ustalono że przy łącznym obrocie do 3000 zł. opłata za usługi wyniesie 7,5%, a przy obrocie powyżej 3000 zł. wyniesie 9%.

Prawidłowo ustalił sąd I instancji, że strony nie prowadziły w czasie współpracy rozmów w zakresie świadczenia usług polegających na ekspozycji wzorów, próbek towarów nabytych przez pozwanego od powoda. Należy dodać, iż pozwany nie udowodnił, że w ogóle świadczył tego rodzaju usługi. Nie prowadzono także rozmów dotyczących wykonania usługi polegającej na zapewnieniu optymalnego dostępu klientów do towarów nabytych przez pozwanego od powoda. Według zeznań świadka O. Z. (1) wykonanie tej usługi polegało na wystawianiu towarów do sprzedaży w strefach o podwyższonej frekwencji klientów. W ocenie Sądu Apelacyjnego, tego rodzaju działania nie mogą być uznane za usługę wykonywaną na rzecz powoda, dotyczyły bowiem towaru stanowiącego własność pozwanego i stanowiły element normalnej działalności handlowej pozwanego. Nie zostało udowodnione, aby tego rodzaju działanie pozwanego stanowiło ekwiwalent świadczenia powoda polegającego na uiszczeniu zapłaty w wysokości określonego procentu od obrotu.

Prawidłowe jest ustalenie sądu I instancji, że powód był obecny podczas negocjacji warunków współpracy w 2005r. oraz w 2009r., wynika ono wprost z zeznań powoda a zeznania O. Z. (1) im nie przeczą. Przede wszystkim świadek nie pamięta okoliczności negocjowania umowy w 2009r. Pamięta natomiast, że rozmowy prowadziła najczęściej z E. K. lub z A. K.. A. K. wiedział o czym rozmawiała z E. K. i zawsze miał głos decydujący.

Sąd Apelacyjny podziela stanowisko sądu I instancji, że gdy idzie o udział powoda w (...) na rok 2012 i 2013 pozwany nie wykazał, że z jego strony występowało świadczenie ekwiwalentne w postaci wykonania usług marketingowych i reklamowych.

Celem owych katalogów było przyciągnięcie klienta do sieci sklepów prowadzonych przez pozwanego, a nie wsparcie reklamowe powoda. Jak wynika z treści umowy z 16.03.2012r. dotyczącej umieszczenia fotografii produktów powoda w (...) na rok 2012 i udostępnienia katalogu osobom trzecim poprzez wyłożenie go w placówkach handlowych O. (k.138), katalog miał się ukazać w celu „**promocji wybranych artykułów znajdujących się w ofercie handlowej O.**” i „**przybliżenia klientom O. wybranych produktów z ich oferty handlowej**”. Powód, którego produkty znajdowały się w ofercie handlowej O. wyraził zainteresowanie prezentacją swoich produktów w katalogu, w celu zwiększenia ich sprzedaży i dostarczył O. fotografie swoich produktów. Fotografie produktów powoda umieszczone zostały obok fotografii i opisów innych produktów znajdujących się w ofercie handlowej O.. Umowa z 13.03.2013r. dotycząca umieszczenia fotografii produktów powoda w (...) na rok 2013r. (k.141) zawierała taką samą treść, różniła się jedynie wysokością wynagrodzenia, które powód zobowiązał się uiszczyć. Zdjęcia zamieszczone w katalogach k.161, 174, zawierały produkt z nazwą - bez opisu cech produktu, cenę obowiązującą wyłącznie w sklepach (...), oraz logo producenta bez danych pozwalających na nawiązanie potencjalnemu klientowi kontaktu z powodem. Tego rodzaju katalog stanowił więc ofertę handlową pozwanego a zawarte w nim informacje stanowiły niezbędne minimum, które sprzedawca zobowiązany jest udostępnić potencjalnym nabywcom oferowanych produktów zgodnie z art. 3 ust. 1 i 2 ustawy z 27.07.2002r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (nazwa produktu, nazwa producenta i cena).

Chybiony jest zarzut naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 15 ust.1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Wbrew twierdzeniom podniesionym w apelacji sąd ten nie wyraził poglądu, że niedopuszczalne jest pobieranie opłat, które nie są opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży lecz opłatami za usługi rzeczywiście świadczone na rzecz dostawcy towaru. Rzecz w tym, że pozwany nie wykazał, że świadczył na rzecz powoda usługi, które uzasadniały pobieranie takich opłat. Złożone do akt faktury nie wskazują, jakie konkretnie usługi zostały przez pozwanego w danym okresie wykonane (np. faktura k.76). W rubryce „nazwa towaru” wskazano: „świadczenie usług zgodnie z umową”. Taki zapis nie poddaje się weryfikacji i nie dowodzi sam w sobie wykonania usługi. Nie pozwala także na ustalenie, czy zapłata za usługę ma charakter ekwiwalentny. Z przeprowadzonych dowodów wynika, że usługi takie jak udostępnianie kwartalnych statystyk sprzedaży, usługi informacyjno-doradcze, ekspozycja wzorów i próbek towarów nie były wykonywane (zeznania powoda, zeznania świadków). Nie przedłożono do akt żadnych dokumentów świadczących o ekspozycji wzorów i próbek towarów powoda, czy o sporządzaniu statystyk i analiz na potrzeby powoda, natomiast zapewnienie optymalnego dostępu klientów do towarów nabytych od powoda, polegające na wystawianiu towarów w strefach o podwyższonej frekwencji klientów, nie stanowiło usługi, było bowiem nierozdzielnie związane z działalnością handlową pozwanego. Podobnie umieszczenie towarów powoda w gazetkach reklamowych było nierozdzielnie związane z działalnością handlową pozwanego i nie stanowiło ekwiwalentnej usługi na rzecz powoda, co sąd I instancji prawidłowo ustalił. Działanie to miało na celu zapoznanie klientów O. z jego ofertą handlową i obejmowało towary stanowiące jego własność. W gazetkach nie wskazywano na żadne cechy towarów powoda, które mogłyby wpłynąć na kupno tych towarów przez klientów w innych miejscach niż sklepy pozwanego. Pobieranie od powoda opłat za wystawianie towarów w sklepach pozwanego w miejscach bardziej uczęszczanych przez klientów oraz za umieszczenie tych towarów w gazetkowej ofercie pozwanego, stanowiło przerzucanie na powoda kosztów działalności handlowej pozwanego. Tego rodzaju działanie jest działaniem nieuczciwym, sprzecznym z dobrymi obyczajami kupieckimi. Trafnie sąd I instancji zakwalifikował je jako czyn nieuczciwej konkurencji określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Sąd Apelacyjny nie podziela stanowiska sądu I instancji, że art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wprowadza domniemanie, że w każdym wypadku pobierania za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat innych niż marża handlowa, dochodzi do utrudniania innym przedsiębiorcom dostępu do rynku. Uchybienie sądu I instancji w tym zakresie nie wpłynęło jednak na rozstrzygnięcie, albowiem powód wykazał, że pozwany utrudniał mu dostęp do rynku. Powodowi zależało na współpracy z pozwanym, gdyż był on dla niego znaczącym partnerem. Aż 25% obrotu powoda realizowane było w ramach współpracy handlowej z pozwanym. Dodatkowe opłaty pochłaniały jednak całą marżę handlową powoda i sprawiały, że powód nie miał z czego generować zysku. Pozwany, jako duży odbiorca, miał dostęp do klientów z całego kraju, konieczność ponoszenia przez powoda dodatkowych opłat na rzecz pozwanego za przyjęcie towaru do sprzedaży utrudniała powodowi dostęp do klientów nabywających towary powoda od O..

Chybiony jest zarzut naruszenia art. 18 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Z dokonanych w sprawie wiążących ustaleń faktycznych wynika jednoznacznie, że pozwany dokonywał potrąceń opłat o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 w/w ustawy z wierzytelnością powoda z tytułu ceny sprzedaży towarów. Jak trafnie wskazał sąd I instancji, w konsekwencji świadczenie należne powodowi uległo obniżeniu. Innymi słowy, gdyby pozwany nie pobierał od powoda niedozwolonych opłat, to powód otrzymałaby cenę sprzedaży w całości. Cena sprzedaży stanowi ekwiwalent przeniesienia własności rzeczy na kupującego (art. 535 § 1 k.c.). Działanie pozwanego naruszało więc interes powoda prowadząc do zubożenia po jego stronie i do bezpodstawnego wzbogacenia po stronie pozwanego. W orzecznictwie utrwalony jest pogląd, że przez odesłanie w art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. do zasad ogólnych, należy rozumieć odesłanie do zasad ogólnych dotyczących bezpodstawnego wzbogacenia (art. 405 i nast. k.c.). Ponieważ przesłanki wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści zostały spełnione, sąd I instancji prawidłowo orzekł o obowiązku ich zwrotu przez pozwanego na rzecz powoda.

Mając powyższe na uwadze, Sąd Apelacyjny nie znalazł podstaw do uwzględnienia apelacji i z mocy art. 385 k.p.c. oddalił ją. O kosztach procesu za II instancję orzekł zgodnie z wynikiem sporu, w oparciu o art. 98 par. 1 i 3 k.p.c.