

***Sygn. akt I ACa 1349/15***

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 30 czerwca 2016 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Maciej Dobrzyński (spr.)

Sędziowie: SA Beata Byszewska

SO (del.) Paulina Asłanowicz

Protokolant: Karolina Długosz

po rozpoznaniu w dniu 30 czerwca 2016 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w P.

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 9 kwietnia 2015 r., sygn. akt XVI GC 2006/13

**1. oddala apelację;**

**2. zasądza od (...) Budowlany spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W. na rzecz (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w P. kwotę 2700 zł (dwa tysiące siedemset złotych) tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.**

Beata Byszewska Maciej Dobrzyński Paulina Asłanowicz

I ACa 1349/15

## UZASADNIENIE

Pozwem z dnia 10 maja 2013 r. (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w P. wniosła o zasądzenie od (...) Budowlany spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w W. kwoty 95.823,79 zł z odsetkami ustawowymi od wskazanych w pozwie kwot oraz za wskazane okresy, a także kosztów procesu według norm przepisanych.

W odpowiedzi na pozew z dnia 7 stycznia 2014 r. pozwany wniósł o oddalenie powództwa w całości oraz o zasądzenie od powoda kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Pismem z dnia 1 lipca 2013 r. powód cofnął powództwo w części dotyczącej kwoty 905,61 zł.

Postanowieniem z dnia 29 listopada 2013 r. Sąd Okręgowy w Warszawie umorzył postępowanie co do kwoty 905,61 zł.

Wyrokiem z dnia 9 kwietnia 2015 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zasądził od (...) Budowlany sp. z o.o. z siedzibą w W. na rzecz (...) sp. z o.o. z siedzibą w P. kwotę 94.918,18 zł z ustawowymi odsetkami od dnia 28 grudnia 2013 r. do dnia zapłaty (pkt 1), oddalił powództwo w pozostałym zakresie (pkt 2) oraz zasądził od pozwanego na rzecz powoda kwotę 4.792 zł tytułem zwrotu kosztów sądowych oraz kwotę 3.617 zł tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego (pkt 3).

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

(...) sp. z o.o. z siedzibą w P. (dalej jako (...)) w ramach prowadzonej działalności gospodarczej nawiązała współpracę z (...) Budowlany sp. z o.o. z siedzibą w W. (dalej jako (...)), która polegała na tym, że sprzedawała jej towary w celu ich dalszej odsprzedaży w sklepie należącym do strony pozwanej. Współpraca opierała się na zawartych z siecią O., w skład której wchodził pozwany, umowach: umowie o współpracy handlowej z dnia 1 stycznia 2009 r., porozumieniu z dnia 6 stycznia 2009 r., umowie o świadczenie usług z dnia 24 lutego 2009 r., umowie o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży z dnia 24 lutego 2009 r. Przedmiotem umowy o współpracy handlowej była współpraca handlowa pomiędzy stronami w zakresie sprzedaży i dostawy do marketów należących do sieci O. towarów powoda, świadczenie 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. Zgodnie z § 1 umowy o świadczenie usług pozwany zobowiązał się świadczyć na rzecz powoda usługi intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od (...), a powód zobowiązał się do zapłaty pozwanemu wynagrodzenia. W § 1 pkt 4 ww. umowy ustalono, iż usługi obejmować miały m.in: a) ekspozycję wzorów, próbek towarów nabytych od powoda na terenie marketów pozwanego celem zwiększenia ich sprzedaży, b) świadczenie usług informacyjno-doradczych w stosunku do towarów zlecniodawcy, których celem było dostarczanie powodowi, nie częściej niż raz na kwartał informacji, danych dotyczących nabywców (klientów) towarów (...) (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), c) 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, d) 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. Stosownie do § 2 wynagrodzenie za świadczenie usług miało być obliczone jako procent od obrotu ustalonego zgodnie z postanowieniami tego paragrafu oraz ustalane w okresach rozliczeniowych. Za okres rozliczeniowy przyjęto każdy kwartał w danym roku kalendarzowym. Wysokość tego wynagrodzenia była uzależniona od wartości łącznego obrotu między powodem a pozwanym towarami powoda w cenach netto, zrealizowanego w danym okresie rozliczeniowym, którym według umowy był każdy kwartał. Stawki wynagrodzenia wynosiły: przy łącznym obrocie od 0 do 1,25 mln - 11%; przy łącznym obrocie powyżej 1,25 mln do 1,75 mln - 11,5%; przy łącznym obrocie powyżej 1,75 mln do 2,5 mln - 12%; przy łącznym obrocie powyżej 2,5 mln do 3,2 mln - 12,5%; przy łącznym obrocie powyżej 3,2 mln - 13%. Zgodnie z § 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. Umowa została zawarta w dniu 24 lutego 2009 r. na czas nieokreślony z datą obowiązywania od 1 stycznia 2009 r. Na podstawie umowy o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży, powód zlecił pozwanemu świadczenie na jego rzecz usług marketingowych i reklamowych dotyczących towarów (...). Usługi miały polegać m.in. na: prowadzeniu akcji reklamowej towarów powoda przy użyciu radia, telewizji, jak i innych środków masowego przekazu informacji, umieszczaniu towarów powoda w ulotkach, gazetkach i katalogach informujących o produktach w sklepach pozwanego, prowadzeniu akcji promocyjno-reklamowej skierowanych do poszczególnych, jednorodząjowych grup

klientów w celu zapoznania klientów z towarami dostarczanymi przez powoda jak i zachęcenia klientów do kupna tych towarów, przygotowaniu i rozdawaniu klientom naklejek, baloników, breloczków i innych gadżetów z logo powoda na terenie sklepów pozwanego, świadczeniu usług informacyjno-doradczych skierowanych do klientów, których celem miało być efektywniejsze i pełniejsze udzielanie informacji na temat użyteczności, właściwości i parametrów technicznych oraz jakościowych towarów powoda, w tym w szczególności: informacje i porady specjalistyczne na stronach internetowych, prowadzenie doradztwa dla klientów na terenie marketów w zakresie poszczególnych kategorii towarów wraz z możliwością udostępniania klientom ulotek powoda. Pozwany sam wybierał sposób i środki konieczne do wykonania umowy. Zgodnie z § 2 pkt 3 łączna wysokość wynagrodzenia za świadczone usługi przez wszystkich zleceniobiorców (w tym pozwanego) wynosiła 25.000 zł, tj. 6.250 zł za każdy okres rozliczeniowy w danym roku kalendarzowym, tj. każdy kwartał. Wynagrodzenie miało być zapłacone przez powoda każdemu ze zleceniobiorców w kwocie odpowiadającej udziałowi każdego z nich, w łącznych obrotach z (...). Stosownie do § 3 pkt 2 formą rozliczenia wynagrodzenia z tytułu świadczenia usług było potrącenie wierzytelności pozwanego z wierzytelnościami powoda wobec pozwanego z tytułu współpracy handlowej. Umowa obowiązywała od dnia 1 stycznia 2009 r. do dnia 31 grudnia 2009 r.

Współpraca stron trwała od 1999 roku do 2012 roku. W ramach umowy powód dostarczał do sklepów pozwanego dywany, wykładziny dywanowe, wycieraczki. W imieniu (...) umowy popisywał prezes zarządu spółki. Ze strony pozwanego umowy podpisywali członkowie zarządu. Spotkania dotyczące zawieranych kolejno umów pomiędzy stronami odbywały się co roku. To sieć O., w skład której wchodził pozwany, sporządzała projekty umów. Powód nie miał możliwości negocjowania umów. Nie było możliwości rezygnacji z umów ani obniżenia opłat, które z każdym kolejnym rokiem się zwiększały. Powód proponował zmianę warunków współpracy, jednak propozycja ta nie została zaakceptowana przez pozwanego. Jedyne zmiany narzucał pozwany i polegały na tym, że powód nie podnosił cen produktów, natomiast pozwany podnosił opłaty od świadczonych usług. Każdego roku negocjowana była ilość promocji, jakie mają się odbyć w danym roku, ale nigdy nie było wiadomo, ile promocji zostało wynegocjowanych. Rozmowy dotyczyły również tego, o ile w kolejnych latach zostaną podwyższone opłaty. Brak zgody (...) na zawarcie tych umów wiązały się z zakończeniem bądź też znaczącym ograniczeniem współpracy.

W okresie współpracy pozwany wykonywał na rzecz powoda jedynie akcje promocyjne, w ramach których umieszczał zdjęcia produktów powoda w gazetkach reklamowych. Produkt miał ukazać się w sześciu gazetkach w ciągu roku, ukazał się tylko w czterech, a w każdej z nich był jeden produkt powoda. W gazetkach reklamowych nie oznaczono również logo powoda, tj. że dany produkt należy do (...). Powód dostawał raport o usługach marketingowych od pracownika pozwanego. Produkty powoda nie były promowane przez pozwanego w inny sposób, ani na billboardach, ani w reklamie ogólnokrajowej. Produkty (...) nie były również w żaden specjalny sposób eksponowane ani promowane przez pozwanego w jego sklepach, jedynie obniżano cenę produktów. Obniżanie odbywało się w ramach akcji „superpromocja”, która polegała na tym, że jeśli produkt nie dostał się do gazetki mógł brać udział w akcji „superpromocja”, która oznaczała obniżenie ceny bez jakiegokolwiek reklamy produktu powoda. Poza tym raz powód wziął udział w akcji B. D., do którego oddelegowany był pracownik (...) sprzedający jego produkty. Jeżeli produkt został dostarczony w obniżonej cenie, to był po takiej cenie sprzedawany do końca zalegania w sklepie nawet, jeśli „superpromocja” się zakończyła. Ponadto pozwany zwracał powodowi towary nie sprzedane w resztkach, których nie można było wykorzystać oraz towary, które przez jakiś okres czasu się nie sprzedawały.

Pozwany wystawił na rzecz powoda następujące faktury: nr (...) z dnia 7 października 2009 r. na kwotę 19.530,85 zł, nr (...) z dnia 7 października 2009 r. na kwotę 3.199,23 zł, nr (...) z dnia 7 stycznia 2010 r. skorygowaną fakturą nr (...) /2729k1 na kwotę 37.630,42 zł, nr (...) z dnia 7 stycznia 2010 r. na kwotę 3.838,55 zł, nr (...) z dnia 7 kwietnia 2010 r. na kwotę 13.210,71 zł, nr (...) z dnia 7 lipca 2010 r. na kwotę 5.846,29 zł, nr (...) z dnia 7 października 2010 r. na kwotę 4.299,01 zł, nr (...) z dnia 31 grudnia 2010 r. skorygowaną fakturą nr (...) na kwotę 1.562,98 zł, nr (...) z dnia 7 kwietnia 2011 r. na kwotę 2.284,89 zł, nr (...) z dnia 7 lipca 2011 r. na kwotę 1.899,03 zł, nr (...) z dnia 7 października 2011 r. na kwotę 1.616,22 zł. Łączny koszt poniesionych przez powoda opłat z tytułu usług wyniósł 94.918,18 zł.

Jednocześnie strony w zawartych umowach ustaliły, iż płatność należna na rzecz pozwanego może być potrącona z należnością jaką posiada wobec powoda. Wierzytelności pozwanego ze wskazanych wyżej faktur potrącane były

z wierzytelnościami (...) z tytułu zapłaty ceny za dostarczony pozwanemu towar. Najwcześniej potrącenia kwot wynikających z faktur (...) na kwotę 19.530,85 zł, nr (...) na kwotę 3.199,23 zł dokonano w dniu 21 października 2009 r. Pozostała po pobraniu suma była wpłacana przez pozwanego na rachunek bankowy powoda.

W dniu 11 września 2012 r. (...) S.A. z siedzibą S., będąca upoważnioną do odzyskiwania wierzytelności powoda, wezwała pozwanego do uregulowania należności wynikających z ww. faktur. Pozwany nie uregulował należności. Umowa z firmą (...) S.A. nie obejmowała przelewu wierzytelności powoda na jej rzecz.

Dnia 17 października 2012 r. powód złożył do Sądu Rejonowego w Warszawie wniosek o zawiązanie pozwanego do próby ugodowej w sprawie o zwrot kwoty 95.823,79 zł. We wniosku (...) wymienił faktury oraz kwoty z nich wynikające, których to zapłaty się domaga oraz które są objęte niniejszym pozwem. W dniu 21 grudnia 2012 r. Sąd Rejonowy stwierdził, iż do ugody nie doszło.

Sąd I instancji wskazał, że powyższych ustaleń faktyczny dokonał na podstawie dokumentów, których prawdziwość nie budziła wątpliwości Sądu, ani nie była kwestionowana przez żadną ze stron w toku postępowania. Pozostałe - nie przywołane przez Sąd Okręgowy - dokumenty zgromadzone w aktach sprawy nie miały istotnego znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy. Sąd I instancji oparł się również na zeznaniach świadka K. D. oraz zeznaniach powoda, którym dał wiarę, bowiem były spójne, logiczne i zgodne z dowodami z dokumentów. Sąd Okręgowy nie dał natomiast wiary zeznaniom świadków M. M. oraz M. T., bowiem ich zeznania pozostawały w sprzeczności z pozostałym materiałem dowodowym, w tym z zeznaniami świadka K. D. oraz powoda. Ponadto zeznania świadka M. M., w zakresie w jakim zeznawała o zawieraniu oraz negocjacji umów, nic nie wniosły do sprawy, bowiem świadek zeznała, że nie pamięta, czy ze strony pozwanego oprócz niej brał ktoś jeszcze udział w negocjacjach, a także, że nie pamięta, czy powód chciałby współpracować bez ww. umów albo w oparciu o inne umowy, a także czy miał do nich jakieś zastrzeżenia. Również zeznania świadka M. M. oraz M. T. w zakresie świadczonych przez pozwanego usług okazały się niewiarygodne oraz wewnętrznie sprzeczne. Z jednej strony świadek M. M. zeznała, iż na rzecz powoda były świadczone usługi w postaci gazetek i „superoferty”, wyjaśniając na czym polega dana usługa, z drugiej zaś strony nie potrafiła wskazać, zasłaniając się niepamięcią, kiedy produkty powoda w postaci wycieraczek były promowane w ten sposób. Świadek M. T. również twierdziła, iż na rzecz powoda były świadczone usługi w postaci gazetek promocyjnych oraz „superpromocji”, ale nie pamiętała, jak często powód brał w nich udział, a także żadnych innych szczegółów dotyczących promocji produktów (...). Brak wiedzy ww. świadków w powyższym zakresie rodził wątpliwości Sądu I instancji, co do ich wiarygodności oraz wiedzy na temat negocjacji i trybu zawierania umów oraz zakresu świadczonych usług przez pozwanego. Nadto, twierdzenia o tym, że usługi były na rzecz powoda wykonywane, nie zostały poparte żadnymi dowodami pisemnymi, pozwany nie przedstawił żadnego dokumentu potwierdzającego dokonanie takiej usługi, zostały zatem uznane za gołosłowne.

Sąd Okręgowy wskazał, że strony łączyła umowa o współpracy handlowej, na podstawie której powód dostarczał do sieci handlowej pozwanego towary. Przedmiotem tej umowy było uregulowanie zasad szeroko rozumianej współpracy handlowej w zakresie dostaw towarów realizowanych przez (...) do placówek handlowych (...) oraz świadczenie przez powoda na rzecz pozwanego usług serwisowych. Umowa ta miała charakter umowy nienazwanej o charakterze mieszanym, zawierającej elementy umowy sprzedaży i o świadczenie usług. Ponadto strony zawierały dodatkowe umowy dotyczące świadczenia różnego rodzaju usług, jakie spełniać miał pozwany na rzecz powoda, tj. umowę o świadczenie usług oraz umowę o świadczenie usług marketingowych wspierania sprzedaży. Prawdopodobnie zawarcia powyższych umów nie była kwestionowana przez strony. Umowa o świadczenie usług zobowiązała pozwanego do świadczenia na rzecz powoda usługi intensyfikacji sprzedaży towarów nabytych od (...), a powód zobowiązał się do zapłaty (...) za te usługi wynagrodzenia. Na podstawie umowy o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży powód zlecił pozwanemu świadczenie na jego rzecz usług marketingowych i reklamowych dotyczących towarów (...).

Sąd I instancji stwierdził, że pozwany co prawda zaprzeczył, aby kiedykolwiek zastrzegał lub pobierał opłaty z tytułu dopuszczenia towarów powoda do sprzedaży, a tym samym, aby popełnił czyn nieuczciwej konkurencji, jednakże jak wykazało postępowanie dowodowe, pozwany pobierał opłaty za świadczenie usług i wystawiał za nie faktury.

Natomiast powód obciążył (...) fakturami z tytułu sprzedaży towarów. Rozliczenie z tytułu wzajemnych roszczeń odbywało się w drodze potrącenia należności pozwanego z należnościami powoda.

Powód dochodził roszczenia o zwrot bezprawnie uzyskanych korzyści z tytułu dokonania przez pozwanego czynu nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z treścią art. 15 ust. 1 pkt 4 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.) czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Regulacja ta została wprowadzona w związku ze stwierdzeniem praktyki pobierania przez sklepy wielkopowierzchniowe od dostawców szczególnych opłat, w tym zwłaszcza za samo wejście do sieci, za reklamę i promocję towarów, za miejsce ekspozycji towarów oraz za wprowadzenie towaru do sieci informatycznej. Celem przepisu jest wyeliminowanie sytuacji, w której zawarcie umowy sprzedaży zależy od dodatkowego świadczenia pieniężnego po stronie sprzedawcy. Nie oznacza to, że pomiędzy sprzedawcą a kupującym niedopuszczalne jest nawiązywanie relacji umownych, w których po stronie sprzedawcy istnieje obowiązek świadczenia pieniężnego, jednakże pod warunkiem, że ekwiwalentem tego świadczenia jest świadczenie kupującego, inne niż sprzedaż towaru zakupionego od sprzedawcy.

Odnosząc się w pierwszym rzędzie do podniesionego przez (...) zarzutu przedawnienia, Sąd Okręgowy wskazał, że pozwany argumentował, iż pozew został wniesiony w dniu 13 maja 2013 r., a roszczenie objęte pozvem dotyczyło lat 2009-2011. W tej sytuacji roszczenie co do kwoty 77.409,76 zł przedawniło się przed datą wniesienia pozwu. Sąd I instancji podniósł, że zgodnie z art. 20 u.z.n.k. roszczenia z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji ulegają przedawnieniu z upływem lat trzech. Bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie co do każdego naruszenia. Z kolei zgodnie z art. 442<sup>1</sup> k.c. w zw. z art. 20 u.z.n.k., 3-letni termin przedawnienia liczy się od dnia, w którym poszkodowany dowiedział się o szkodzie. W niniejszej sprawie termin liczy się od daty dokonania zapłaty przez (...) na rzecz (...) niedozwolonych opłat. Zatem za datę dokonania zapłaty należało uznać datę dokonania przelewu kwoty wynikającej z każdej specyfikacji, stanowiącej cenę sprzedanego przez powoda towaru, pomniejszoną o potrącone opłaty naliczone przez pozwanego. Z akt sprawy wynikało, że termin najwcześniej potrąconego roszczenia objętego dwiema najstarszymi fakturami VAT - nr (...) na kwotę 19.530,85 zł, nr (...) na kwotę 3.199,23 zł, przypadł na dzień 21 października 2009 r. Tak więc termin przedawnienia upływał w dniu 20 października 2012 r. Następne roszczenia zostały potrącone w datach późniejszych. Strona powodowa przerwała bieg przedawnienia składając w dniu 17 października 2012 r. wniosek o zawezwanie do próby ugodowej (art. 123 § 1 pkt 1 k.c.). Zgodnie z art. 124 § 1 i 2 k.c. bieg przedawnienia rozpoczął na nowo bieg po zakończeniu postępowania wywołanego wnioskiem o zawezwanie do próby ugodowej, co nastąpiło 21 grudnia 2012 r. Za nietrafiony uznany został również zarzut pozwanego, iż powód nie przedstawił dowodów na okoliczność przerwania biegu terminu przedawnienia na skutek wniesienia zawezwania do próby ugodowej. Powód do pozwu załączył zarówno kopie wniosku o zawezwanie do próby ugodowej wraz z potwierdzeniem nadania, jak i kopie protokołu z rozprawy z dnia 21 grudnia 2012 r., wobec czego Sąd Okręgowy mógł ustalić, kiedy doszło do przerwania biegu terminu przedawnienia. W tej sytuacji zarzut przedawnienia podniesiony przez pozwanego uznany został za chybiony.

Przechodząc do istoty sporu, Sąd I instancji wskazał, że czyn z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. występuje wówczas, gdy spełnione zostają dwie przesłanki faktyczne: tj. uwarunkowanie przyjęcia do sprzedaży towaru od wyrażenia zgody na uiszczenie innych niż marża handlowa opłat oraz faktyczne ich pobieranie. Ustalenia wymagało zatem, czy opłaty pobierane przez (...) były opłatami innymi niż marża handlowa, czy zawarte z pozwanym umowy były negocjowane, a jeżeli tak, to w jaki sposób, a także w jakim zakresie, jeśli w ogóle, były świadczone na rzecz (...) usługi intensyfikacji sprzedaży oraz usługi marketingowe i reklamowe. Pozwany zarzucił powodowi, iż ten nie wykazał, aby poprzez pobieranie przez pozwanego opłat, powodowi został utrudniony dostęp do rynku. Sąd I instancji wskazał jednak, że w każdym przypadku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Z brzmienia przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wynika bowiem, że nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie, czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnienie dostępu do rynku, sam ustawodawca zakwalifikował takie działanie, jako utrudniające dostęp do rynku. Strona pozwana zarzuciła także, że powód nie udowodnił, że (...) kiedykolwiek zastrzegało lub pobierało opłaty z

tytułu dopuszczenia towarów powoda do sprzedaży. W ocenie Sądu Okręgowego zarzut ten nie był zasadny, bowiem strona powodowa przedstawiła stosowne dowody. Powód do pozwu załączył faktury wystawione przez pozwanego tytułem pobieranych opłat za usługi, faktury wystawione przez powoda za dostarczone towary, a także kompensaty i wyciągi bankowe potwierdzające potrącanie przez pozwanego opłat za przedmiotowe usługi z należnościami powoda za dostarczony towar. Powyższe jednoznacznie wskazywało na fakt pobierania opłat przez pozwanego. Zdaniem Sądu I instancji dla dokonania prawidłowej oceny łączącego strony stosunku prawnego szczególnie istotne było ustalenie czy powód zdecydował się na świadczenie opłat na rzecz pozwanego swobodnie, tj. czy mógł z nich zrezygnować bez utraty zamówień, oraz ściśle związany z tym fakt wpływu powoda na warunki umowy. W okolicznościach niniejszej sprawy nie budziło wątpliwości Sądu Okręgowego, że powód nie miał realnego wpływu na treść podpisanych umów, ani też możliwości rezygnacji ze świadczenia dodatkowych opłat bez ryzyka zerwania współpracy. Z zeznań świadków oraz powoda wynikało, że projekt umowy zrehabilitowany był przez pozwanego. Powód proponował zmianę warunków współpracy, jednak propozycja ta nie została zaakceptowana. Opłaty w umowach nie podlegały negocjacom, także ich wysokość, skoro co roku były podwyższane. Bez przyjęcia warunków zaproponowanych przez (...), współpraca pomiędzy stronami nie byłaby możliwa. Warunki umowy zostały zatem powodowi narzucone i dotyczyło to szczególnie opłaty za usługi intensyfikacji sprzedaży, usługi reklamowe i marketingowe.

Sąd Okręgowy wskazał, że ekwiwalentność świadczenia zalicza się do przesłanek wyłączających nieuczciwość czynu konkurencyjnego. W tej sytuacji należało rozpoznać zarzuty pozwanego i dokonać oceny czy ze strony (...) występowały świadczenia ekwiwalentne. W ocenie Sądu I instancji pozwany, którego obciążał w tym zakresie ciężar dowodu, tej okoliczności nie wykazał. Przede wszystkim, strona pozwana ograniczyła się do powołania świadków, których zeznania nie zostały przez Sąd Okręgowy uznane za wiarygodne. Świadkowie M. M. oraz M. T. nie potrafiły wskazać konkretnych działań oraz dat w zakresie wykonywanych na rzecz powoda usług. Jedyną usługą wskazywaną również przez powoda oraz świadka K. D., było zamieszczenie zdjęcia produktów dostarczanych przez powoda w wydawanej w związku z przeprowadzanymi promocjami gazecie. Jednakże i w tym przypadku pozwany nie wywiązywał się w pełni ze swojego obowiązku, bowiem jak wskazywał materiał dowodowy, brak było w nich oznaczenia logo powoda, a nadto świadczone były rzadziej niż to ustalono. Pozwany w żaden sposób nie wykazał, aby dostarczane przez powoda towary - poza okresami prowadzenia promocji - były umieszczane w korzystniejszych z punktu widzenia sprzedaży miejscach sklepu, 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. Świadkowie M. M. oraz M. T. wskazywały, że była świadczona tzw. „superpromocja”, jednak nie zostało wskazane jakie dokładnie towary, w jakich ilościach, jakich placówkach i kiedy miałyby być przedmiotem tych dodatkowych czynności podejmowanych ze strony pozwanego. Za niewystarczające zostały uznane ogólnikowe stwierdzenia, że usługi takie były świadczone, bez wskazania konkretnych danych. Sama ekspozycja towaru w sklepie nie jest dodatkową usługą marketingową świadczoną na rzecz powoda, mieści się natomiast w zakresie zwykłych czynności dokonywanych przez sieć handlową w celu zbycia towaru. Nie można mówić o promowaniu towarów dostawcy, skoro pozwany nabył produkty na swoją własność. Ekspozycja towaru nie jest więc czynnością marketingową związaną z promowaniem czy reklamowaniem marki powoda, jest natomiast promowaniem towarów będących własnością pozwanego. To w interesie pozwanego leży jak najszybsze zbycie towarów, gdyż z tego tytułu osiąga zyski. Sąd Okręgowy wskazał także, że żadne inne usługi, przykładowo wymienione w łączących strony umowach, jak wynikało z przeprowadzonego postępowania, nie zostały wykonane przez pozwanego.

W umowie o świadczenie usług wskazano, iż opłaty te zostały ustalone jako odsetek wartości osiąganego obrotu między stronami, co również zdaniem Sądu I instancji świadczyło o iluzorycznym charakterze usług objętych umową. Samo ukształtowanie omawianych opłat prowadziło do wniosku, iż potrącanie tych należności z ceny towaru nabytego od powoda naruszało art. 15 ust 1 pkt 4 u.z.n.k. Prowadziło bowiem do sytuacji, w której zwiększenie obrotu powodowało obciążenie dostawcy, który zamiast być premiowany za zwiększenie sprzedaży do sklepów pozwanego, był de facto karany finansowo. Poza tym taki sposób pobierania opłat świadczył o oderwaniu ich od świadczenia pozwanego. Przy naliczaniu opłaty od obrotu nie ma żadnego odniesienia do ekwiwalentności świadczenia ani jego wartości. Nawet przy usłudze polegającej na umieszczeniu produktu w gazecie pozwany nie wykazał, że było ono adekwatne do uiszczanej

przez (...) opłaty. Nie podjął próby wykazania wartości tego świadczenia ani jego skutków czy sposobu oddziaływania na klientów i wysokość obrotów.

W świetle powyższych okoliczności, biorąc pod uwagę, że akceptacja umów o świadczenie usług i zgoda na ponoszenie opłat z tytułu usług stanowiły warunek nawiązania współpracy i swoiste wynagrodzenie za sprzedaż produktów dostarczonych przez powoda, Sąd I instancji uznał, że nie miały one uzasadnienia ekonomicznego, ani prawnego, stanowiąc świadczenie nieekwiwalentne. Powyższe prowadziło do wniosku o dopuszczeniu się przez (...) czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Mając to na uwadze Sąd Okręgowy uznał za zasadne zasądzenie od pozwanego na rzecz powoda na podstawie art. 410 k.c. kwoty 94.918,18 zł tytułem zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści. W odniesieniu do roszczenia o zapłatę odsetek, Sąd I instancji wskazał, że świadczenie z tytułu bezpodstawnego wzbogacenia ma charakter bezterminowy, więc do określenia terminu jego spełnienia stosuje się art. 455 k.c. W rozpoznawanej sprawie powód wnosił o zasądzenie odsetek ustawowych od wymienionych w pozwie kwot, jednakże nie wskazał, dlaczego od tych właśnie dat mają być one naliczone. W tej sytuacji odsetki należały się od dnia następnego po doręczeniu odpisu pozwu pozwanemu, tj. od dnia 28 grudnia 2013 r. W pozostałym zakresie powództwo co do odsetek podlegało oddaleniu.

O kosztach postępowania Sąd I instancji rozstrzygnął w oparciu o treść art. 98 § 1 k.p.c., zgodnie z zasadą odpowiedzialności za wynik procesu.

***Apelację od wyroku Sądu Okręgowego wniosła strona pozwana, zaskarżając go w części, tj. co do punktów pierwszego oraz trzeciego. Zarzuciła:***

1/ naruszenie przepisów postępowania, które miało wpływ na wynik sprawy, a to przepisu art. 233 § 1 k.p.c. w zw. 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 niewszechstronny i nasuwający zastrzeżenia z punktu widzenia zasad logicznego rozumowania, w szczególności poprzez przyjęcie przez Sąd I instancji, iż:

a/ powód nie miał realnego wpływu na treść podpisanych umów ani też możliwości rezygnacji z dodatkowych usług pod rygorem zerwania współpracy,

b/ wysokość opłat nie podlegała negocjacom, skoro co roku były one podwyższane,

c/ nigdy w toku współpracy nie udało się zmniejszyć wysokości opłat lub też pozostawić ich na podobnym poziomie, co potwierdza, że nie było możliwości prowadzenia negocjacji w tym zakresie, a zatem warunki umów zostały powodowi przez pozwanego narzucone,

d/ o fakcie pobierania innych niż marża handlowa opłat z tytułu przyjęcia towarów powoda do sprzedaży świadczą jednoznacznie już same faktury kompensaty i wyciągi bankowe załączone do pozwu,

e/ o fakcie wykonania usług świadczą dowody pisemne, w przeciwnym wypadku są to twierdzenia gołosłowne, a twierdzenia pozwanego, że usługi były wykonane nie zostały poparte żadnymi dowodami,

f/ pozwany nie wykazał, żeby z jego strony występowało świadczenie ekwiwalentne w postaci wykonania usług reklamowych i marketingowych,

g/ pozwany nie wywiązał się w pełni ze świadczenia usług, ponieważ w gazetkach brak było oznaczenia logo powoda,

h/ pozwany nie świadczył na rzecz powoda żadnych usług, ponieważ sama ekspozycja towarów powoda nie jest dodatkową usługą marketingową, mieści się natomiast w zakresie zwykłych czynności dokonywanych przez sieć handlową, a eksponowane towary stanowiły już własność strony pozwanej,

i/ o charakterze wynagrodzenia za usługi, jako opłat z tytułu przyjęcia towarów do sprzedaży, świadczy ustalenie wynagrodzenia za usługi, jako procentu od obrotu,

2/ bezzasadne pominięcie przez Sąd Okręgowy dowodu w postaci zeznań świadków pozwanego - M. M. oraz M. T., w zakresie w jakim świadkowie ci zeznali, że pozwany świadczył na rzecz powoda usługi w wykonaniu umów o świadczenie usług, poprzez uznanie tych zeznań za niewiarygodne, ponieważ pozostawały w sprzeczności z zeznaniami świadka powoda, którym Sąd Okręgowy dał wiarę, a także ponieważ świadkowie nie potrafili szczegółowo wskazać, jakie towary powoda i kiedy były promowane,

3/ błędne ustalenie stanu faktycznego, nie znajdujące oparcia w zebranych materiale dowodowym, polegające na przyjęciu, że:

a/ powód nie miał realnego wpływu na treść podpisanych umów, ani też rezygnacji z dodatkowych usług pod rygorem zerwania współpracy,

b/ wysokość opłat nie podlegała negocjacom, skoro co roku były one podwyższane,

4/ naruszenie przepisów prawa materialnego, a w szczególności:

a/ art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. poprzez błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie, skutkujące przyjęciem, iż:

- pozwany utrudniał powodowi dostęp do rynku, a pobierane przez pozwanego wynagrodzenie za świadczone przez pozwanego na rzecz powoda 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.;

- w każdym przypadku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji;

- z brzmienia przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wynika, że nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie, czy w następstwie pobierania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnienie dostępu do rynku, sam ustawodawca zakwalifikował takie działanie, jako utrudniające dostęp do rynku,

b/ art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. poprzez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie polegające na przyjęciu, iż pozwany dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., a pobrane przez pozwanego wynagrodzenie za świadczone usługi stanowi bezpodstawnie uzyskaną korzyść, która powinna być wydana powodowi.

Wskazując na powyższe zarzuty pozwany wniósł 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 Okręgowemu do ponownego rozpoznania, z pozostawieniem temu Sądowi rozstrzygnięcia o kosztach postępowania apelacyjnego.

W odpowiedzi na apelację strona powodowa wniosła o oddalenie apelacji oraz zasądzenie od pozwanego kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

**Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:**

**apelacja pozwanego nie zasługiwała na uwzględnienie.**



Na wstępie stwierdzić należało, że Sąd Apelacyjny podziela ustalenia faktyczne poczynione przez Sąd Okręgowy i przyjmuje je za własne. Ustalenia te opierają się na prawidłowo zgromadzonym i ocenionym materiale dowodowym. Strona pozwana zarzuciła w apelacji, iż Sąd I instancji naruszył art. 233 § 1 k.p.c., jednak zarzut ten ocenić należało jako bezzasadny.

Zgodnie ze wskazanym przepisem sąd ocenia wiarygodność i moc dowodów według własnego przekonania, na podstawie wszechstronnego rozważenia zebranego materiału. Sąd dokonuje swobodnej oceny dowodów, nie jest to jednak ocena dowolna. Granice sędziowskiej oceny dowodów wyznaczają przepisy proceduralne (przepisy Kodeksu postępowania cywilnego o dowodach i postępowaniu dowodowym), reguły logicznego rozumowania oraz zasady doświadczenia życiowego. Ujęcie swobodnej oceny dowodów w ramy proceduralne oznacza, że musi ona odpowiadać warunkom określonym przez ustawę procesową. Po pierwsze, sąd może opierać się jedynie na dowodach prawidłowo przeprowadzonych. Po drugie, ocena dowodów musi być dokonana na podstawie wszechstronnego rozważenia zebranego materiału dowodowego (vide art. 233 § 1 in fine k.p.c.), tj. sąd musi ocenić wszystkie przeprowadzone dowody oraz uwzględnić towarzyszące im okoliczności, które mogą mieć znaczenie dla oceny mocy i wiarygodności tych dowodów. Po trzecie, sąd zobowiązany jest przeprowadzić selekcję dowodów, tj. dokonać wyboru tych, na których się oparł i ewentualnie odrzucił inne, którym odmówił wiarygodności i mocy dowodowej. Wiąże się to jednocześnie z obowiązkiem należytego uzasadnienia orzeczenia (art. 328 § 2 k.p.c.). 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. Innymi słowy skarżący nie może ograniczyć się do przedstawienia własnego stanu faktycznego, ale musi, odwołując się do argumentów jurystycznych, wykazać, że sąd naruszył wynikające z art. 233 § 1 k.p.c. zasady oceny wiarygodności i mocy dowodów i że naruszenie to mogło mieć wpływ na wynik sprawy.

Strona pozwana naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 233 § 1 k.p.c. w powyżej określony sposób nie wykazała. Sąd I instancji, jak wynika z uzasadnienia zaskarżonego orzeczenia, dokonując ustaleń faktycznych w sprawie oparł się przede wszystkim na dokumentach, a także na zeznaniach świadka K. D. oraz przesłuchanego w charakterze strony powodowej Prezesa Zarządu spółki (...) J. J.. Strona pozwana w apelacji nawet nie podjęła próby wyjaśnienia, dlaczego uznała, że oparcie się przez Sąd Okręgowy na ww. dowodach stanowiło naruszenie art. 233 § 1 k.p.c., wskazała natomiast, że winny zostać uwzględnione okoliczności wynikające z zeznań świadków M. M. oraz M. T.. Jeżeli jednak co do określonych okoliczności zeznania te pozostawały ze sobą w sprzeczności, to obowiązkiem Sądu I instancji było wskazanie, w oparciu o które dowody dokonuje ustaleń faktycznych w sprawie oraz wyjaśnienie dlaczego. Jeżeli z kolei strona z taką oceną się nie zgadza, to w sposób, o którym była mowa powyżej, winna wykazać, że ocena sądu narusza kryteria oceny dowodów wynikające z art. 233 § 1 k.p.c. Apelujący takiej analizy w ogóle nie przeprowadził, nie podważył tym samym zasadności oparcia się przez Sąd Okręgowy na zeznaniach świadka K. D. oraz Prezesa Zarządu spółki (...) J. J.. Po drugie, zauważyć należało, że część kwestii podniesionych w ramach zarzutu naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. odnosiła się do problemów materialnoprawnych. Zostaną one omówione przy analizie podniesionych przez pozwanego zarzutów dotyczących naruszenia prawa materialnego.

W tym miejscu dokładniej należało odnieść się do zarzutu strony pozwanej dotyczącego bezzasadnego - w ocenie apelującego - uznania przez Sąd Okręgowy za udowodnione w toku postępowania, że powód nie miał realnego wpływu na treść podpisanych umów, w tym dotyczącą świadczenia usług przez pozwanego, a brak akceptacji oznaczałby koniec współpracy. Zdaniem pozwanego powyższe ustalenia Sądu I instancji nie znajdowały potwierdzenia w zebranym materiale dowodowym.

Ze stanowiskiem powyższym nie można było się zgodzić, bowiem J. J., który ze strony spółki (...) negocjował umowy z pozwanym, a konkretnie z grupą O., w skład której wchodziło (...), wskazał, że umowy sporządzało i przedstawiało do podpisu O. i wybór powoda sprowadzał się albo do podpisania umowy w takiej wersji, w jakiej przedstawiło O., albo

nie podpisywania w ogóle, co byłoby równoznaczne z niepodjęciem, a później zakończeniem współpracy. Również postanowienia dotyczące opłat za usługi nie podlegały negocjacom i nie było możliwości rezygnacji z nich. Opłaty te w miarę trwania współpracy systematycznie wzrastały (k. 1070 - zeznania J. J.; k. 1072 - płyta CD: 00:08:00 - 00:09:10). Z powyższych zeznań, które Sąd I instancji uznał za wiarygodne, a która to ocena nie została podważona przez apelującego, wynikało w sposób jednoznaczny, że strona powodowa nie miała wpływu na treść zawieranych umów, w tym na postanowienia dotyczące opłat i ich wysokość i albo mogła przedstawić warunki współpracy zaakceptować, albo zrezygnować z tej współpracy. Faktycznie zatem warunki współpracy były narzucane przez stronę pozwaną. Z kolei zeznania świadka M. M. w zakresie, w jakim wskazywała ona na to, że umowy były negocjowane i w rozmowach nie warunkowała ona dalszej współpracy powoda z pozwanym od podpisania przez (...) umowy dotyczącej świadczenia usług, nie zostały uznane za wiarygodne, bowiem w tym zakresie były sprzeczne z zeznaniami J. J., które ocenione zostały jako wiarygodne. Z kolei świadek M. T. nie brała udziału w negocjacjach.

Podkreślić jednocześnie należało, że sama okoliczność, że przed podpisaniem umów dochodziło do spotkań między stronami (o czym zeznawała świadek M. M.), nie świadczyła, że umowy były negocjowane. Nie może oczywiście stanowić zarzutu to, że grupa O. posługiwała się przygotowanym przez siebie wzorcem umowy, z uwagi bowiem na rodzaj i skalę działalności grupy jest to okoliczność w pełni zrozumiała. Inną natomiast kwestią jest to, czy ostateczna treść umowy była wyrazem konsensusu wynegocjowanego przez obu kontrahentów, czy też jedna ze stron postawiona została przed alternatywą: albo zawrze umowę na zaoferowanych przez drugiego kontrahenta warunkach albo zrezygnuje z podpisania umowy. Okoliczność ta ma istotne znaczenie z punktu widzenia zastosowania art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., co jeszcze będzie stanowiło przedmiot dokładniejszych rozważań w dalszej części uzasadnienia. W tym miejscu stwierdzić zaś należy, że strona pozwana nie wykazała w apelacji w sposób wymagany prawem, iż Sąd I instancji uznając za udowodnione, że warunki umów zostały narzucone przez pozwanego, brak ich akceptacji oznaczałby koniec współpracy, a zgoda powoda na ponoszenie opłat z tytułu usług świadczonych przez pozwanego była warunkiem koniecznym do prowadzenia dalszej współpracy handlowej z (...), naruszył przy ocenie zgromadzonych dowodów art. 233 § 1 k.p.c. W konsekwencji za bezzasadny uznać także należało zarzut dotyczący dokonania w powyżej omówionym zakresie błędnych ustaleń faktycznych.

Nie doszło również do naruszenia art. 328 § 2 k.p.c., bowiem uzasadnienie zaskarżonego wyroku zawiera wszystkie wymagane prawem elementy, w szczególności ustalenie stanu faktycznego, ocenę materiału dowodowego i analizę przepisów materialnoprawnych stanowiących podstawę prawną dochodzonego roszczenia. Wyrok Sądu I instancji poddaje się zatem w pełni kontroli instancyjnej, co czyni ww. zarzut bezzasadnym.

Przechodząc do meritum apelacji stwierdzić należało, że bezzasadny był zarzut dotyczący naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., jakkolwiek pewne kwestie wymagały doprecyzowania. Strona pozwana zakwestionowała, aby utrudniała powodowi dostęp do rynku, a pobrane przez nią wynagrodzenie za świadczone na rzecz (...) usługi stanowiło inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży. W konsekwencji oponowała przeciwko zakwalifikowaniu jej zachowania jako wypełniającego znamiona czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Zgodnie z treścią art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku przez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Odnosząc się w pierwszym rzędzie do pojęcia „dostępu do rynku” stwierdzić należało, że należy je rozumieć szeroko, tj. jako swobodę wejścia na rynek, wyjścia z niego, a przede wszystkim uczestniczenia w nim poprzez oferowanie swoich towarów i usług. Innymi słowy chodzi o możliwość prowadzenia działalności gospodarczej, a sam termin rynek na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji ma autonomiczne znaczenie i powinien być utożsamiany z pojęciem obrotu gospodarczego, tj. miejscem, gdzie dokonuje się wymiana dóbr i usług. Innymi słowy nie zachodzi potrzeba odwoływania się do definicji rynku właściwego wskazanej w art. 4 pkt 9 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t. jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 184) i wyznaczania takiego rynku, bowiem chodzi o rynek wykreowany pomiędzy stronami transakcji handlowej.

Po drugie, należy mieć świadomość, że działania konkurencyjne jednych przedsiębiorców ze swojej istoty mogą negatywnie wpływać na szanse powodzenia rynkowego innych przedsiębiorców, a nawet prowadzić do całkowitego ich wyparcia z rynku. Wręcz istotą i celem konkurencji gospodarczej jest, aby poprzez podwyższanie jakości swojej oferty oraz konkurencyjne ceny, odebrać konkurentom gospodarczym ich klientów. Sprzeczne natomiast z istotą konkurencji jest dopiero takie działanie, które uniemożliwia innym przedsiębiorcom rynkową konfrontację oferowanych przez nich towarów i świadczonych usług w zakresie najistotniejszych parametrów decydujących o konkurencyjności oferty, tj. przede wszystkim ceny i jakości towarów i usług, w wyniku czego swoboda podejmowania i prowadzenia przez nich działalności gospodarczej podlega ograniczeniu. W konsekwencji uznać należy, że nie każde utrudnienie dostępu do rynku stanowi naruszenie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, ale tylko takie, w których występują elementy nieuczciwości zakłócającej dozwoloną rywalizację rynkową. Łączy się to ze stosowaniem ogólnych przesłanek czynu nieuczciwej konkurencji określonych w klauzuli generalnej zawartej w art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Zagwarantowanie swobodnej i uczciwej konkurencji rynkowej jest jednym z podstawowych 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 sprzedaży detalicznej (super- i hipermarkety) dysponują tak dużym potencjałem ekonomicznym i w konsekwencji przewagą kontraktową, że są w stanie narzucić sprzedawcom (dostawcom w sensie potocznym) towarów niekorzystne dla tych ostatnich postanowienia umowne, nakładające dodatkowe świadczenia pieniężne, nie znajdujące żadnego uzasadnienia w łączącym strony stosunku prawnym polegającym na sprzedaży towarów. Świadczenia te określane są potocznie opłatami półkowymi.

Konstrukcja prawna art. 15 ust. 1 pkt 1-5 u.z.n.k. budzi wątpliwości, które ujawniają się tak w orzecznictwie, jak i w piśmiennictwie. Przepis ten określa czyn nieuczciwej konkurencji polegający na utrudnianiu innym przedsiębiorcom dostępu do rynku oraz w sposób przykładowy wskazuje na określone postaci popełnienia tego czynu („w szczególności przez”). Owa egzemplifikacja nieuczciwych form utrudniania dostępu do rynku dokonana przez samego ustawodawcę - jeżeli ma mieć jakiegokolwiek znaczenie prawne - winna być rozumiana w ten sposób, że w przypadku wykazania, że ustawowo stypizowane zachowanie miało miejsce (jedna z postaci określonych w pkt 1-5 art. 15 ust. 1 u.z.n.k.) zbędne jest już wykazywanie okoliczności, że utrudnienie dostępu do rynku nastąpiło. Skoro bowiem zaistniała nieuczciwa forma utrudnienia dostępu do rynku, to tym samym doszło i do samego utrudnienia dostępu do rynku (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 stycznia 2015 r., III CSK 244/14, LEX nr 1648184).

Przedstawione powyżej rozumienie art. 15 ust. 1 pkt 1-5 u.z.n.k. nie koliduje ze stanowiskiem Trybunału Konstytucyjnego wyrażonym w wyroku z dnia 16 października 2014 r., sygn. akt SK 20/12, stwierdzającym zgodność art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. z art. 20 w zw. z art. 22 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. Trybunał Konstytucyjny wskazał w uzasadnieniu powyższego orzeczenia, że art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie stanowi podstawy domniemania utrudniania dostępu do rynku oraz przerzucenia ciężaru dowodu na pozwanego i należy się z tym stanowiskiem w pełni zgodzić. Treść art. 15 u.z.n.k. nie daje podstaw do konstruowania domniemania w zakresie przesłanek utrudniania dostępu do rynku, do tego deliktu nieuczciwej konkurencji nie odnosi się też regulacja zawarta w art. 18a u.z.n.k. dotycząca rozkładu ciężaru dowodu. Spostrzec natomiast należy, że ze stanowiska Trybunału Konstytucyjnego nie wynika wcale, że zachowania wskazane w pkt 1-5 art. 15 ust. 1 u.z.n.k. nie są same w sobie przejawami działań polegających na utrudnianiu innym przedsiębiorcom dostępu do rynku.

Powyższe rozważania należy jeszcze doprecyzować i uzupełnić o jednoznaczne stwierdzenie, że formą czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na utrudnieniu dostępu do rynku nie jest samo pobieranie opłat, a jedynie tych, które są pobierane za przyjęcie towaru do sprzedaży. Nadto nie mogą one mieć charakteru marży handlowej. Okoliczność, że w relacji dostawca (sprzedawca) - nabywca (kupujący) miały miejsce rozliczenia pieniężne innego rodzaju, niż dotyczące samej dostawy (sprzedaży) towaru, nie rodzi jakiegokolwiek domniemania, że doszło do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na utrudnieniu dostępu do rynku w formie wskazanej w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Do przyjęcia takiego domniemania brak jest podstaw w treści ww. przepisu. Zatem, zgodnie z

ogólną regułą wynikającą z art. 6 k.c., to powód musi udowodnić, że pobrane od niego opłaty były pozamarżowymi opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży. Wnioski powyższe należy jeszcze uzupełnić o wskazanie, że nie każde utrudnienie dostępu do rynku jest deliktem nieuczciwej konkurencji, ale jedynie takie, które ma charakter nieuczciwy. Zatem powód musi także wykazać, że działania pozwanego były sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami i zagrażały lub naruszały jego interes lub interesy klientów. Klauzula generalna zawarta w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. pełni również funkcję korygującą, która znajduje zastosowanie wówczas, gdy dane postępowanie formalnie spełnia przesłanki deliktu stypizowanego w części szczególnej ustawy, ale jednocześnie nie realizuje przesłanek określonych w art. 3 ust. 1 (vide wyrok Sądu Najwyższego z dnia 22 października 2002 r., III CKN 271/01, OSNC 2004/2/26).

We wskazanym powyżej zakresie strona powodowa z żadnych ułatwień dowodowych nie korzysta.

W świetle powyższego można było zgodzić się z apelującym, że nie w każdym przypadku pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży dochodzi automatycznie do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 15 ust. 1 u.z.n.k., bowiem zawsze konieczne jest poddanie danego zachowania ocenie z punktu widzenia art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Niezależnie od powyższego wskazać należało, że ze zgromadzonego w niniejszej sprawie materiału dowodowego wynikało, że doszło do utrudnienia stronie powodowej przez spółkę (...) dostępu do rynku poprzez pobranie od powoda opłat z tytułu różnych usług. Jak już powyżej była o tym mowa, utrudnienie dostępu do rynku należy rozumieć jako stwarzanie przeszkód (utrudnień, ograniczeń) w prowadzeniu działalności gospodarczej, uczestniczeniu w obrocie gospodarczym. Wykładnia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wskazuje, że przy jego stosowaniu nie tyle chodzi o dostęp do rynku (rynku właściwego) jako taki, czy też o to, czy dane towary można było zbyć w inny sposób niż poprzez daną sieć handlową, ale o to, czy dany przedsiębiorca (najczęściej duża sieć handlowa) stwarza innemu przedsiębiorcy (dostawcy) dodatkowe bariery w dostępie do handlu towarami, które nie znajdują żadnego ekonomicznego uzasadnienia, a przez to naruszają zasady uczciwości i słuszności kontraktowej. Przede wszystkim chodzi tu o uzależnianie samego zawarcia umowy umożliwiającej współpracę handlową z przedsiębiorcą dysponującym siecią sprzedaży detalicznej od zgody dostawcy na spełnienie świadczeń, które nie mają charakteru ekwiwalentnego i nie służą realizacji żadnego konkretnego interesu dostawcy. Takie postępowanie przedsiębiorcy przyjmującego towary do sprzedaży musi być uznane za utrudniające dostęp do rynku, bowiem faktycznie oznacza ono, że dostawca ma zapłacić za możliwość zawarcia umowy z siecią sprzedaży detalicznej. Dodatkowo zauważyć należy, że bariera, o której mowa jest w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. ma charakter stricte finansowy (opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży) i z założenia stanowi utrudnienie w dostępie do rynku. Argumenty te dodatkowo przemawiają za taką interpretacją art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., że z mocy samej ustawy pobieranie pozamarżowych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży stanowią formę nieuczciwego utrudnienia dostępu do rynku.

Jak już powyżej to określono, także czyn zdefiniowany w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. musi spełniać wymagania określone w art. 3 ust. 1 u.z.n.k.. W tym kontekście zwrócić należało uwagę na dwie okoliczności. Po pierwsze, jak powyżej była o tym mowa, praktyka pobierania opłat od dostawców ogranicza ich swobodę działalności gospodarczej, zatem co najmniej zagraża interesom dostawców. Po drugie, wykorzystanie swojej przewagi ekonomicznej i w konsekwencji 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 nieuczciwe, a tym samym naruszające dobre obyczaje kupieckie (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 18 marca 2008 r., IV CSK 478/07, LEX nr 371531).

W świetle przeprowadzonych powyżej rozważań stwierdzić należało, że pierwszoplanowe znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy miało ustalenie, czy kwoty, które powód uiszczał na rzecz pozwanego miały charakter niedozwolonych opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, czy też stanowiły one wzajemne świadczenia pieniężne dostawcy z tytułu usług, które na jego rzecz i w jego interesie spełnił nabywca. Nadto rozważenia wymagała kwestia zgodności postępowania pozwanego z prawem i dobrymi obyczajami oraz wpływu tego postępowania na interesy przedsiębiorców lub klientów.

Na wstępie tej części rozważań podkreślenia wymaga, że 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 zamieszczania 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.

Przedmiotowy 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, najczęściej duże sieci handlowe) zakaz pobierania od innych przedsiębiorców (dostawców) jakichkolwiek opłat z tytułu samego przyjęcia towaru w celu jego dalszej odsprzedaży. Za wypełnienie roli 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. Podkreślić należy, że ustawodawca w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w wysokość marży, a samym i ceny, nie ingeruje. Powinny działać tu reguły rynku (prawa popytu i podaży).

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 i w interesie dostawcy, jednakże nie związanych z przyjęciem towaru dostawcy w celu jego dalszej odsprzedaży. W przeciwnym wypadku dostawcy zmuszeni zostaliby albo do opłacania samego dostępu do rynku (możliwość oferowania swoich produktów ich odbiorcom) albo do współfinansowania kosztów działalności gospodarczej sieci, która polega przecież na oferowaniu towarów nabywcom końcowym (konsumentom).

Przenosząc powyższe rozważania na grunt przedmiotowej sprawy, po pierwsze stwierdzić należało, że dowody przeprowadzone w niniejszej sprawie w pełni uzasadniały wniosek, że zgoda powoda na poniesienie opłat za usługi oferowane przez stronę pozwaną była koniecznym warunkiem nawiązania współpracy, która umożliwiała spółce (...) dostęp do istotnego rynku zbytu oferowanych przez nią towarów. Okoliczność taka wynikała z dowodu z zeznań przesłuchanego w charakterze strony powodowej J. J., o czym była już mowa szczegółowo powyżej przy okazji rozważania zarzutu apelującego dotyczącego naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 233 § 1 k.p.c.

Kwestia powyższa miała istotne znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy, bowiem delikt stypizowany w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. dotyczy działania polegającego na nieuczciwym utrudnianiu dostępu do rynku, które jest wymierzone w interes przedsiębiorcy lub klienta (art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 1 u.z.n.k.), a znamion takich nie można dopatrzeć się w sytuacji, gdy swobodnie kontraktujące strony, poprzez negocjacje, w trakcie których uwzględnione zostają interesy obu kontrahentów, ustalają treść umowy, w której dostawca godzi się na świadczenia pieniężne w zamian za usługi nabywcy jego towarów, które ocenia jako korzystne dla siebie. Okoliczność, czy opłaty zostały narzucone, czy też są rezultatem swobodnych negocjacji, ma zatem istotne znaczenie przy ocenie, czy w danych okolicznościach faktycznych doszło do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Jak już powyżej wyjaśniono, w niniejszej sprawie materiał dowodowy wskazywał, że opłaty z tytułu usług zostały powodowej spółce narzucone i nie mogła z nich zrezygnować, jeżeli chciała współpracować z pozwanym.

Po drugie, 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 powoda fakturami z tytułu usługi marketingowego wspierania sprzedaży, usługi intensyfikacji sprzedaży oraz usługi zgodnie z umową o świadczenie usług.

Na wstępie tej części rozważań należało zauważyć, że strona pozwana obciążała stronę powodową fakturami, w których wskazywała tylko ogólnie tytuł płatności pozwalający ustalić jedynie samą podstawę umowną wystawienia

faktury - tj. umowę o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży w przypadku obciążeń z tytułu marketingowego wspierania sprzedaży albo umowę o świadczenie usług w przypadku obciążeń z tytułu usługi zgodnie z umową o świadczenie usług oraz z tytułu usługi intensyfikacji sprzedaży. Zwrócić przy tym należało uwagę, iż w odniesieniu do drugiego przypadku strona pozwana nie wyjaśniła, jaka była przyczyna różnego oznaczania w fakturach tytułu płatności i to jedynie odwołanie się do treści samej umowy o świadczenie usług pozwalało ustalić, że faktury obejmujące usługi intensyfikacji sprzedaży wystawione zostały w oparciu o nią (vide § 1 ust. 3 umowy).

Obie umowy przewidywały w swoich postanowieniach szereg różnego rodzaju usług, które miały być świadczone na rzecz (...) (§ 1 ust. 3 i 4 umowy o świadczenie usług oraz § 1 ust. 4 i 5 umowy o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży). Sposób oznaczenia na fakturze tytułu płatności nie pozwalał zatem na ustalenie, za jaką konkretnie usługę i kiedy wykonaną obciążana była strona powodowa. Do faktur nie zostały też dołączone jakiegokolwiek dokumenty, które pozwalałyby ustalić tę okoliczność. Apelujący oczywiście ma rację, że powyższe okoliczności nie musiały być dowodzone dowodami na piśmie, nie ma bowiem w tym zakresie żadnych ograniczeń dowodowych. (...) mogło zatem dowodzić istotnych dla siebie okoliczności również dowodami z zeznań świadków. Jednakże zeznania świadków M. M. oraz M. T. były bardzo ogólne i nie wynikało z nich, jakie konkretnie usługi i kiedy wykonane stanowiły podstawę do wystawienia konkretnych faktur zawierających dokładnie określone kwoty do zapłaty. Świadczenie nie wyjaśnili np. co oznaczał zapis na fakturze „usługi zgodne z umową o świadczenie usług”, a co „usługi intensyfikacji sprzedaży”. Już te okoliczności prowadziły do wniosku, że pozwany nie udowodnił w niniejszej sprawie, aby wykonał na rzecz (...) konkretne usługi uprawniające go do pobrania od powoda ustalonego wynagrodzenia.

Zauważyć należało, że umowy zawarte przez strony były tak skonstruowane, że nie wynikało z nich, jakie konkretnie obowiązki ciążyły na (...), natomiast dokładnie określony był mechanizm ustalania należnego pozwanemu wynagrodzenia. Zapisy obu umów pozostawiały wyłącznie w rękach strony pozwanej wybór „sposobu i środków koniecznych do wykonania niniejszej Umowy” (§ 1 ust. 7 umowy o świadczenie usług oraz § 1 ust. 8 umowy o świadczenie usług marketingowego wspierania sprzedaży). Świadczyło to po pierwsze o tym, że to nie powód - formalnie określony jako zleceniodawca - decydował, jakie usługi zostaną na jego rzecz wykonane, a po drugie, nie wiedział on, jakich konkretnie i w jakim zakresie świadczeń może oczekiwać od pozwanego, a tym samym, wyłączona była jego kontrola nad wykonaniem zobowiązania przez kontrahenta. Jednocześnie w umowie o świadczenie usług wynagrodzenie pozwanego uzależnione zostało nie od rodzaju i ilości usług wykonanych na rzecz powoda, ale od wielkości obrotu ze wszystkimi zleceniobiorcami, zatem nie tylko z (...), ale i (...) sp. z o.o. z siedzibą w W. oraz (...) sp. z o.o. z siedzibą w W. (§ 2 ust. 4). Oznaczało to oderwanie wynagrodzenia za wykonaną usługę od jej realnej wartości, bowiem jego wysokość zależała nie od charakteru i zakresu świadczeń pozwanego, ale od zmiennej w postaci obrotu.

Jak powyżej na to wskazywano, ustalenie, czy w konkretnym przypadku dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji stypizowanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., czy też wymiany wzajemnych świadczeń pomiędzy dostawcą a nabywcą, wymaga dokładnej analizy stanu faktycznego. Należy unikać czynienia uogólnień, czy też tworzenia uniwersalnych zasad, w oparciu o które, w każdym przypadku możliwe byłoby rozgraniczenie dozwolonej prawnie relacji umownej (mieszczącej się w granicach swobody umów zakreślonych w art. 353<sup>1</sup> k.c.) od stanowiącej już czyn nieuczciwej konkurencji. Ostateczny wniosek powinien być rezultatem całościowej oceny relacji łączącej strony.

Analizując treść umów zawartych przez powoda i pozwanego nie można pomijać okoliczności, że umowy o świadczenie usług marketingowych i promocyjnych należą 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).

Przeprowadzona powyżej analiza umów zawartych przez strony prowadziła do wniosku, że już z ich samej treści wynikało, że nie zawierała ona mechanizmów gwarantujących zachowanie ekwiwalentności świadczeń, a w przypadku umowy o świadczenie usług nie było również powiązania pomiędzy charakterem i zakresem świadczeń zleceniobiorcy a wysokością należnego mu wynagrodzenia. Obciążenie powoda zależało od obrotu, a nie od wartości świadczenia

wzajemnego, co stanowiło bardzo mocny argument na rzecz stanowiska, że strona powodowa w rzeczywistości płaciła za możliwość współpracy handlowej ze stroną pozwaną, zatem płaciła „za przyjęcie towaru do sprzedaży”.

Umowa wzajemna wymaga również tego, aby kontrahent w zamian za swoje świadczenie (tu: świadczenie pieniężne) otrzymał świadczenie, które zaspokajałoby jego realny interes. Okoliczność ta jawi się jako oczywista szczególnie w obrocie gospodarczym, w którym zakłada się racjonalność ekonomiczną działań jego uczestników. Rozważając kwestię wzajemności świadczeń, należy także mieć na względzie fakt, że nie może stanowić podstawy do obciążenia dostawcy wynagrodzeniem za wykonywane przez nabywcę usługi realizacja standardowych czynności, które nabywca i tak musi podjąć, aby sprzedać posiadane przez siebie towary finalnym odbiorcom (konsumentom) w ramach prowadzonej działalności gospodarczej. Brak jest bowiem podstaw prawnych do przyjmowania, że dostawcy powinni partycypować w pokrywaniu kosztów działalności gospodarczej podmiotów prowadzących sklepy, a wręcz regulacja zawarta w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wymierzona jest w takie właśnie praktyki.

Strona pozwana wskazywała, że podejmowała działania o charakterze marketingowym (umieszczanie towarów powoda w gazetkach promocyjnych) i intensyfikującym sprzedaż (szczególna ekspozycja towarów powoda na terenie marketów, dostarczanie danych marketingowych, statystyk sprzedaży) i że usługi te wykonała zgodnie z umową. W tej sytuacji nie było podstaw do przyjęcia, że dopuściła się względem (...) czynu nieuczciwej konkurencji. Jak już powyżej była o tym mowa, strona pozwana przede wszystkim nie wykazała jakie konkretnie, w jakim zakresie i w jakim czasie świadczenia spełniła. Co prawda świadek K. D. w swoich zeznaniach potwierdziła, że zdjęcia produktów dostarczonych przez (...) pojawiły się w niektórych gazetkach promocyjnych, ale i w tym przypadku brak było podstaw do uznania, że były to świadczone w interesie powoda usługi marketingowe. Pozwany - wbrew odmiennym twierdzeniom zawartym w apelacji - nie przedstawił gazetek promocyjnych, nie było jednak sporu co do tego, że zawierały one jedynie zdjęcie produktu, który pozwany w danym okresie oferował swoim klientom w promocji. Gazetki nie służyły zatem promocji spółki (...), ani nawet reklamie jej produktów z uwagi na ich określone cechy, czy też walory (np. w stosunku do towarów konkurencyjnych), ale informowały jedynie klientów, jakie towary można nabyć w danym momencie w ramach akcji promocyjnej. W tym kontekście okoliczność, że promowane produkty stanowiły już własność pozwanego - jakkolwiek sama w sobie nie rozstrzygająca oczywiście o popełnieniu czynu nieuczciwej konkurencji - wskazywała, że w rzeczywistości pozwany podejmował po prostu zwykłe dla siebie czynności - z uwagi na skalę i stosowany model sprzedaży - których celem była najbardziej efektywna sprzedaż posiadanego towaru. Dzięki temu pozwany osiągał zysk z prowadzonej działalności gospodarczej.

Strona pozwana podniosła także, iż świadczyła usługi intensyfikujące sprzedaż polegające m.in. na ekspozycji towarów w szczególnie atrakcyjnych miejscach sklepu. Abstrahując już od nieudowodnienia na czym konkretnie usługi te polegały, jaki był ich zakres i kiedy zostały wykonane, zauważyć należało, że zdaniem pozwanego same działania podejmowane w celu sprzedaży produktów w ramach własnej działalności gospodarczej mogą być tożsame z usługami marketingowo-promocyjnymi, świadczonymi na rzecz dostawcy tych towarów. Rolę środka promocji pełni określone miejsce w sklepie albo sama półka sklepowa. W ocenie Sądu Apelacyjnego regulacja art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wymierzona jest właśnie przeciwko takim - narzuconym w nieuczciwy sposób przez sieci handlowe dostawcom - praktykom, polegającym na pobieraniu od dostawców towarów opłat tylko za to, że towary te znajdują się w miejscu, w którym mogą być nabywane przez odbiorców końcowych (konsumentów).

Podkreślić należy, że fakt, iż sklep podejmie decyzję o promocyjnej sprzedaży określonego towaru i odpowiednio poinformuje o tym fakcie swoich klientów, nie oznacza, że tym samym spełnia na rzecz dostawcy tego towaru jakiegokolwiek usługi o charakterze marketingowym, czy też promocyjnym. Istotą tych działań nie jest bowiem budowanie pozytywnego wizerunku danego dostawcy, czy też przekonywanie konsumentów o walorach określonego towaru dostarczonego przez dostawcę, ale szybsza i większa sprzedaż towarów znajdujących się w ofercie danej sieci handlowej.

Jeżeli z kolei chodzi o usługi polegające na dostarczaniu danych marketingowych oraz statystyk sprzedaży, to strona pozwana ani nie wykazała na czym konkretnie usługi te miałyby polegać, nie udowodniła w jakim zakresie wykonała je

na rzecz (...), jaka była ich ewentualnie wartość. Nie wykazała również, aby ich świadczenie miało w ogóle jakąkolwiek wartość dla strony powodowej.

Z powyższych rozważań wynikało, 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 sama treść umowy i ustalony w niej sposób rozliczeń rodził zasadnicze wątpliwości co do odpowiedniości świadczeń obu stron. Jakkolwiek nie można a priori zakwestionować możliwości ustalenia wynagrodzenia usługodawcy jako procentu od obrotu, to jednak wymagało to wykazania, że usługi marketingowe i intensyfikacji sprzedaży świadczone były w rzeczywistym interesie dostawcy oraz że otrzymane przez nabywcę wynagrodzenie odpowiadało chociaż w przybliżonym stopniu wartości jego wzajemnego świadczenia. Okoliczności takie ze zgromadzonego materiału dowodowego nie wynikały. Zarzut apelacji dotyczący naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. uznać zatem należało za bezzasadny.

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. Podsumowując syntetycznie powyższe rozważania zauważyć należy, że ocena tego, czy w danym przypadku dochodzi do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji, stypizowanego w ww. przepisie zależy od szeregu okoliczności, które muszą być oceniane łącznie. Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 12 czerwca 2008 r., III CSK 23/08, (OSNC-ZD 2009/1/14), wskazał, że delikt pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży może przybrać postać, zawieranych obok umowy sprzedaży towaru do sieci handlowej, tzw. porozumień marketingowo-promocyjnych. Sama prawna skuteczność takich porozumień nie ma przy tym kluczowego znaczenia, decyduje bowiem całościowa ocena relacji handlowej, która ukształtowała się między przedsiębiorcami na podstawie takiej umowy (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 października 2014 r., I CSK 597/13, LEX nr 1545133). Z punktu widzenia konstruowania deliktu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. kluczowe jest ustalenie, czy zawarte przez strony porozumienie utrudnia dostawcy w sposób nieuczciwy dostęp do rynku. W niniejszej sprawie odpowiedź na powyższe pytanie jest jednoznacznie pozytywna. Pozwany, wykorzystując swoją przewagę kontaktową, będącą wynikiem nie tylko skali prowadzonej działalności gospodarczej, ale i jej charakteru (w warunkach gospodarki rynkowej sieci handlowe mają w relacjach z dostawcami co do zasady uprzywilejowaną pozycję



i to one mogą wybierać spośród dostawców tych, z którymi chcą współpracować), narzuciła powodowej spółce takie zasady współpracy, zgodnie z którymi musiała ona uiszczać opłaty za usługi, które nie realizowały jej rzeczywistych interesów (nie mogły zatem stanowić ekwiwalentu za pobierane opłaty) i na których wykonanie nie miała praktycznie żadnego wpływu. Takie ukształtowanie relacji handlowych, przy jednoczesnej próbie ukrycia rzeczywistego charakteru opłat, musi zostać ocenione jak naruszające dobre obyczaje w działalności gospodarczej, a tym samym nieuczciwe. Jest to też praktyka utrudniająca prowadzenie działalności gospodarczej, a zatem utrudniająca dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 u.z.n.k.

W sprawie nie budziła natomiast wątpliwości i nie była przedmiotem zarzutów apelacji kwestia, iż doszło do obciążenia i faktycznego rozliczenia przez (...) należności wynikających z faktur wystawionych przez pozwanego w toku współpracy z powodem.

Użyte w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. pojęcie „pobierania” innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży nie nawiązuje do znanych prawu cywilnemu pojęć dotyczących przesunięć majątkowych. Należy przyjąć, że oznacza ono każdy sposób, w wyniku którego dochodzi do zmian w majątkach dostawcy i nabywcy o wartości równej opłatom, którymi obciążony został dostawca (tak np. Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 czerwca 2010 r., I ACa 294/10). Pobranie oznacza zatem nie tylko zapłatę kwoty odpowiadającej opłacie za przyjęcie towaru do sprzedaży, ale jakikolwiek sposób prowadzący do bezprawnego pozostawienia w majątku nabywcy obciążających dostawcę równowartości opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Niezależnie od tego jak zakwalifikować sposób pobrania opłaty przez pozwanego (potrącenie lub kompensata umowna), to niewątpliwie chciał on uzyskać efekt polegający na pomniejszeniu własnych zobowiązań względem dostawcy o wartość opłaty, którą tego dostawcę obciążył. Postępowanie takie może być oczywiście oceniane z punktu widzenia ogólnych zasad prawa cywilnego zawartych w Kodeksie cywilnym odnoszących się do stosunku umownego łączącego strony, jednakże przede wszystkim winno zostać ocenione na podstawie przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, które zostały wskazane przez powoda jako podstawa prawna dochodzonego roszczenia. Zauważyć należy, że „pobieranie” opłat, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. stanowi zachowanie bezprawne, bowiem jest elementem deliktu nieuczciwej konkurencji.

W świetle powyższego uznać należało, że strona powodowa wykazała zarówno własne zubożenie, jak i wzbogacenie strony pozwanej, jak również istnienie związku między tym zubożeniem i wzbogaceniem. Tym samym zostały spełnione wszystkie ww. przesłanki niezbędne do uwzględnienia powództwa powoda o wydanie bezpodstawnie uzyskanych korzyści. Zatem również zarzut naruszenia art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. nie zasługiwał na podzielenie.

Mając powyższe na względzie, Sąd Apelacyjny na podstawie art. 385 k.p.c. oddalił apelację pozwanej jako bezzasadną.

O kosztach postępowania odwoławczego - mając na względzie zasadę odpowiedzialności za wynik procesu - Sąd II instancji orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3, art. 99, art. 108 § 1 k.p.c. oraz na podstawie § 6 pkt 6 w zw. z § 12 ust. 1 pkt 2 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu (t. jedn. Dz. U. z 2013 r., poz. 490 ze zm.).

Beata Byszewska Maciej Dobrzyński Paulina Aslanowicz