

Sygn. akt I ACa 82/16

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 5 lipca 2017 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie następującym:

Przewodniczący: SSA Romana Górecka (spr.)

Sędziowie: SA Roman Dziczek

SA Jolanta de Heij-Kaplińska

Protokolant: sekretarz sądowy Sławomir Mzyk

po rozpoznaniu 5 lipca 2017 r. w W.

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) spółki akcyjnej z siedzibą w S.

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

o zapłatę

na skutek apelacji pozwanego

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z 27 lipca 2015 r., sygn. akt XVI GC 1261/14

I. oddala apelację;

II. zasądza od (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki akcyjnej z siedzibą w S. kwotę 1800 (tysiąc osiemset) złotych tytułem zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym.

Jolanta de Heij-Kaplińska Romana Górecka Roman Dziczek

Sygn. akt I ACa 82/16

UZASADNIENIE

Wyrokiem z 27 lipca 2015 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zasądził od (...) spółki komandytowej z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki akcyjnej z siedzibą w K. kwotę 18.805,48 zł z ustawowymi odsetkami od 30 maja 2011r. do dnia zapłaty oraz kwotę 3 358 zł tytułem zwrotu kosztów procesu, oddalił powództwo w pozostałej części (co do odsetek).

Wyrok został wydany po dokonaniu przez Sąd Okręgowy następujących ustaleń i rozważań:

Powódka w ramach prowadzonej działalności gospodarczej współpracowała z pozwaną (...) sp. k. w W.. Współpraca polegała na tym, że powódka sprzedawała pozwanej artykuły w celu ich odsprzedaży w sklepie wielkopowierzchniowym należącym do pozwanej. współpraca ta odbywała się w ramach współpracy ze spółkami wchodzącymi w skład grupy kapitałowej (...) oraz (...). Spółki te, w tym pozwana zawierały umowy, której przedmiotem były warunki współpracy handlowej dotyczące towarów dostarczanych przez powódkę do pozwanej.

Zawierały również umowy, których przedmiotem były warunki i sposoby świadczenia przez pozwaną usług marketingowych i reklamowych na rzecz powódki.

Umowy o współpracy:

Umowa z 14 lutego 2006 r. przewidywała:

- rabaty na rachunku - 23% od cen detalicznych netto asortyment PC;
- bonus kwartalny warunkowy - 9,50% płatny pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w kwartale obrotu w wysokości 20 000 zł;
- bonus roczny warunkowy - 4% płatny pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w roku kalendarzowym obrotu w wysokości 80000 zł (łącznie obrót całego asortymentu powódki);
- bonus za wzrost obrotu: 0,50% (obróć powyżej 800000 zł), 0,75% (obróć powyżej 900000 zł), 1,00% (obróć powyżej 1000000);
- rabat na otwarcie - 10%, obowiązujący przy powstaniu każdego kolejnego podmiotu utworzonego z udziałem (...) sp. z o.o. naliczany od całości zamówień złożonych przed otwarciem oraz 3 miesiące po otwarciu.

Umowa obowiązująca od 1 stycznia 2007 r. przewidywała następujące opłaty:

- rabat na rachunku (...) - 26% od cen detalicznych netto;
- bonus kwartalny warunkowy - 15,5%, płatny pod warunkiem uzyskania lub przekroczenia w kwartale łącznego obrotu wszystkich odbiorców w wysokości 5000 zł, płatny po zakończeniu każdego kwartału, w ciągu 30 dni od daty wystawienia faktur VAT przez wszystkich odbiorców
- rabat na otwarcie, w tej samej wysokości i na warunkach tożsamy z określonymi w umowie z 14 lutego 2006 r.

Kolejna umowa z 1 stycznia 2007 r. przewidywała bonus roczny w wysokości 5 % przy przekroczeniu obrotu netto 20 000 zł.

Umowa z 8 lutego 2008 r. przewidywała:

- rabat na rachunku (...) - 26% od cen detalicznych netto, na rachunku (...)15% od cen detalicznych netto;
- bonus kwartalny warunkowy - w tej samej wysokości i na warunkach tożsamy z określonymi w umowie obowiązującej od 1 stycznia 2007 r.
- rabat na otwarcie w tej samej wysokości i na warunkach tożsamy z określonymi w umowach z 14 lutego 2006 r. i 1 stycznia 2007 r.

Wobec tego, że roszczenia zgłoszone pozwem nie dotyczą należności wynikających z umów zawieranych przez strony w 2009 r. nie zachodzi konieczność opisywania umów zawartych wówczas przez strony.

Umowy dotyczące warunków i sposobów świadczenia przez pozwaną usług marketingowych i reklamowych na rzecz powódki:

Niedatowana umowa zastępująca umowę marketingową z 14 lutego 2006 r. przewidywała ona wynagrodzenie stałe za usługi marketingowe okolicznościowe w wysokości: 5000 zł na sklep, 2500 zł na działania marketingowe związane z reotwarceniem sklepu.

Takie same usługi i wynagrodzenie przewidywała umowa z 8 lutego 2008 r., której przedmiotem były warunki i sposoby świadczenia przez pozwanego usług marketingowych i reklamowych na rzecz powoda.

Podobnie umowa z 30 kwietnia 2009 r. która zawierała również postanowienia dotyczące ustalenia zasad rozprowadzania przez (...) sp. z o.o. towarów w należącej do niej sieci sklepów oraz zakresu i sposobu współdziałania przy prowadzonych przez (...) sp. z o.o. i jej partnerów działaniach reklamowych i marketingowych.

Strony zawarły również porozumienia.

Dwa porozumienia z 16 maja 2008 r.:

- dotyczące wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, na mocy którego pozwana zobowiązała się do ekspozycji specjalnej produktów dostawcy na terenie marketu, a powódka zobowiązała się do uiszczenia wynagrodzenia w wysokości 5 000 zł netto.

- dotyczącego wspólnego przedsięwzięcia promocyjnego, na mocy którego pozwana zobowiązała się do ekspozycji specjalnej produktów dostawcy na terenie marketu, a powódka zobowiązał się do uiszczenia wynagrodzenia w wysokości 2 000 zł netto.

Porozumienie z 30 czerwca 2008 r. na mocy którego pozwana zobowiązała się do ekspozycji specjalnej produktów dostawcy na terenie marketu w 3 kwartale 2008 r., a powódka zobowiązała się do uiszczenia wynagrodzenia w wysokości 2 000 zł netto.

Porozumienie z 1 października 2008 r. na mocy którego pozwana zobowiązała się do ekspozycji specjalnej produktów dostawcy na terenie marketu od 1 października do 15 grudnia 2008 roku, a powódka zobowiązała się do uiszczenia wynagrodzenia w wysokości 2 000 zł netto.

Zawarcie umów poprzedzone było spotkaniami stron. W toku rozmów pozwana przedstawiała powódce warunki, które musi ona spełnić, aby możliwe było nawiązanie współpracy w zakresie dostawy towarów. Warunkami tymi było podpisanie umowy marketingowej oraz akceptacja opłat za otwarcie lub wejście do marketu, bonusów rocznych i kwartalnych. Corocznie odbywały się negocjacje, w wyniku których ustalano wysokości bonusów czy opłat marketingowych. Dostawca – mając świadomość, że nie ma możliwości rezygnacji z tych opłat – za każdym razem proponował ich obniżenie. Pozwana nigdy nie poczyniła żadnych ustępstw w tym zakresie.

Pozwana obciążała powódkę fakturami i notami obciążeniowymi, które opiewały na należności z tytułu usług zdefiniowanych w umowach łączących strony. Faktury i noty zostały opłacone przez powódkę w ten sposób, iż pozwana potrącała należności z faktur i not obciążeniowych z przysługującymi powódce z należnościami z tytułu sprzedaży towarów.

Pozwana wystawiła:

- 30 kwietnia 2008 r. notę obciążeniową na kwotę 2 440 zł tytułem usług marketingowych okolicznościowych;

- 7 lipca 2008 r. fakturę na kwotę 6 100,00 zł tytułem ekspozycji specjalnej produktów dostawcy na terenie marketu oraz fakturę VAT na kwotę 2 096,84 zł tytułem 15.500 % Bonusu kwartalnego warunkowego.

- 22 września 2008 r. fakturę VAT nr (...) na kwotę 2 440 zł tytułem ekspozycji specjalnej produktów dostawcy na terenie marketu w 3 kwartale 2008 r.

- 16 grudnia 2008 r. fakturę VAT na kwotę 2 440 zł tytułem ekspozycji specjalnej produktów dostawcy na terenie marketu.

- 23 lutego 2009 r. notę obciążeniową na kwotę 848,54 zł tytułem 5.000 % bonusu rocznego warunkowego.

Pismem z 17 listopada 2010 r. powódka wezwała pozwaną do zwrotu nienależnie pobranych opłat w łącznej wysokości 3 367,56 zł w terminie do 24 listopada 2010 r.

30 maja 2011 r. powódka złożyła w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie wniosek o zavezwanie pozwanej do próby ugodowej w sprawie o zapłatę kwoty 18 805,48 zł. Na rozprawie 5 sierpnia 2011 r. przewodniczący stwierdził, iż do zawarcia ugody nie doszło.

Stan faktyczny Sąd Okręgowy ustalił na podstawie okoliczności niespornych pomiędzy stronami oraz dokumentów. Ponadto Sąd Okręgowy dał wiarę Sąd zeznaniom T. M., przesłuchanego za powódkę.

Sąd Okręgowy uznał powództwo za zasadne.

Nie podzielił Sąd Okręgowy zarzutu braku legitymacji procesowej czynnej.

Wskazał, że upoważnienie inkasowe udzielone przez powódkę (...) spółce akcyjnej z siedzibą w K. dotyczyło przejęcia spłaty od dłużnika, prowadzenia z nim negocjacji w celu dobrowolnej spłaty, a także zawarcia w imieniu powódki ugody, w upoważnieniu ponadto wyraźnie wskazano że nie przenosi ono wierzytelności na rzecz upoważnionego.

W związku z umową cesji z 5 maja 2015 r. powołał art. 192 pkt. 3 k.p.c.

Nie podzielił również zarzutu przedawnienia stosując art. 20 u.z.n.k., który przewiduje 3-letni termin przedawnienia. Wskazał, że złożenie wniosku o zavezwanie do próby ugodowej spowodowało przerwanie biegu terminu przedawnienia.

Oceny prawnej roszczenia dokonał Sąd Okręgowy w oparciu o przepisy ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. 2003, nr 153, poz. 1503, ze zm. – dalej: u.z.n.k.).

Wskazał, że celem przepisu art. 15 u.z.n.k. 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.

W ocenie Sądu Okręgowego z brzmienia przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wynika, 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. Zawarty w przepisie zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży wskazuje, iż strony umowy sprzedaży powinny ograniczyć się zasadniczo do ustalenia wysokości marży czy ceny zbywanego towaru (bez znaczenia w omawianym kontekście jest ich wysokość). Istotne jest to, że nie jest dopuszczalne pobieranie opłat za jakiegokolwiek świadczenia związane ze standardową sprzedażą towarów ostatecznemu odbiorcy. Po dokonaniu sprzedaży kupujący nie spełnia już żadnych świadczeń na rzecz pierwotnego sprzedawcy. Ogół podejmowanych wówczas przez niego działań promocyjno – marketingowych dotyczących odsprzedawanych towarów, służy korzystnemu zbyciu ich przez kupującego finalnemu odbiorcy.

Podniósł, że w sprawie ocenie podlegała zasadność obciążania dostawcy przez odbiorcę opłatami za usługi marketingowe i okolicznościowe, a także bonusami za osiągnięcie określonego poziomu obrotu w dany kwartale, półroczu bądź roku.

Kluczowe znaczenie zdaniem Sądu Okręgowego ma fakt, że powódka nie miała realnych możliwości rezygnacji z korzystania z usług dodatkowych pod rygorem zerwania z nią współpracy. Chcąc skorzystać z możliwości dotarcia do konsumentów, będących odbiorcami jej towarów, z uwagi na duży udział w tym rynku sklepów i hurtowni

wielkopowierzchniowych była zmuszona do zaakceptowania określonych przez pozwaną warunków współpracy. Aby osiągnąć zyski była zmuszona przyjąć wymagania finansowe pozwanej.

Usługi w postaci ekspozycji specjalnej nie miały znaczenia ekonomicznego dla powódki, ale dla pozwanej, która w ten sposób dążyła do zwiększenia sprzedaży swoich towarów. Pobieranie opłat za specjalną ekspozycję towarów nie jest związane ze standardową sprzedażą towarów ostatecznemu odbiorcy, dlatego też pobieranie takich opłat należy uznać za niedozwolone.

Wskazał Sąd I instancji, że nie kwestionuje stanowiska pozwanej, zgodnie z którym udzielanie odbiorcy przez dostawcę rabatu jest dopuszczalne na gruncie polskiego prawa, jednakże przy ocenie, czy w konkretnym przypadku udzielenie takiego rabatu było dopuszczalne, należy odnieść się do realiów sprawy.

W okolicznościach sprawy o niedozwolonym charakterze opłat pobieranych przez pozwaną, pod nazwą bonusów, świadczy w ocenie Sądu Okręgowego sposób ich pobrania – samodzielne naliczanie przez odbiorcę, co uprawnia do stwierdzenia, że nie był to rodzaj upustu udzielanego przez dostawcę, lecz opłata pobierana przez pozwaną, której wysokość była uzależniona od wielkości obrotu osiągniętego w oznaczonym okresie.

Wątpliwości budzi zdaniem Sądu Okręgowego fakt, że przy ustalaniu podstawy wymiaru rabatu brano pod uwagę była wielkość obrotu ze wszystkimi odbiorcami (tj. wszystkimi spółkami z grupy (...)), a nie wielkość obrotu z pozwaną spółką, naliczanie rabatu kwartalnie oraz rocznie od całego obrotu w danym okresie. Co oznacza, że ta sama kwota była wielokrotnie uwzględniana przy ustalaniu podstawy wymiaru bonusu, a ten sam obrót stanowił podstawę do naliczania wszystkich rodzajów bonusów przez wszystkie spółki z grupy (...), do których powódka sprzedawała swoje towary, niezależnie od wielkości sprzedaży do poszczególnych spółek.

Dodatkowo – mimo iż rabat pomniejszał należną dostawcy cenę sprzedaży – nie był on brany pod uwagę przy ustalaniu wielkości obrotu stanowiącej podstawę jego naliczania, powodując tym samym wzrost opłat pobranych tytułem rabatów.

Nie podzielił Sąd Okręgowy poglądu pozwanej, że w świetle interpretacji bonusów i rabatów, dokonywanej przez Ministerstwo Finansów na gruncie przepisów podatkowych, ich pobieranie jest zawsze zgodne z ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Podniósł, że traktowanie określonych zachowań przez organy podatkowe, jako świadczenia usług nie wiąże Sądu przy ocenie cywilnoprawnej.

Sąd Okręgowy nie dopatrył się po stronie pozwanej wykonywania jakichkolwiek usług, za które pozwanej należne byłoby wynagrodzenie (w postaci tzw. bonusów i premii).

Przytoczył Sąd Okręgowy pogląd wyrażony przez Sąd Najwyższy w wyroku z 20 lutego 2014 roku (sygn. akt I CSK 236/13) i uznał, że warunek aktualizujący obowiązek uiszczenia bonusów w świetle faktycznie realizowanych uprzednio obrotów był fikcyjny i nie miał nic wspólnego z praktyką gospodarczą dopuszczającą oferowanie towarów na korzystniejszych zasadach w wypadku, gdy transakcja przybiera większe rozmiary.

Podkreślił Sąd Okręgowy, że wszystkie opłaty pobierane przez pozwaną stanowią czyn nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., pobieranie przez pozwaną opłat było sprzeczne z dobrymi obyczajami oraz prawem, jednocześnie naruszając interes innego przedsiębiorcy (powódki).

O odsetkach Sąd orzekł na podstawie art. 481 § 1 k.c. zasądzając je od dnia następnego po dniu doręczenia pozwanej zawiadania do próby ugodowej.

O kosztach procesu Sąd Okręgowy orzekł na podstawie art. 98 k.p.c.

Od wyroku apelację wniosła pozwana, która zaskarżyła wyrok w całości.

Pozwana zarzuciła:

- art. 228 k.p.c. i 233 § 1 k.p.c. poprzez dokonanie oceny dowodów niezgodnie z ich treścią oraz sprzecznie z zasadami logiki i doświadczenia życiowego, jak również z naruszeniem zasady wszechstronnej oceny materiału dowodowego, prowadzące do błędnych ustaleń faktycznych, iż:

- powódka nie miała żadnego wpływu na kształt uregulowań umownych dotyczących obowiązku uiszczania przez nią opłat, podczas gdy - co wynika z zebranego materiału dowodowego, umowy były negocjowane i strony wspólnie ustalały ich zakres;

- pozwana utrudniła powódce dostęp do rynku, podczas gdy pod względem obrotów grupa (...), stanowiła jedynie 40 % dostawców powódki, a zatem pozwana nie była ani głównym ani strategicznym dostawcą, stanowiła ona nie więcej niż 4 % dostawców;

- usługi promocyjne i marketingowe nie były wykonywane na rzecz

powódki, podczas gdy z zebranego materiału dowodowego wynika, iż były one wykonywane i było promowane logo powódki;

- pobieranie opłaty z tytułu bonusów wynikało z dominującej pozycji pozwanej oraz świadomego wykorzystania przez nią swojej pozycji na rynku, podczas gdy ani w trakcie negocjacji, ani w trakcie współpracy stron pozwana nigdy nie wykorzystywała jakiegokolwiek „pozycji na rynku”, abstrahując od braku wyjaśnienia znaczenia użytej terminologii w tym zakresie.

Naruszenie prawa materialnego:

• art. 353¹ k.c. poprzez nieuwzględnienie woli i swobody stron w zakresie ułożenia stosunku prawnego wedle własnego uznania, podczas gdy strony przez 6 lat negocjowały i podpisywały rokrocznie nowe umowy, powódka nie zgłaszała jakichkolwiek zastrzeżeń do współpracy, a intencją stron było nie tylko uregulowanie kwestii związanych z ceną dostarczanych produktów, ale także kompleksowe uregulowanie wzajemnej współpracy;

• art. 60 k.c., art. 65 § 1 i 2 k.c. przez ich niezastosowanie wobec braku uwzględnienia okoliczności towarzyszących złożeniu oświadczenia woli o ustaleniu bonusu kwartalnego m.in. uzgodnienia przez strony w treści umowy, że premia pieniężna będzie rozliczana i dokumentowana w sposób przewidziany w obrocie gospodarczym;

• art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 353¹ k.c. przez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie przez przyjęcie, że norma prawna wyrażona w tym przepisie znajduje zastosowanie również do rabatów/upustów cenowych w postaci premii pieniężnej, że rabaty/upusty cenowe w postaci premii pieniężnej są świadczeniem bez ekwiwalentu oraz że premia pieniężna nie pomniejszała ceny jednostkowej towaru;

• art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w zw. z art. 405 k.c. przez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie wobec przyjęcia, że uzgodnione bonusy stanowiły bezpodstawną korzyść majątkową, podlegającą zwrotowi na rzecz powódki;

• art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w zw. z art. 361 § 2 k.c. przez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie wobec uznania, że pozwana jest zobowiązana do zwrotu bonusów w kwotach brutto tj. wraz z podatkiem VAT, który powódka, jako czynny podatnik VAT mogła odliczyć od swojego podatku i w tym zakresie żadnej szkody nie poniosła;

• art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. poprzez jego niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że opłata jaką pozwana naliczała powódce z tytułu bonusów, obliczana jako procent od wartości zakupionego towaru, jest inną niż marża handlowa opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży, podczas gdy w rzeczywistości jest to upust od ceny nabycia towarów, a więc czynnik cenotwórczy wpływający na wysokość marży handlowej uzyskiwanej przez kupującego;

• art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k. poprzez jego błędną wykładnię i uznanie, że z przepisu tego wynika, iż w każdym przypadku pobierania za przyjęcie towaru do sprzedaży opłat innych niż marża handlowa dochodzi do popełnienia

czynu nieuczciwej konkurencji, tj. utrudniania innym przedsiębiorcom dostępu do rynku oraz że w świetle tego przepisu nie jest potrzebne dodatkowe wykazywanie, czy w następstwie pobrania dodatkowych opłat miało miejsce utrudnianie dostępu do rynku, podczas gdy ze wskazanego przepisu nie wynikają takie wnioski;

- art. 3 ust. 1 u.z.n.k. poprzez jego niezastosowanie do ustalonego stanu faktycznego, to jest poprzez brak zbadania, czy działania pozwanej były sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, a także czy zagrażały lub naruszały interes powódki;

- art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 6 k.c. poprzez zasądzenie kwot żądanych w pozwie mimo braku wykazania przez powódkę utrudnienia jej przez pozwaną dostępu do rynku.

W uzasadnieniu apelacji podniesiono zarzut naruszenia art. 5 k.c.

W oparciu o te zarzuty pozwana wniosła o zmianę zaskarżonego wyroku poprzez oddalenie powództwa w uwzględnionej części oraz o zasądzenie od powódki na rzecz pozwanej kosztów procesu, ewentualnie o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy Sądowi I instancji do ponownego rozpoznania, pozostawiając temu Sądowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania apelacyjnego.

Powódka wniosła o oddalenie apelacji i zasądzenie kosztów procesu.

Sąd Apelacyjny zważył, co następuje:

Apelacja jest niezasadna pomimo tego, że niektóre z zarzutów Sąd Apelacyjny podziela.

Zasadny jest zarzut naruszenia art. 228 § 2 k.p.c. zgodnie, z którym fakty znane sądowi urzędowo nie wymagają dowodu, jednakże sąd powinien na rozprawie zwrócić na nie uwagę stron.

W niniejszej sprawie Sąd Okręgowy przy ocenie dowodu z zeznań T. M. powołał się na wiedzę z urzędu, wynikającą z rozpatrywania kilkunastu podobnych spraw, z której wynika, że negocjowanie warunków współpracy z podmiotami prowadzącymi sklepy wielkopowierzchniowe jest niemożliwe i jeśli dostawca nie wyraża zgody na warunki jednostronnie przedstawione przez odbiorcę, to wówczas dochodzi do zakończenia współpracy.

Fakty znane sądowi urzędowo to okoliczności faktyczne znane sądowi orzekającemu z jego działalności urzędowej, z którymi zetknął się bezpośrednio przy dokonywaniu czynności procesowych (por. orzeczenie SN z 17 grudnia 1958 r., III CR 462/58, OSNC 1962/1/6).

Zdaniem Sądu Apelacyjnego do prawidłowego zastosowania art. 228 § 2 k.p.c. nie wystarcza ogólnikowe powołanie się na fakty znane sądowi z innych rozpatrywanych spraw, lecz niezbędne jest przytoczenie konkretnego faktu, wskazanie sprawy, w której nastąpiło jego stwierdzenie. Ponadto sąd obowiązany jest do zwrócenia uwagi stron na fakt, na którym zamierza się oprzeć, jako na znanym mu urzędowo po to, by mogły one wypowiedzieć się co do tych faktów. Samo ich przywołanie w uzasadnieniu wyroku narusza dyspozycję art. 228 § 2 k.p.c. (zob. wyrok SN z 6 lutego 1963 r., III CR 75/62, OSNC 1964/1/18).

Naruszył Sąd Okręgowy art. 228 § 2 k.p.c. nie zwracając uwagi stron na fakty znane mu z urzędu. Ponadto nie było potrzeby powoływania się na stany faktyczne występujące w innych sprawach przy ocenie dowodu. Dla oceny wiarygodności tych zeznań nie było bowiem konieczne powoływanie się przez Sąd Okręgowy na fakty znane mu z urzędu.

Podkreślić należy, że naruszenie przepisów prawa procesowego tylko wówczas może stanowić skuteczną podstawę apelacyjną, gdy wykazany zostanie jego wpływ na rozstrzygnięcie sprawy. Przy czym muszą być spełnione łącznie dwa warunki. Uchybienia te bezpośrednio lub pośrednio miały lub mogły mieć wpływ na rozstrzygnięcie sprawy i jednocześnie są tego rodzaju lub wystąpiły w takim natężeniu, iż ukształtowały lub mogły ukształtować treść zaskarżonego orzeczenia.

W sprawie niniejszej brak jest podstaw do przyjęcia, że uchybienie przepisowi art. 228 § 2 k.p.c. miało wpływu na treść rozstrzygnięcia.

Nie jest zasadny zarzut naruszenia art. 233 § 1 k.p.c.

Z uzasadnienia zarzutu wynika, iż pozwana kwestionuje ustalenie przez Sąd Okręgowy, iż powódka nie miała wpływu na kształt uregulowań umownych dotyczących umowy handlowej, usługi marketingowe i promocyjne nie były wykonywane, pozwana wykorzystywała dominującą pozycję.

Ponadto powołując fakt, że grupa spółek sieci stanowiła łącznie 40 % dostawców powódki kwestionuje ustalenie przez Sąd Okręgowy, że pozwana utrudniała powódce dostęp do rynku, gdyż nie była strategicznym dostawcą powódki.

Zeznania T. M. są wiarygodne, ponieważ, jak trafnie wskazał Sąd Okręgowy są one spójne logicznie pozostają w związku z dowodami z dokumentów. Zasady doświadczenia życiowego potwierdzają zeznania w części dotyczącej zależności współpracy powódki z pozwaną i innymi spółkami sieci od ponoszenia dodatkowych opłat. Nielogiczne byłoby uznanie, że sprzedający dobrowolnie zgodziłby się na ponoszenie tak licznych opłat. Powódka, jak wynika z niekwestionowanych przez pozwaną umów i porozumień zobowiązana była do ponoszenia licznych opłat/udzielania rabatów: rabat od cen, bonus kwartalny warunkowy, bonus roczny warunkowy, rabat na otwarcie, opłaty za akcje promocyjne i marketingowe służące w istocie pozwanej, jako właścicielowi sprzedawanego towaru.

Z zeznań T. M. wynika, że wszelkie opłaty były warunkiem rozpoczęcia współpracy z siecią spółek, w związku z czym nie było możliwe negocjowanie umów. Powódce nie była narzucana cena tylko rabaty i dodatkowe opłaty. Powódka podpisywała umowy, gdyż sklepy sieci stanowiły istotny element jej obrotu. W momencie, gdy transakcje stały się nierentowne powódka zaprzestała współpracy. Okoliczność, że z zeznań T. M. wynika, że spółka była inicjatorem współpracy, nie stoi w sprzeczności z ustaleniem, że opłaty były narzucane przez pozwaną.

Podziela również Sąd Apelacyjny ustalenie Sądu Okręgowego, iż pozwana w istocie utrudniała powódce dostęp do rynku, gdyż uzależnienie przyjęcia towaru do sprzedaży od innych niż marża opłat ogranicza rentowność przedsiębiorstwa.

Nie podziela Sąd Apelacyjny zarzutu, iż uzasadnienie wyroku zawiera elementy, które nie pochodzą bezpośrednio z niniejszego postępowania. Wskazuje tu pozwana na ustalenie, że przy ustalaniu podstawy wymiaru rabatu brana pod uwagę była wielkość obrotu ze wszystkimi odbiorcami, a takich informacji strony nie podawały. Rzeczywiście Sąd Okręgowy użył pojęcia „rabat”. Jednakże z uzasadnienia wyroku i umów wiążących strony wynika, że wysokość obrotu obrót ze wszystkimi odbiorcami była podstawą wyliczenia bonusów. Powyższe znajduje odzwierciedlenie w treści umów i porozumień.

Zarzut w części dotyczącej ustalenia przez Sąd Okręgowy utrudnienia powódce dostępu do rynku, w istocie stanowi zarzut naruszenia prawa materialnego, co zostanie omówione w dalszej części uzasadnienia.

Podziela również Sąd Apelacyjny ustalenie Sądu Okręgowego, że usługi promocyjne na rzecz powódki nie były wykonywane, brak jest podstaw do przyjęcia, że było promowane logo powódki. Pozwana załączyła do faktur zdjęcia półek sklepowych, jednakże są one nieczytelne (k. 464, 467, 470 -471). Ponadto nie wiadomo na czym polega świadczenie przybierające formę „ekspozycji specjalnej”.

Nie widzi Sąd Apelacyjny związku pomiędzy umieszczeniem towaru na półce sklepowej, co stanowi standardowy sposób ekspozycji towaru a promocją i reklamą powódki.

Należy podkreślić, że pozwana nie przedstawiła danych świadczących o tym, że w związku z pobieraniem wskazanych opłat podejmowała jakiegokolwiek działania reklamowe, czy marketingowe na rzecz powódki, mające na celu promocję jej marki, a nie zbycie towaru będącego już własnością pozwanej.

Reasumując Sąd Okręgowy nie naruszył zasady swobodnej oceny dowodów. Zarzut naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. może być uznany za zasadny jedynie w wypadku wykazania, że ocena materiału dowodowego dokonana przez Sąd I instancji jest rażąco wadliwa, czy w sposób oczywisty błędna, dokonana z przekroczeniem granic swobodnego przekonania sędziowskiego, wyznaczonych w tym przepisie. Sąd ocenia wiarygodność i moc dowodów według własnego przekonania, na podstawie wszechstronnego rozważenia zebranego materiału, dokonując wyboru określonych środków dowodowych. Jeżeli przy tym z danego materiału dowodowego sąd pierwszej instancji wyprowadza wnioski logicznie poprawne i zgodne z doświadczeniem życiowym, to ocena taka nie narusza reguł swobodnej oceny dowodów i musi się ostać, choćby w równym stopniu, na podstawie tego materiału dowodowego, dawały się wysnuć wnioski odmienne (np.: postanowienie Sądu Najwyższego z 11 stycznia 2001 r., I CKN 1072/99, Prok. i Pr. 2001 r., Nr 5, poz. 33; postanowienie Sądu Najwyższego z 17 maja 2000 r., I CKN 1114/99, nie publ.; wyrok Sądu Najwyższego z 14 stycznia 2000 r., I CKN 1169/99, OSNC 2000 r., nr 7-8, poz. 139).

To, że Sąd I instancji dokonał ustaleń faktycznych na podstawie dowodów przedstawionych przez powódkę, zgodnie z jej twierdzeniami, nie oznacza wadliwości w ich ocenie, przy braku przekonywującej argumentacji ze strony pozwanej. Również okoliczność, że w innych sprawach między stronami, jak twierdzi pozwana zapadały odmienne orzeczenia, nie stanowi o naruszeniu art. 233 § 1 k.p.c.

Wbrew twierdzeniom apelacji brak jest podstaw do przyjęcia, że sprawa nie została rozpoznana „indywidualnie”. Poza nieprawidłowym nawiązaniem do wiedzy sądu posiadanej z urzędu (wyłącznie przy ocenie dowodów) Sąd I instancji odniósł się do faktów ustalonych w niniejszej sprawie.

Sąd Apelacyjny ustalenia faktyczne Sądu Okręgowego podziela i przyjmuje, jako własne.

Nie podziela Sąd Apelacyjny zarzutów dotyczących naruszenia prawa materialnego.

Na wstępie odnieść należy się do powoływanego w apelacji wyroku Trybunału Konstytucyjnego z 16 października 2014 r. SK 20/12 (OTK-A 2014/9/102, Dz.U.2014/1458) oraz licznych orzeczeń Sądu Najwyższego i sądów powszechnych. Podkreślić należy, że zarówno wyrok Trybunał Konstytucyjny jak i Sąd Najwyższy podkreślają konieczność badania ewentualnego naruszenia przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w odniesieniu do okoliczności konkretnej sprawy. Dlatego też niewystarczające dla podzielenia wywodów apelacji jest wskazanie przez pozwaną niektórych tez orzeczeń, wydawanych w różnych stanach faktycznych.

Ze wskazanego wyżej wyroku Trybunału Konstytucyjnego wynika, że przepis art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie zakazuje bezwzględnie pobierania opłat przez przedsiębiorców przyjmujących towar do sprzedaży w związku z realizacją umów zawartych z innymi przedsiębiorcami. Zakazuje on pobierania jedynie takich opłat, które utrudniają dostęp do rynku, będąc sprzecznymi z dobrymi obyczajami, zagrażającymi lub naruszającymi interes innych przedsiębiorców lub klienta (art. 15 ust. 1 pkt 4 w związku z art. 3 ust. 1 u.z.n.k.). Wskazał Trybunał Konstytucyjny, że obowiązkiem sądu rozstrzygającego o popełnieniu czynu nieuczciwej konkurencji jest ustalenie zasad i mechanizmu wnoszenia opłat za poszczególne usługi. Sąd może i powinien w szczególności wziąć pod uwagę:

a) czy opłaty były przedmiotem negocjacji oraz zostały zastrzeżone w pierwszej umowie łączącej przedsiębiorców, czy też zostały wprowadzone na etapie realizacji tejże umowy w drodze zgodnych oświadczeń woli stron albo jednostronnej czynności faktycznej jednego z przedsiębiorców;

b) czy opłaty zostały zastrzeżone w sposób precyzyjny ab initio, czy też postanowienia umowy w tym zakresie miały charakter odsyłający do późniejszych jednostronnych czynności jednego tylko przedsiębiorcy lub nadano im formę blankietową;

c) czy pobór opłat dokonano w sposób transparentny;

d) czy opłaty zastrzeżono na dalszym etapie realizacji umowy pierwotnej z mocą wsteczną;

- e) czy opłaty zastrzeżono w zamian za świadczenia rzeczywiście spełnione przez pobierającego opłatę;
- f) czy opłaty zostały zastrzeżone w sposób proporcjonalny dla przedsiębiorcy zobowiązanego do ich uiszczenia, tj.:
- czy opłaty są przydatne do realizacji celu przedsiębiorcy,
 - czy opłaty są niezbędne z uwagi na przedmiot prowadzonej działalności gospodarczej,
 - czy opłaty nie wiążą się z nieadekwatnymi obciążeniami danego przedsiębiorcy.

Z zebranego w sprawie materiału dowodowego wynika, że:

- negocjacje związane z dodatkowymi opłatami w istocie nie były negocjacjami, stanowiły jedynie zakomunikowanie, jakie usługi będą świadczone i w jakiej wysokości powódka ma uiścić opłaty (procent w stosunku do obrotu),
- dokumentacja była wcześniej przygotowywana przez pozwaną, powód nie miał wpływu na treść umowy, mimo podejmowanych prób,
- nie można było zmieniać treści umowy, nie było możliwe zrezygnowanie z którejkolwiek z usług (opłat).

Oznacza to, że w okolicznościach niniejszej sprawy zachodzą podstawy do ustalenia, iż opłaty zostały jednostronnie narzucone przez pozwaną.

Nie jest zasadny zarzut naruszenia art. 353¹ k.c.

Nie budzi wątpliwości, że zgodnie z zasadą swobody umów, o której mowa w art. 353¹ k.c., jest zawieranie przez strony umowy kształtującej stosunki między nimi w ten sposób, że poza świadczeniami typowymi dla umowy sprzedaży strony zastrzegają spełnienie świadczeń dodatkowych. Jednakże przepis art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wprowadzając zakaz pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży ogranicza zakres swobody stron umowy układających wiążący je stosunek prawny. Odwołanie się do art. 353¹ k.c. statuującego zasadę swobody umów nie może stanowić uzasadnienia zamieszczania w umowie postanowień naruszających przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Treść i cel umowy nie mogą pozostawać w sprzeczności z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa oraz zasadami współżycia społecznego.

W związku z tym korzystanie przez strony umowy ze swobody kontraktowania w ramach przepisu art. 353¹ k.c. nie stoi w sprzeczności z koniecznością dokonywania oceny, czy określone postanowienia umowy nie prowadzą w rzeczywistości do osiągnięcia przez jedną ze stron skutku zakazanego przepisem art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Nie naruszył Sąd Okręgowy, art. 60 k.c. i art. 65 k.c. Sąd Okręgowy dokonał prawidłowej wykładni umowy. Okoliczność, iż zdaniem pozwanej sposób rozliczeń bonusów jest typowy w stosunkach gospodarczych nie ma związku z przepisami dotyczącymi wykładni oświadczeń woli i umów.

Nie jest zasadny zarzut naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. poprzez jego błędną wykładnię.

Wykładnia przepisu dokonana przez Sąd Okręgowy jest prawidłowa.

Wbrew twierdzeniom apelacji Sąd Okręgowy nie uznał, iż przepis ten ma zastosowanie do upustów cenowych. Wręcz przeciwnie Sąd Okręgowy stwierdził, że pobrana opłata nie ma charakteru upustu cenowego, co uzasadnia przyjęcie, że doszło do naruszenia art. 15 ust 1 pkt 4 u.z.n.k. poprzez pobieranie przez pozwaną innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Nie podziela Sąd Apelacyjny wyводу apelacji, iż bonusy stanowiły rodzaj upustu/rabatu potransakcyjnego.

Według dominującego w orzecznictwie Sądu Najwyższego stanowiska rabat posprzedawowy, czy też premia pieniężna liczona od obrotu uznawane są za mechanizmy kształtujące cenę a zatem uchylające się spod kwalifikacji jako opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży. (np. wyroki Sądu Najwyższego z 20 lutego 2014 r. I CSK 236/13; z 6 czerwca 2014 r., nie publ., III CSK 228/13; z 17 kwietnia 2015 r, nie publ.).

Podobne stanowisko wyrażane jest również w doktrynie, która nie odrzuca możliwości uznania bonusów liczonych od obrotu za opłaty niedozwolone jeżeli taki wniosek wynika w szczególności z proporcji rabatu do pierwotnej ceny oraz warunków, które uzgodnione są przez strony do ich naliczania (tak: K. Szczepanowska – Kozłowska, Czy rabat jest opłatą półkową, Glosa 2015, nr 2, s. 88).

Marża handlowa, w myśl art. 3 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 5 lipca 2001r. o cenach (Dz. U. Nr 97 poz. 1050 ze zm.), która obowiązywała w czasie, gdy zostały zawarte i wykonywane umowy, to różnica między ceną płaconą przez kupującego a ceną uprzednio zapłaconą przez przedsiębiorcę wynikająca z kosztów i zysku przedsiębiorcy.

Sąd Najwyższy w wyroku z z dnia 23 marca 2017 r. V CSK 437/16, niepubl.) wskazał, że istotą rabatu (upustu cenowego) jest obniżenie przez dostawcę ceny jednostkowej sprzedawanego towaru w porównaniu do ceny oferowanej ewentualnym innym klientom, którzy jednak nie nabywają znaczniejszej ilości towaru, nie gwarantują stałej wieloletniej współpracy oraz utrzymania lub nawet zwiększenia jej skali w dłuższym horyzoncie czasowym. Odniósł się w uzasadnieniu orzeczenia Sąd Najwyższy do praktyki gospodarczej, w której ukształtowane zostały zasady oferowania towarów na korzystniejszych zasadach, a więc z upustem lub rabatem od ceny podstawowej oferowanego towaru w sytuacji, gdy transakcja przybiera znaczniejsze rozmiary.

Sąd Najwyższy w wyroku z 29 kwietnia 2016 r. I CSK 319/15 (Legalis, 1472290) wyraził pogląd, podzielany przez Sąd Apelacyjny w składzie orzekającym, iż „Przyjęcie, że rabaty mieszczą się, co do zasady, poza katalogiem opłat objętych zakresem art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k nie oznacza bowiem generalnego ich wyłączenia spod kontroli sądu również na gruncie tego przepisu. W orzecznictwie i literaturze wyrażony jest pogląd o dopuszczalności badania, czy w ustalonej marży nie mieści się ukryta, niedozwolona „opłata półkowa”, a więc czy rabat nie jest jednak inną niż marża handlowa opłatą. Może to mieć miejsce jeżeli wysokość marży istotnie odbiega na niekorzyść dostawcy od marż pobieranych w przypadku podobnych umów dotyczących takich samych towarów, jeżeli marże te są w miarę jednolite, a także wówczas, gdy strony nie ustaliły warunków, w jakich realizuje się prawo kupującego do obniżenia ceny czy też nie ustaliły wysokości zmniejszenia ceny pozostawiając to jednostronnej decyzji kupującego. Takie okoliczności mogą wskazywać, że zastrzeżenie rabatu było pozorne. Ustalenie istnienia takiej zakamuflowanej opłaty prowadziłoby do poczytania rabatu za opłatę niedozwoloną w rozumieniu powołanego przepisu. Tak więc nie budzi wątpliwości, że w razie sporu o charakter opłaty innej niż marża, każdy przypadek wymaga oddzielnej analizy, a końcowe wnioskowanie zależy w równym stopniu tak od treści umowy, jak i sposobu jej wykonywania, a więc okoliczności faktycznych sprawy”.

Dokonując oceny roszczenia w sposób wskazany przez Sąd Najwyższy powołanych wyżej orzeczeniach podnieść należy, że zastrzeżone i pobrane przez pozwaną bonusy kwartalne były zależne od wielkości obrotu, jednakże nie sposób przyjąć, że stanowiły one element mechanizmu kształtowania ceny, a więc marżę w rozumieniu art. 15 ust 1 pkt 4 u.z.n.k. ponieważ w okolicznościach niniejszej sprawy trudno mówić o transakcjach o znacznych rozmiarach.

Bonus kwartalny w 2008 r. 15,5% liczony był już od obrotu 5000 zł ze wszystkimi spółkami wchodzącymi w skład holdingu, a nie tylko z pozwaną. Bonus roczny warunkowy w oparciu o umowę handlową obowiązującą w 2008 r wynosił 5 % w przypadku nieuzyskania w roku kalendarzowym łącznego obrotu wszystkich odbiorców w wysokość 1 000 000 zł (umowa handlowa k. 70 – 72).

Nie można również pominąć faktu, że pozwana, która sporządzała umowy przewidywała rabaty (26% i 15 %) od ceny netto oraz inne opłaty, w tym bonusy. Wyraźnie rozróżniała więc pozwana odmienny charakter płatności stanowiących zarówno rabat/upust od ceny w rozumieniu ustawy o cenach i inne opłaty w postaci bonusów.

W ocenie Sądu Apelacyjnego w okolicznościach sprawy, zważywszy na to, że powódka nie miała możliwości negocjowania umowy w zakresie bonusów, uznać należy, że mają one charakter opłaty innej niż marża z przyczyn wskazanych przez Sąd Okręgowy.

Nie jest zasadny zarzut naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 6 k.c.

Podziela Sąd Apelacyjny stanowisko Sądu I instancji, iż doszło do utrudnienia powódce dostępu do rynku rozumianego, jako ograniczenie uczestnictwa w obrocie gospodarczym, przy czym „rynek” należy rozumieć w ten sposób, że występuje on jedynie pomiędzy stronami transakcji. Chodzi więc o sytuacje, w których ma miejsce zastrzeżenie przez przedsiębiorcę dodatkowych opłat tylko za to, że przyjmowane od dostawcy towary znajdują się w sprzedaży w sklepach tego przedsiębiorcy.

W okolicznościach niniejszej sprawy powódka udowodniła, co trafnie ustalił Sąd pierwszej instancji, że bez ponoszenia dodatkowych opłat nie doszłoby do nawiązania współpracy i że ponoszenie tych opłat przez nią było warunkiem przyjęcia towarów do sprzedaży przez pozwaną.

Przepis art. 15 ust. 1 u.z.n.k. nie ustanawia domniemania utrudniania dostępu do rynku. Okoliczność utrudnienia dostępu do rynku przez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży podlega udowodnieniu a ciężar dowodu w tym zakresie, zgodnie z art. 6 k.c., obciąża przedsiębiorcę, który powinien wykazać, że żądanie od niego określonej opłaty spowodowało utrudnienie mu dostępu do rynku. W ocenie Sądu Apelacyjnego powódka powyższy fakt udowodniła.

„Dostęp do rynku”, o jakim jest mowa w powołanym przepisie, rozumiany jest w doktrynie szeroko, tj. jako swoboda wejścia na rynek, wyjścia z niego, a także oferowania na nim swoich towarów i usług. W związku z tym utrudnianie dostępu do rynku jest utożsamiane z pojęciem „utrudniania prowadzenia działalności gospodarczej” (T. Skoczny, M. Bernatt [w:] J. Szwaja (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2013, s. 572, E. Nowińska, M. du Vall, Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2013, s. 247). Nie budzi również wątpliwości, na gruncie tego przepisu określenie „rynek” oznacza rynek wykreowany pomiędzy stronami transakcji dostawy (postanowienie SN z dnia 19.05.2011 r., I CSK 700/10, Lex nr 1294148).

Zdaniem Sądu Apelacyjnego w wyniku poboru bonusów doszło do utrudnienia dostępu powódce do rynku we wskazany wyżej sposób. Konieczność ponoszenia dodatkowych opłat, w celu zagwarantowania możliwości sprzedaży towarów, stanowi rodzaj bariery finansowej, która ogranicza danemu dostawcy dostęp do rynku zarówno w sensie bezpośrednim (konkretny koszt finansowy), jak i pośrednim (utrudniona rywalizacja rynkowa z dostawcami, którzy tych dodatkowych kosztów nie ponoszą).

Nie podziela Sąd Apelacyjny zarzutu naruszenia art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w zw. z art. 405 k.c. Sąd Najwyższy w uchwale z 19 sierpnia 2009 r. – II CZP 58/09 stwierdził, że na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. strona może – niezależnie od innych roszczeń wynikających z umowy - dochodzić bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Fakt popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji zastępuje przy tym przesłankę braku podstawy prawnej, o której mowa w art. 405 k.c.

Nie jest zasadny zarzut naruszenia art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w zw. z art. 361 § 2 k.c. przez jego błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie wobec uznania, że pozwana jest zobowiązana do zwrotu bonusów w kwotach brutto.

Ze stosunku obligacyjnego łączącego podmioty będące podatnikami podatku od towarów i usług (VAT) wynika obowiązek spełnienia przez nabywcę usługi – świadczenia mieszczącego w sobie wartość naliczonego podatku VAT. Jednocześnie wystawienie faktury VAT przez podatnika podatku VAT – będącego usługodawcą powoduje powstanie zobowiązania podatkowego tego podmiotu obejmującego obowiązek zapłaty naliczonego w fakturze podatku. W razie wykonania cywilnoprawnego zobowiązania świadczenia – przez usługobiorcę wobec usługodawcy – nabywca usługi jest tym podmiotem który ponosi gospodarczy (finansowy) ciężar zapłaty podatku VAT, gdyż usługodawca odzyskuje wartość uiszczoną przez siebie podatku VAT w postaci świadczenia usługobiorcy – jako że świadczenie to zawiera

w sobie ten podatek. Beneficjentem jest Skarb Państwa – który uzyskuje podatek VAT zapłacony przez usługodawcę. Jednakże zgodnie z prawem podatkowym (obowiązująca zasada neutralności tego podatku) – usługobiorca nabywa uprawnienie do „odzyskania” wartości naliczonego podatku – przez odliczeniem podatku naliczonego od podatku należnego (prawo do obniżenia kwoty podatku należnego o kwotę podatku naliczonego). Realizacja tego uprawnienia prowadzi do efektu gospodarczego analogicznego w skutkach ze zwrotem części uiszczanego świadczenia, z tym, że następuje to kosztem należności Skarbu Państwa, w ramach stosunku podatkowego łączącego podatnika ze Skarbem Państwa. Zaistnienie takich okoliczności w płaszczyźnie cywilnoprawnej – jak zwrot spełnianego świadczenia - może spowodować utratę przez podatnika prawa do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego (art. 86 ust. 1 ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług). Podatek naliczony jest bowiem związany z faktycznie dokonanymi zdarzeniami gospodarczymi, z którymi ustawa wiąże obowiązek naliczenia podatku VAT. Jeżeli takie zdarzenia nie zaszły (jak w sprawie niniejszej – gdyż w sprawie świadczenie zawierające podatek VAT było świadczeniem nienależnym, zatem brak było podstaw do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego) – to zgodnie z art. 8 ust. 3a ustawy o podatku od towarów i usług – zostają zniwelowane korzyści majątkowe wynikające ze skorzystania przez podatnika z prawa do odliczenia podatku naliczonego od podatku należnego.

Nie jest zasadny zarzut naruszenia art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Sąd Okręgowy oceny roszczenia dokonał w oparciu o art. 15 u.z.n.k. nie zachodziła więc potrzeba odwoływania się do art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Nie jest zasadny zarzut naruszenia art. 5 k.c.

Przepis art. 5 k.c. formułuje zakaz wykonywania praw podmiotowych w sposób sprzeczny z zawartymi w nim klauzulami generalnymi tj. społeczno - gospodarczym przeznaczeniem prawa albo zasadami współżycia społecznego. Uwzględnienie zarzutu nadużycia prawa podmiotowego oznacza jedynie, że w konkretnych okolicznościach faktycznych, przyznane normą prawną istniejące prawo podmiotowe zostaje zakwalifikowane jako wykonywane bezprawnie i w konsekwencji nie podlega ochronie. Przepis art. 5 k.c., jako przepis o charakterze wyjątkowym, którego zastosowanie prowadzi do ograniczenia praw, musi być wykładany ściśle oraz stosowany ostrożnie i w wyjątkowych wypadkach.

Okoliczność, że strony współpracowały ze sobą przez wiele lat i podpisywały umowy o treści powoływanej w sprawie nie oznacza, że żądanie zapłaty wywiedzione przez powódkę i uzasadnione w świetle obowiązujących przepisów prawa jest naruszeniem zasad współżycia społecznego.

Dlatego też, Sąd Apelacyjny na podstawie art. 385 k.p.c. orzekł, jak w sentencji wyroku.

O kosztach procesu orzeczono na podstawie art. 98 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c.

Jolanta de Heij-Kaplińska Romana Górecka Roman Dzięczek