

Sygn. akt I ACa 48/13

## WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 13 marca 2013 r.

Sąd Apelacyjny we Wrocławiu – Wydział I Cywilny w składzie:

Przewodniczący:	SSA Anna Guzińska
Sędziowie:	SSA Iwona Biedroń (spr.) SSA Grażyna Matuszek
Protokolant:	Marta Perucka

po rozpoznaniu w dniu 27 lutego 2013 r. we Wrocławiu na rozprawie

sprawy z powództwa (...) **S.A. w G.**

przeciwko (...) **sp. z o.o. spółce komandytowej we W.**

o zapłatę

na skutek apelacji strony pozwanej

od wyroku Sądu Okręgowego we Wrocławiu

z dnia 26 października 2012 r. sygn. akt X GC 60/12

**1. zmienia zaskarżony wyrok w punkcie I w ten sposób, że zasądza od strony pozwanej na rzecz strony powodowej kwotę 1.198.614,21**

**(jeden milion sto dziewięćdziesiąt osiem tysięcy sześćset czternaście 21/100) złotych z ustawowymi odsetkami od dnia 28 października 2011r., a w pozostałej części powództwo oddala oraz w punkcie II w ten sposób, że zasądza od strony pozwanej na rzecz strony powodowej kwotę 63.858 zł tytułem zwrotu kosztów procesu;**

**2. oddala apelację w pozostałym zakresie;**

**3. zasądza od strony powodowej na rzecz strony pozwanej kwotę 16.175 zł tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.**

## UZASADNIENIE

Strona powodowa (...) S.A. w G. wniosła o zasądzenie

od strony pozwanej (...) Sp. z o.o. spółki komandytowej

we W. kwoty 1.581.945,23zł wraz z odsetkami ustawowymi od dnia 28.10.2011 r. do dnia zapłaty oraz kosztów procesu.

Uzasadniając żądanie strona powodowa wskazała, że strony prowadziły współpracę handlową, łączące

strony umowy handlowe przewidywały różnorakie płatności na rzecz strony pozwanej, w tym m. in. z tytułu: „usług reklamy”, „usług w zakresie handlu detalicznego-ogłoszenia (...), „usług logistycznych”. Usługi te miały charakter fikcyjny, co zdaniem strony powodowej wskazuje, że były one ukrytymi „opłatami z tytułu dopuszczenia towarów do sprzedaży” określonymi w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Opłaty te zostały jednostronnie narzucone przez stronę pozwaną w toku negocjacji poprzedzających zawarcie umowy głównej, aneksów oraz warunków handlowych.

Strona powodowa wskazała, że skutkiem pobrania przez pozwaną nienależnych opłat, strona pozwana bezpodstawnie korzystała ze środków pieniężnych strony powodowej. W konsekwencji domagała się zapłaty kwoty 383.026,02 zł stanowiących dalsze korzyści, na które składają się pożytki osiągnięte przez stronę pozwaną od pobranych opłat.

Nakazem zapłaty w postępowaniu upominawczym z dnia 4.11.2011 r. Sąd Okręgowy we Wrocławiu uwzględnił żądanie pozwu w całości.

W sprzeciwie od nakazu zapłaty strona pozwana wniosła o oddalenie powództwa oraz zasądzenia na jej rzecz kosztów procesu. W jej ocenie brak jest podstaw do przyjęcia, iż dopuściła się wobec strony powodowej nieuczciwej konkurencji, żadne ze świadczeń umówionych nie zostało powodowej spółce narzucone, zostały faktycznie wykonane, a nadto miały dodatni wpływ na działalność przychodową strony powodowej.

Ustalenia faktyczne dokonane przez Sąd Okręgowy istotne dla rozstrzygnięcia sprawy przedstawiają się następująco:

Strona powodowa (...) S.A. w G. zajmowała się między innymi produkcją i dystrybucją zabawek oraz artykułów dmuchanych takich jak baseny, materace, rękawki itp. Strona pozwana prowadzi sieć sklepów wielkopowierzchniowych. Wydaje też i dystrybuje gazetkę reklamową, w której zamieszczone są głównie zdjęcia towarów sprzedawanych w jej sklepach. Od 2005 r. strona powodowa prowadziła współpracę handlową z pozwaną, w ramach której dostarczała i sprzedawała pozwanej spółce towary handlowe w postaci zabawek i artykułów dmuchanych (np. basenów), które przeznaczone były do dalszej odsprzedaży. Podstawę współpracy handlowej stron kształtowały Ogólne Warunki Zakupu i Handlu z dnia 1.07.2005 r. wraz z Technicznymi Warunkami Współpracy oraz Ramowe Warunki Współpracy.

W myśl postanowień umowy m.in. w pkt. 2.9 strony ustaliły, że dostawca ma możliwość udzielenia zamawiającemu premii pieniężnych od osiągniętych obrotów, który wysokość i warunki regulować będzie odrębna umowa pomiędzy stronami. Aneksem z dnia 1.01.2010 r. zmieniono brzmienie pkt 2.9 Ogólnych Warunków, wskazując, że dostawca ma możliwość zlecenia zamawiającemu usług reklamy, za które wynagrodzenie będzie stanowiło procent od osiągniętych obrotów, których wysokość i warunki regulować będzie odrębna umowa pomiędzy stronami. Zastrzeżono bieżące rozliczenie wynagrodzenia za usługi.

Zgodnie z zapisem Ramowych warunków współpracy obowiązujących pomiędzy stronami od 01.01.2008 r. strona pozwana miała wykonywać na rzecz strony powodowej „usługę reklamy- wizerunek przedsiębiorstwa” za wynagrodzeniem w wysokości 6% osiągniętego obrotu oraz „usługę reklamy-reklama w gazetce K.” za wynagrodzeniem w wysokości 10% osiągniętego obrotu w ramach organizowanych akcji. W ramowych warunkach współpracy obowiązujących od 01.01.2008 r. przewidziano również, że premia pieniężna za osiągnięcie obrotu jest płatna w styczniu roku następującego po roku rozliczeniowym, zaś usługi reklamy będą fakturowane w sposób ciągły, miesięcznie. Wystawiane przez K. faktury będą płatne natychmiast, każdorazowo w miesiącu następującym po każdym miesiącu rozliczeniowym.

W dniu 4.01.2008 r. strony zawarły umowę reklamy, w świetle której strona powodowa zleciła stronie pozwanej reklamę swojego przedsiębiorstwa przez zamieszczenie swojego logo w wydawanej przez stronę pozwaną gazetce reklamowej (...). Strona pozwana zobowiązała się do co najmniej 1-krotnego, w ramach każdego roku kalendarzowego, wyeksponowania logo strony

pozwaną w gazetce reklamowej w nakładzie minimum 2.000.000 egzemplarzy.

Za tę usługę strona powodowa zobowiązała się zapłacić stronie pozwanej wynagrodzenie roczne w wysokości netto 6% obrotu osiągniętego w danym roku przez nią w stosunku do strony pozwanej, powiększone o podatek VAT, płatne w 12 miesięcznych częściach, na podstawie wystawianych przez stronę pozwaną faktur VAT.

W dniu 5.2.2008 r. strony zawarły umowę reklamy, zgodnie z którą strona powodowa zleciła stronie pozwanej reklamę swojego przedsiębiorstwa przez zamieszczenie artykułu sponsorowanego w wydawanej przez stronę pozwaną gazetce reklamowej (...). Treści reklamowe miały być prezentowane w ramach wskazanych akcji. Za usługę reklamy strona powodowa zobowiązała się zapłacić stronie pozwanej wynagrodzenie roczne w wysokości netto 10% obrotu osiągniętego w danym roku przez nią w stosunku do strony pozwanej, powiększone o podatek VAT, płatne w 12 miesięcznych częściach, na podstawie wystawianych przez stronę pozwaną faktur VAT.

Zgodnie z zapisem Ramowych warunków współpracy obowiązujących pomiędzy stronami od 01.03.2008 r. strona pozwana miała wykonywać na rzecz strony powodowej „usługę reklamy-wizerunek przedsiębiorstwa” za wynagrodzeniem w wysokości 6% osiągniętego obrotu oraz „usługę reklamy-reklama w gazetce K.” za wynagrodzeniem w wysokości 10% osiągniętego obrotu w ramach wskazanych tam akcji. Usługi te miały być fakturowane w sposób ciągły, miesięcznie, płatne natychmiast, w miesiącu następującym po każdym miesiącu rozliczeniowym.

W dniu 1.03.2008 r. strony zawarły umowę reklamy przez zamieszczenie artykułu sponsorowanego w wydawanej przez stronę pozwaną gazetce reklamowej (...) w ustalonych terminach. Strony ustaliły wynagrodzenie roczne w wysokości netto 10% obrotu osiągniętego w danym roku przez stronę powodową w stosunku do strony pozwanej, powiększone o podatek VAT, płatne w 12 miesięcznych częściach.

W uzgodnieniach z dnia 2.07.2008 r. dotyczących reklamy wizerunkowej w gazecie reklamowej (...) przewidziano ceny reklamy przy nakładzie 2.700.000 zł, w uzgodnieniach z dnia 3.08.2008 r. ceny reklamy przy nakładzie 3.000.000, a w dniu 8.09.2010 r. uzgodniono ceny reklamy wizerunkowej w gazecie reklamowej (...) przy nakładzie 3.400.000 egzemplarzy. Łączna wartość wynagrodzenia za zamieszczenie reklamy wizerunkowej w dniu 3.04.2009 r.

oraz w dniu 24.04.2009 r. wyniosła 216.000 zł, za zamieszczenie reklamy wizerunkowej w dniu 7.05.2010 r. oraz w dniu 02.04.2010 r. wyniosła 142.500 zł,

a za zamieszczenie reklamy wizerunkowej w dniu w dniu 01.04.2011 r. wyniosła 60.000 zł.

Sąd Okręgowy ustalił, że umowy reklamy miały formę wzorca przygotowywanego przez pozwanego, wynagrodzenie w nich określone ustalane było przez pozwanego i nie podlegało negocjacom. Strona powodowa nie była informowana o treści reklam i nie miała na nią wpływu. Powodowa spółka nie odczuwała żadnych korzyści finansowych z reklam produktów w gazetce K., korzystanie z takiej reklamy służyło jedynie kontynuowaniu współpracy z pozwanym.

Za usługi reklamowe i logistyczne (...) sp. z o.o. wystawiała stronie powodowej faktury VAT, które były przez nią akceptowane. Wszystkie faktury zostały też przez stronę powodową zapłacone.

Pismem z dnia 20.10.2011 r. strona powodowa wezwała stronę pozwaną do zapłaty kwoty 1.198.919,21 zł wraz z ustawowymi odsetkami tytułem zwrotu „opłaty za dopuszczenie towaru do sprzedaży” w terminie do dnia 27.10.2011 r., a pismem z dnia 21.10.2011 r. do zapłaty dodatkowo kwoty 383.026,02 zł wraz z odsetkami ustawowymi tytułem zwrotu pożytków osiągniętych przez stronę pozwaną w postaci odsetek ustawowych od pobranych opłat.

W świetle powyższych ustaleń Sąd Okręgowy uwzględnił powództwo

w całości. W ocenie Sądu I instancji charakter prawny pobieranych przez stronę pozwaną opłat uzasadnia zakwalifikowanie jej działania jako czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust.1 ustawy z dnia 16.04.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.). Ustalenie, że zachowanie strony pozwanej polegające na pobieraniu opłat za umieszczanie w gazetkach reklamowych strony pozwanej zdjęć towarów dostarczanych przez stronę powodową, a w niektórych gazetkach także znaku graficznego (logo) firmy, miało charakter czynu nieuczciwej konkurencji było wynikiem ustalenia, iż od zawarcia dodatkowych porozumień marketingowych uzależnione było dopuszczenie towarów strony powodowej do sprzedaży w sklepach strony pozwanej oraz, że umieszczanie w gazetkach reklamowych wizerunków produktów strony powodowej, a także jej znaku graficznego (logo) nie miało charakteru ekwiwalentnego w stosunku do świadczenia strony powodowej w postaci opłat.

Sąd Okręgowy uznał, że wydawanie gazetki K. leżało przede wszystkim w interesie strony pozwanej, a promocja wśród konsumentów miała służyć szybkiemu zbyciu towarów. Strona pozwana, wydając gazetkę informującą o obowiązujących w jej sklepie promocjach i o swoim asortymencie nastawiona była na zwiększenie obrotu własnymi towarami i utrwalenie w świadomości konsumentów informacji, iż w sieci sklepów (...), pewne towary można kupić wyjątkowo tanio. Dla przyjęcia ekwiwalentności świadczeń, konieczne byłoby wykazanie przez pozwanego, wymiernych korzyści, jakie uzyskuje dostawca, a jakich nie otrzymuje odbiorca.

Zdaniem Sądu Okręgowego wydawanie gazetki przez pozwanego nie spełnia wymogów koniecznych dla wykonywania usług reklamowych na rzecz powoda, bowiem w gazetkach mamy do czynienia jedynie z przedstawieniem aktualnej oferty sieci sklepów pozwanego. Brak w nich reklamy powoda jako producenta, czy dystrybutora określonych artykułów, w wielu gazetkach brak w ogóle informacji o firmie powoda, w innych brak jest jego pełnej firmy, adresu czy innych danych identyfikujących. Taka reklama w istocie nie była reklamą powoda, a jedynym jej celem była stymulacja zbytu własnego towaru przez stronę pozwaną. To zaś nie przekłada się bezpośrednio na interes gospodarczy strony powodowej.

Jedynie w dwóch gazetkach przedłożonych przez pozwanego reklama obejmuje logo powoda i jego dane pozwalające zidentyfikować firmę. Trzeba jednak mieć na uwadze, że gazetka K. adresowana jest do konsumentów, a tym samym reklamy wizerunkowe powoda nie mogą trafić do potencjalnego, innego niż K. klienta powoda. Powód przesłuchiwany w charakterze strony oświadczył, iż nie widział nigdy żadnych korzyści z takiej reklamy, a opłaty za tzw. usługi reklamowe dokonywał tylko po to, by móc kontynuować współpracę z pozwanym i tak opłaty te traktował. Wreszcie o nieekwiwalentności usług reklamy przesądza fakt, że wynagrodzenie za nią zostało określone przez odniesienie do zrealizowanego przez strony obrotu towarów, a więc w sposób oderwany od kosztów reklamy.

Jako że powyższa ocena nie wymagała wiadomości specjalnych Sąd Okręgowy oddalił wniosek dowodowy o dopuszczenie dowodu z opinii biegłego w dziedzinie marketingu i reklamy. Realizacja usług reklamy przez pozwanego, o której zeznali świadkowie, także pracownicy pozwanej, potwierdziła, że umowy te miały charakter fikcyjny. Świadkowie zeznali bowiem, iż umowy reklamy miały formę przygotowywanego przez pozwanego gotowego szablonu, a wytyczne co do poziomu wynagrodzenia za reklamę narzucał kupcom ich szef (świadek I. K.), że pracownicy pozwanego nie sprawdzali, czy wzrastała sprzedaż po danej akcji reklamowej produktów powoda (świadek A. C.), że umowy reklamy nie były negocjowane z powodem (świadek Ł. W. (1)), że najistotniejszy był poziom obrotów stron (świadek L. W.), a nie korzyść finansowa powoda.

Zdaniem Sądu I instancji brak było podstaw do obciążenia strony powodowej kosztami usług logistycznych. Pozwana dokonywała bowiem transportu towarów wyłącznie w swoim ekonomicznym interesie, zgodnie z własnymi potrzebami.

Wreszcie o dopuszczeniu się przez stronę pozwaną czynu nieuczciwej konkurencji przesądza okoliczność, że była ona zmuszona do zawarcia niekorzystnych dla siebie porozumień. Sąd Okręgowy ustalił, iż powodowa spółka zawierając umowy reklamy w zasadzie kupowała sobie takim działaniem możliwość dalszej współpracy ze stroną pozwaną.

Sąd Okręgowy nie podzielił stanowiska pozwanej, zgodnie z którym pobieranie opłat od strony powodowej bez zaferowania ekwiwalentnego świadczenia wzajemnego nie stanowiło utrudnienia stronie powodowej dostępu do rynku. Powtarzając wyrażony w judykaturze pogląd Sąd ten uznał, że pobieranie opłat innych niż marża handlowa stanowi czyn nieuczciwej konkurencji bez względu na fakt, czy dany przedsiębiorca sprzedaje drugiemu przedsiębiorcy całość swojej produkcji, czy też znikomą jej część, ilu ma innych kontrahentów i jaki jest zakres jego panowania na rynku. Już samo zastrzeżenie takich opłat jest uznawane za utrudnianie dostępu do rynku. Rynkiem w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest wyłącznie rynek kreowany przez strony transakcji.

Z tych przyczyn Sąd Okręgowy uznał pobieranie opisanych powyżej opłat za czyny niedozwolonej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt. 4 u.z.n.k., a roszczenie o zapłatę kwoty odpowiadającej wysokości nienależnie pobranych znajduje swoje oparcie w art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k.

Za niezasadny Sąd Okręgowy uznał zarzut pozwanego, odnoszący się do uwzględnienia w kwocie żądań pozwu faktu, iż powód jest płatnikiem podatku VAT. Kwestie rozliczeń podatkowych strony powodowej, zdaniem tego Sądu nie wpływają na rozstrzygnięcie sporu, gdyż są to kwestie o charakterze administracyjno-prawnym, dlatego też brak podstaw do obniżania zasądzanych kwot o wysokość podatku VAT.

Oddalając wnioski o dopuszczenie dowodu z opinii biegłego sądowego z dziedziny rachunkowości i księgowości na okoliczność ustalenia rozmiaru zubożenia powoda, a także o zobowiązanie powoda do złożenia ksiąg rachunkowych i podatkowych za lata 2008- 2011 oraz ewidencji i deklaracji VAT i kopii zeznań rocznych w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych za lata 2008- 2011, a następnie o dopuszczenie dowodu z tychże dokumentów. Sąd Okręgowy uznał je na nieistotne dla rozstrzygnięcia sprawy, szczególnie że wysokość korzyści z art.18 ust.1 pkt 5 u.z.n.k. oblicza się wedle zysku sprawcy, a nie straty poszkodowanego. Uwzględniając żądanie w zakresie odsetek w ocenie Sądu winny one zostać obliczone od dat ich pobrania z poszczególnych faktur. Art.18 ust.1 pkt 5 u.z.n.k. obejmuje także obowiązek zwrotu korzyści w postaci pożytków, odsetki zaś są pożytkami od wierzytelności w rozumieniu art. 54 k.c., a co za tym idzie stanowią element bezpodstawnie uzyskanych przez pozwanego korzyści.

Orzeczenie o kosztach postępowania Sąd I instancji oparł o treść art. 98 k.p.c.

Od wyroku apelację wywiodła strona pozwana. Zaskarżając wyrok w całości, zarzuciła:

1. naruszenie prawa procesowego mające wpływ na rozstrzygnięcie w sprawie, tj. art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 k.p.c. przez błędne ustalenie, sprzeczne z całością materiału dowodowego oraz ze wskazaniami wiedzy i doświadczenia życiowego, a nadto niedostatecznie wyjaśnione w uzasadnieniu wyroku, że strona pozwana narzuciła stronie powodowej opłaty z tytułu usług reklamowych i logistycznych;
2. naruszenie prawa procesowego mające wpływ na rozstrzygnięcie w sprawie, tj. art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 k.p.c. przez błędne ustalenie, sprzeczne z całością materiału dowodowego oraz ze wskazaniami wiedzy i doświadczenia życiowego, że strona pozwana pomimo publikowania w gazetkach logo handlowego strony powodowej, informacji promocyjnych o niej oraz wizerunku dostarczanych przez nią towarów, nie świadczyła

na jej rzecz usług reklamy;

3. naruszenie prawa procesowego mające wpływ na rozstrzygnięcie w sprawie, tj. art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 k.p.c. przez błędne ustalenie, sprzeczne z całością materiału dowodowego oraz ze wskazaniami wiedzy i doświadczenia życiowego, że po wydaniu stronie pozwanej towaru, podjęte przez nią działania reklamujące i promujące były dokonywane wyłącznie

w interesie strony pozwanej i brak jest przesłanek do stwierdzenia, iż powód czerpał z nich korzyści;

4. naruszenie prawa procesowego, które mogło mieć wpływ na rozstrzygnięcie

w sprawie, tj. art. 227 k.p.c. w zw. z art. 217 § 1 i § 2 k.p.c. oraz art. 278 k.p.c. przez oddalenie wniosku dowodowego o dopuszczenie dowodu z opinii biegłego z dziedziny rachunkowości i księgowości oraz marketingu handlowego i planowania sprzedaży;

5. naruszenie prawa procesowego, które mogło mieć wpływ na rozstrzygnięcie

w sprawie, tj. art. 227 k.p.c. w zw. z art. 217 § 1 i § 2 k.p.c., a także

art. 244 k.p.c., art. 248 k.p.c. oraz art. 249 k.p.c. przez oddalenie wniosku

o przeprowadzenie dowodu z deklaracji podatkowych oraz ksiąg rachunkowych i podatkowych strony powodowej;

6. naruszenie prawa materialnego, tj. art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. przez jego niewłaściwą wykładnię i przyjęcie, że samo pobranie opłat dodatkowych przesądza o dokonaniu czynu nieuczciwej konkurencji, a także niewłaściwe jego zastosowanie przez przyjęcie, że zapłata przez stronę powodową umówionego wynagrodzenia za wykonanie usług reklamowych i logistycznych stanowiła inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży;

7. naruszenie prawa materialnego, tj. art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., art. 405 i nast. k.c. przez ich niewłaściwe zastosowanie i art. 353<sup>1</sup> k.c. przez jego niezastosowanie i przyjęcie, że strona pozwana została bezpodstawnie wzbogacona w związku z realizacją umówionych usług reklamy i logistycznych;

8. naruszenie prawa materialnego, tj. art. 455 k.c. w zw. z art. 481 § 1 i § 2 k.c. przez ich niewłaściwe zastosowanie i zasądzenie na rzecz strony powodowej skapitalizowanych odsetek ustawowych liczonych od dnia pobrania przez stronę pozwaną poszczególnych wynagrodzeń.

Wskazując na powyższe zarzuty strona pozwana wniosła o zmianę zaskarżonego wyroku i oddalenie powództwa w całości i zasądzenie na jej rzecz zwrotu kosztów postępowania za obie instancje, ewentualnie uchylenie wyroku i przekazanie sprawy Sądowi I instancji do ponownego rozpoznania. Nadto wniosła o rozpoznanie w trybie art. 380 k.p.c. postanowień dowodowych zapadłych na rozprawach.

W odpowiedzi na apelację strona powodowa wniosła o oddalenie apelacji i zasądzenie na jej rzecz zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

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

Apelacja strony pozwanej jest częściowo uzasadniona.

Na wstępie należy wskazać, iż ustalony przez Sąd Okręgowy stan faktyczny znajdował oparcie w zgromadzonym w toku postępowania materiale dowodowym, dlatego też Sąd Apelacyjny uczynił go podstawą własnego rozstrzygnięcia, przy czym dla oceny zasadności roszczeń strony powodowej oraz podniesionych przeciwko nim zarzutów przez pozwaną spółkę, koniecznym było jego uzupełnienie w nieznacznym zakresie.

Uzasadnione było zatem ustalenie, że zgodnie z Technicznymi Warunkami Współpracy (k. 124-128), stanowiącymi integralną część Ogólnych Warunków Zakupu i Handlu, a tym samym integralną część umowy współpracy stron, w pkt 4.10.c kierowca, realizujący transport towarów strony powodowej

do magazynów strony pozwanej, miał rozładować samodzielnie dostarczony towar, strona pozwana zobowiązała się natomiast udostępnić w tym celu wózek widłowy z napędem elektrycznym. Strona powodowa gwarantowała, że kierowca będzie posiadał aktualne uprawnienia do obsługi wózków widłowych z napędem elektrycznym (k. 127).

W dniu 29.04.2010 r. kierowca dostarczający towar strony powodowej do magazynów strony pozwanej, nie posiadał stosownych uprawnień, w związku z czym powódka zwróciła się do pozwanej o wykonanie na jej rzecz usługi płatnego rozładunku (dowód: kopia zamówienia nadanego wiadomością e-mail, k. 147). Strona pozwana usługę rozładunku wykonała i potwierdziła (dowód: potwierdzenie wykonania usługi logistycznej, k. 148) oraz wystawiła powódce fakturę VAT nr (...) na kwotę 305 zł (dowód: faktura VAT, k. 72). Należność ta została uiszczona w drodze kompensaty (dowód: kompensata rozrachunków k. 73-74).

Opierając się na ustalonym przez Sąd Okręgowy stanie faktycznym uzupełnionym w powyższym zakresie, Sąd Apelacyjny dokonał następującej oceny sprawy:

Za niezasadne Sąd Apelacyjny uznał zarzuty pozwanej wskazujące na naruszenie przez Sąd I instancji art. 233 § 1 k.p.c. oraz art. 328 § 2 k.p.c. w zakresie, w jakim odnosiły się do usług reklamy, o czym szerzej będzie mowa poniżej.

Za częściowo uzasadniony należało z kolei uznać zarzut naruszenia przez Sąd Okręgowy art. 233 k.p.c., w zakresie którym Sąd Okręgowy uznał, iż powództwo zasługiwało na uwzględnienie również co do tych roszczenia strony powodowej wywodzonego z wykonanej przez stronę pozwaną usługi logistycznej w kwocie 305 zł. Jak wynika z zebranego w sprawie materiału dowodowego w okresie objętym pozwem powodowa spółka faktycznie raz skorzystała z usługi logistycznej świadczonej przez pozwaną. Przypomnieć należy, że zgodnie z postanowieniami Technicznych Warunków Współpracy kierowca, realizujący transport towarów strony powodowej do magazynów strony pozwanej, był zobligowany do samodzielnego rozładowania dostarczanego towaru, strona pozwana zobowiązała się jedynie udostępnić wózek widłowy z napędem elektrycznym. Strona powodowa gwarantowała, że kierowca będzie posiadał aktualne uprawnienia do obsługi wózków widłowych z napędem elektrycznym. Tym niemniej w dniu 29.04.2010 r. kierowca dostarczający towar nie posiadał stosownych uprawnień. By doszło do wykonania umowy dostawy powódka zwróciła się do pozwanej o wykonanie na jej rzecz płatnego rozładunku. Strona pozwana usługę rozładunku wykonała i potwierdziła oraz wystawiła powódce fakturę VAT nr (...) na kwotę 305 zł.

W świetle powyższego zgodzić się należało z pozwaną, że usługa logistyczna stanowiła realną usługę, została faktycznie wykonana, a co za tym idzie żądanie wynagrodzenia za nią było całkowicie uzasadnione. Brak jest także podstaw do uznania, iż powódka wykazała w toku procesu, iż powyższe postanowienia umowy łączącej strony, odnoszące się do odpłatnego rozładunku, zostały jej narzucone, czy też świadczenia zrealizowane przez strony w ich ramach pozostawały w dysproporcjach, które uzasadniałyby uznanie, iż naruszone zostały granice swobody umów wyznaczone w ramach art. 353<sup>1</sup> k.c.

Powyższe musiało implikować oddalenie w zakresie tej należności powództwa opartego o treść art. 18 u.z.n.k., toteż Sąd Apelacyjny dokonał stosownej zmiany zaskarżonego wyroku w oparciu o art. 386 § 1 k.p.c.

Sąd Apelacyjny zaaprobował również podnoszony w apelacji zarzut naruszenia art. 455 k.c. w zw. z art. 481 § 1 i § 2 k.c. który pozwana wiązała z zasądzeniem na rzecz powódki kwoty 383.026,02 zł, stanowiącą wysokość skapitalizowanych odsetek ustawowych liczonych od chwili pobrania przez pozwaną nienależnych opłat do dnia 27.10.2011 r.

Strona powodowa swoje żądanie w tym zakresie uzasadniała uchwałą

Sądu Najwyższego z dnia 19.08.2009 r. (III CZP 58/09, OSNC 2010/3/37),  
w uzasadnieniu której, jedynie pobocznie, Sąd ten wspomniał, iż uzyskana bezpodstawnie korzyść obejmuje również  
pożytki. Co do zasady stanowisko  
Sądu Najwyższego należy podzielić. Jednakże, w ocenie Sądu Apelacyjnego, żądanie powodowej spółki skonstruowane  
w taki sposób jak w pozwie w istocie zmierza do obejścia przepisów dotyczących daty wymagalności roszczenia  
wynikającego z czynu nieuczciwej konkurencji. Godzi się zatem zauważyć,  
że zgodnie z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k., w razie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji przedsiębiorca, którego  
interes został naruszony, może żądać  
wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści na zasadach ogólnych.  
Zobowiązanie do zwrotu nienależnego świadczenia ma charakter bezterminowy, zatem zgodnie z art. 455 k.c., stan  
opóźnienia i możliwość naliczania  
odsetek powstaje z upływem terminu wynikającego z wezwania do zapłaty.  
W niniejszej sprawie strona powodowa wezwanie do pozwanej skierowała dopiero w dniu 20.10.2011 r., zatem od tego  
momentu (oraz terminu na spełnienie świadczenia) można mówić o wymagalności roszczenia wywodzonego z czynu  
nieuczciwej konkurencji. Z tą też datą należy wiązać wymagalność odsetek ustawowych.

Podkreślić także trzeba, że pożytki wierzytelności nie są tożsame z odsetkami za opóźnienie w zapłacie wierzytelności  
pieniężnej. Strona powodowa w żaden sposób nie wykazała, aby pozwana mogła uzyskać pożytki w wysokości  
odpowiadającej odsetkom ustawowym na opóźnienie w zapłacie, co więcej nawet nie podnosiła takiej okoliczności.  
Skoro zatem pożytki najprościej ujmując stanowią dochód z wierzytelności, toteż mogą być utożsamiane z korzyściami  
finansowym jakie można uzyskać w razie np. ulokowania środków pieniężnych na lokacie bankowej. Powszechnie  
znane są różnice w wysokości odsetek ustawowych  
oraz oprocentowania lokat bankowych. Strona powodowa jak już wyżej wskazano  
w żaden sposób nie wykazała, że pozwana faktycznie uzyskiwała pożytki  
z wierzytelności objętej sporem i to w kwocie odpowiadającej wysokości odsetek ustawowych za opóźnienie w zapłacie.

Z tych przyczyn Sąd Apelacyjny zmienił zaskarżony wyrok i oddalił powództwo o zasądzenie kwoty 383.026,02 zł.

Wniesioną apelację w pozostałym zakresie, a mianowicie kwestionującą dokonaną przez Sąd I instancji ocenę umów  
reklamy łączących strony,  
Sąd Apelacyjny uznał za bezzasadną.

Przechodząc do rozpatrzenia zarzutów apelacyjnych, w pierwszym rzędzie należy odnieść się do zarzutów naruszenia  
przepisów prawa procesowego, skoro oceny zasadności zarzutów naruszenia prawa materialnego można dokonać  
jedynie wówczas, gdy stan faktyczny sprawy stanowiący podstawę rozstrzygnięcia został prawidłowo ustalony.

Przede wszystkim w ocenie Sądu II instancji za chybiony należało uznać zarzut naruszenia art. 328 § 2  
k.p.c., którego obraza może mieć miejsce jedynie wówczas, gdy uzasadnienie skarżonego wyroku, nie posiadając  
wszystkich koniecznych elementów wskazanych w tym unormowaniu lub zawierając oczywiste braki w tym zakresie,  
uniemożliwia dokonanie kontroli apelacyjnej, z którą to sytuacją nie mieliśmy do czynienia w niniejszym przypadku.

Wbrew stawianym w tym zakresie zarzutom, Sąd Okręgowy wskazał zarówno podstawę faktyczną, jak i podstawę  
prawną swojego rozstrzygnięcia, ustalenia faktyczne Sądu Okręgowego pozwalają na odczytanie, na podstawie jakich  
dowodów zostały dokonane, zaś uzasadnienie podstawy prawnej pozwala  
na prześledzenie toku rozumowania, który doprowadził Sąd do wydania zaskarżonego orzeczenia. Niemniej zasadne  
jest w tym miejscu przypomnieć,  
że zgodnie z treścią art. 328 § 2 k.p.c. na sędzię meriti spoczywa obowiązek wskazania podstawy faktycznej  
rozstrzygnięcia, a mianowicie ustalenia faktów, które sąd uznał za udowodnione, dowodów na których się oparł i  
przyczyn  
dla których innym dowodom odmówił wiarygodności i mocy dowodowej oraz wyjaśnienia podstawy prawnej wyroku  
z przytoczeniem przepisów prawa.



Brzmienie tego przepisu nie daje podstaw do kierowania pod adresem sądu zarzutu braku wskazania metod oceny dowodów i odczytywania z nich rzeczywistości.

Zdaniem Sądu Apelacyjnego Sąd Okręgowy nie dopuścił się naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. przy ocenie, iż sporne opłaty za świadczenie usług reklamowych były narzucane przez pozwaną, a powódka ze świadczeń tych nie mogła zrezygnować bez narażenia się na odmowę kontynuowania współpracy z pozwaną. Ocena powyższa wywiedziona została przez Sąd I instancji jako domniemanie faktyczne (art. 231 k.p.c.) z całokształtu ustalonych w sprawie faktów, a wniesiona apelacja oceny tej nie zdołała obalić.

Zważyć należy, że powyższy zarzut pozwanej bazuje na odmiennej ocenie zeznań świadków, tj. L. W., Ł. W. (1), I. K.

i A. C., którym Sąd Okręgowy, wskutek naruszenia art. 233 k.p.c. miał niezasadnie odmówić wiarygodności, natomiast wiarygodność tę wadliwie przypisać przesłuchaniu przedstawiciela strony powodowej. Stanowiska tego nie można zaakceptować.

Zważyć bowiem trzeba, że paradoksalnie z zeznań świadków wnioskowanych przez stronę pozwaną wynika wniosek o braku możliwości negocjacji warunków umów reklamy, zeznania te potwierdzają także mechanizm narzucania dostawcom obowiązku ponoszenia dodatkowych opłat.

Przechodząc do szczegółowych rozważań wskazać należy, że Sąd Okręgowy uznał powództwo za zasadne w zakresie roszczeń strony powodowej, które opierały się na jej twierdzeniu, iż za nienależne należy uznać opłaty z tytułu świadczenia przez stronę pozwaną usług reklamy odnoszących się do zamieszczenia zdjęć produktów dostarczanych przez powoda w wydawanych przez nią gazetkach reklamowych a także w zakresie tzw. reklamy wizerunkowej – „image”.

Trafnie Sąd ten zaakcentował, że opłaty te zostały powódce narzucone, od ich zawarcia uzależnione było bowiem kontynuowanie współpracy pomiędzy stronami.

W żadnym razie wniosku powyższego nie mogą obalić wskazywane przez pozwaną dowody z dokumentów w postaci spornych umów. Wymaga podkreślenia, że z istoty czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. wynika, że pierwotnie strona poszkodowana musi wyrazić zgodę na brzmienie umowy i ponoszenie niekorzystnych dla niej opłat. Nie można zapominać, że jakiegokolwiek kwestionowanie opłat czy odmowa ich zapłaty, w procedurze nieuczciwej konkurencji, wpływa na niemożliwość sprzedaży towarów do sklepu strony pozwanej. Chybione są próby pozwanej zakwestionowania dowodu z przesłuchania przedstawiciela strony powodowej przez przeciwstawienie mu tych dokumentów.

Kwestionując dokonaną przez Sąd Okręgowy ocenę dowodu z przesłuchania przedstawiciela strony powodowej, pozwana zakwestionowała przydatność tego dowodu także z uwagi na treść art. 299 k.p.c. O ile zgodzić się należy z tym, że dowód ten ma charakter subsydiarny i Sąd winien po niego sięgać zawsze wówczas, jeżeli po wyczerpaniu środków dowodowych lub w ich braku pozostały niewyjaśnione fakty istotne dla rozstrzygnięcia sprawy, tym niemniej uszło uwadze skarżącej, że prezes zarządu strony powodowej P. K. uczestniczył w imieniu powódki w rozmowach z pozwaną, on „negocjował” warunki umów łączących strony i je podpisywał. Był zatem jedyną osobą, która mogła znać ich przebieg i zdać relację na temat kontaktów z pozwaną. Trafnie także wywodzi powódka w odpowiedzi na apelację, iż zaakceptowanie skrajnie rygorystycznego stanowiska pozwanej dyskwalifikowałoby w każdym postępowaniu dowód z przesłuchania stron na okoliczność łączących je relacji.

Dokonując oceny tego dowodu Sąd Apelacyjny w całości podzielił stanowisko Sądu I instancji, zgodnie z którym dowód ten uznać należy za wiarygodny i przypisać mu można moc dowodową. Należy zaakcentować, iż przedstawiciel powódki wyjaśnił, iż od początku współpracy ze stroną pozwaną w kontaktach z kupcem, wówczas opiekującym się firmą powódki, w sposób jednoznaczny i niebudzący wątpliwości została przekazana informacja, iż zawierane między

stronami dodatkowe porozumienia oraz umowy, w tym również umowa reklamy, stanowią warunek konieczny dla nawiązania, a także kontynuowania współpracy między nimi.

Powyższe prowadzi do wniosku, iż trafna była ocena Sądu Okręgowego, zgodnie z którą warunki umów reklamy w rzeczywistości nie były negocjowalne, ale zostały narzucone przez pozwaną jej kontrahentom, w tym stronie powodowej.

W ocenie Sądu Apelacyjnego powyższych wniosków nie obala także treść zeznań świadków zawnioskowanych przez pozwaną, tj.: L. W., Ł. W. (1), A. C. czy I. K.. Należy podkreślić, że jedynie świadek Ł. W. (1) faktycznie współpracowała z powodową spółką w okresie objętym żądaniem pozwu. Przede wszystkim jednak, wbrew zamierzeniom pozwanej, zeznania tego świadka w istocie przesądzają o zasadności twierdzenia powódki o narzucaniu jej usługi reklamy. Świadek bowiem zeznał, że umowa netto-netto (ramowe warunki roczne) nie podlegała negocjacji. Umowa reklamy była negocjowalna, jednakże ostatecznie świadek Ł. W. wyjaśnił, że negocjacom podlegał wyłącznie termin reklamy w gazetce. Dalej wskazał należy, że świadek utrzymywał, że są kontrahenci, którzy nie korzystają z tej usługi, jednakże – podobnie jak pozostali świadkowie pozwanej – nie zdołała wskazać żadnego z dostawców z nazwy. Równie nieprzekonująco świadek zeznawał, że mogło się tak zdarzyć, że dostawcy artykułów sezonowych nie byli przedstawianiu w gazetce. Uwzględniając wreszcie, że świadek wyjaśnił, iż mechanizm zawierania umów reklamy przewidywał negocjowanie takiej umowy w połowie roku poprzedzającego rok wykonania usługi reklamy, wywiedziony na podstawie art. 231 k.p.c. wniosek o uzależnieniu od zawarcia umowy reklamy kontynuowania współpracy między stronami jest oczywisty.

Wniosek Sądu i instancji o narzucaniu przez pozwaną usługi reklamy powódce, a przez to utrudnianie jej dostępu do rynku potwierdzają także zeznania świadka L. W.. Świadek wprawdzie nigdy nie negocjowała umów z powódką, jednakże znany jej był mechanizm tych negocjacji. Z przedstawionego przez nią opisu wyłania się schemat, w ramach którego pozwana spółka ustala tzw. cele kupcom, którzy bezpośrednio kontaktują się z kontrahentami i zawierają umowy. Każdy kupiec współpracuje z dostawcami oferującymi określoną kategorię asortymentu. Pozwana spółka, w ramach przyjętych rozwiązań, ustala wysokość obrotu osiąganego przez nią z określonego asortymentu i proporcjonalnie do niego ustala wielkość dochodu z reklamy, która ma pochodzić od dostawców tych produktów. Od decyzji kupca zależy jedynie to, jaką część dochodów z reklamy uzyska od konkretnego klienta.

Z powyższego jednoznacznie wynika ściśle powiązanie i zależność pomiędzy obrotem a świadczeniem zaliczanym na poczet reklamy. Zasadnie można więc twierdzić, że pozwana traktowała usługę reklamy jako immamentnie związaną z zakupem towaru od dostawcy. To zaś uprawnia do wniosku, iż takie działanie pozwanej miało na celu wyłącznie przerzucenie kosztów własnej reklamy na kupców i dostawców.

Powyższy wniosek potwierdzają zeznania świadków L. W. i Ł. W. (1), w zakresie w jakim przyznali, że strona pozwana wydawałaby gazetkę reklamową także wówczas, gdyby dostawcy nie korzystali z oferowanych przez nią usług reklamy. Stwierdzenie to implikuje uznaniem, że pozwana oferując usługę reklamy w gazetce K. realizowała w istocie wyłącznie własne cele.

W uzupełnieniu przedstawionej wyżej argumentacji Sąd Apelacyjny podziela także stanowisko Sądu I instancji, iż umieszczenie w gazetkach reklamowych oferty towarów strony powodowej, nie oznacza, iż pozwana świadczyła usługi reklamowe na jej rzecz. Słusznie Sąd I instancji podkreślił, że ustalone w 2008 r. opłaty w postaci procentu od obrotu nie nawiązywały do konkretnego wykonania danej usługi. Podstawa i sposób obliczania wynagrodzenia za usługę reklamy nie zostały uzależnione od wykonania usługi, ale powiązane je ściśle z obrotem z tytułu sprzedaży. W tej sytuacji trudno mówić o ekwiwalentności świadczeń.

Zmiana warunków wynagradzania w 2009 r. (ustalono cennik usługi reklamy w zależności od wielkości reklamy) nie mogła, z uwagi na zaprezentowaną wyżej argumentację, skutkować zmianą oceny ekwiwalentności świadczeń. Ponadto nie można pomijać, że pomimo zmiany warunków wynagradzania uzyskiwane przez pozwaną korzyści z zawartych umów reklamy utrzymywały się na tym samym, jak nie wyższym poziomie w stosunku do wielkości obrotu.

Zaaprobować należy także stanowisko Sądu I instancji, zgodnie z którym oferowana przez pozwaną usługa reklamy produktów powodowej spółki wypełniała znamiona czynu nieuczciwej konkurencji także z tej przyczyny, iż jakiegokolwiek usługi wykazywane przez stronę pozwaną dotyczyły towarów pozwanego. Strona pozwana reklamowała dany towar jako swój asortyment. Dodać wypada, że w gazetkach promowano jedynie towar (a nie powodową spółkę), a przy tym promocja ta stanowiła jedynie promocję cenową (o rozmiarach której decydowała strona pozwana), a nie promocję konkretnego dostawcy. Gazetka reklamowa pozwanego oznaczona jest logo strony pozwanej i przedstawia jej ofertę handlową. Jedyną cechą wyróżniającą towary oraz zachęcającą konsumentów do zakupu jest cena, która obowiązywała wyłącznie w sklepach pozwanego. Strona pozwana była zatem rzeczywistym nadawcą tego komunikatu, gdyż wszystkie reklamowane produkty zawierały się w jej aktualnej ofercie. Reklama w żaden sposób nie odwołuje się natomiast do innych cech towarów lub ich producentów, mogących nakłonić klientów do zakupu. Nie można zatem uznać, aby tego typu gazetka w jakikolwiek sposób mogła reklamować towary oferowane przez powódkę lub samą powódkę.

Jak wynika z powyższych okoliczności zasadniczym celem gazetki była reklama placówek handlowych pozwanej jako atrakcyjnego miejsca zakupów i temu właśnie celowi służyło zamieszczanie w gazetkach przykładowej oferty sklepu. W istocie więc pod postacią wynagrodzenia za reklamę powódka wspólnie z innymi dostawcami towarów, miała finansować akcję reklamową pozwanej. To zaś w połączeniu z pozorowaną pisemnymi porozumieniami dobrowolnością świadczeń, przesądza o słuszności kwalifikacji takiej usługi jako kolejnej niedopuszczalnej opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Zdaniem Sądu Apelacyjnego taka ocena odnosi się również do umowy reklamy „image”. Wprawdzie realizacja tej umowy w okresie objętym sporem przybierała postać, w której faktycznie prezentowane było logo powódki, jej dane adresowe, opis oferowanego przez nią asortymentu oraz wskazywała, iż powódka jest laureatem konkursu „(...)”, jednakże nie można zapominać, że powódka nie miała żadnego interesu w podejmowaniu takiej reklamy. Powódka jest importerem, a jej odbiorcami są hurtownicy. Tymczasem gazetka pozwanej adresowana jest do klienta detalicznego – konsumenta, a zatem propagowanie firmy powódki w tej grupie docelowej z punktu widzenia interesów gospodarczych powódki nie jest celowe. Co do zasady powódka nie mogła znaleźć wśród adresatów reklamy ewentualnych kontrahentów, a zatem nie wynikały dla niej wymierne korzyści z tego rodzaju reklamy.

Dokonawszy takiej oceny godzi się zauważyć, iż czyn nieuczciwej konkurencji w znaczeniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. polega na utrudnianiu dostępu do rynku poprzez sam fakt pobierania opłat innych niż marża za przyjęcie towaru do sklepu. Zakazane są więc takie opłaty, gdzie świadczenie po stronie odbiorcy towaru polega wyłącznie na zawarciu umowy z danym dostawcą, a więc nie nakłada na ten podmiot żadnych obowiązków polegających na działaniu, których efekty mają pozytywne oddziaływanie również na sferę ekonomiczną dostawcy. Przyjmując, że obie strony osiągały zysk we wzajemnych relacjach handlowych, który zależał wprost proporcjonalnie od wysokości obrotów, nakładanie tylko na jedną ze stron stosunku zobowiązaniowego obowiązku dodatkowego premiowania strony przeciwnej, należy uznać za działanie utrudniające dostęp do rynku, przez nakładanie nieuzasadnionych w mechanizmie wolnej konkurencji opłat, co prowadzi do naruszenia interesu ekonomicznego dostawcy.

Pośrednie korzyści powoda z utrzymania, czy wzrostu stanu sprzedaży dostarczanych przez niego produktów w żadnym razie nie legalizowały praktyki

ich pobierania w sytuacji, gdy art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. bezwzględnie ogranicza świadczenie należne ze sprzedaży cudzych produktów do samej tylko marży. Zwiększenie zysków strony pozwanej, odbywało się kosztem jej dostawcy, którego zyski uzyskane ze sprzedanych już produktów były zmniejszane o wartość tych opłat, przy czym brak było ekwiwalentnego świadczenia strony pozwanej na rzecz powodowej spółki. Takie jednostronne narzucanie niekorzystnych dla strony powodowej warunków handlowych niewątpliwie naruszyło produkcyjny, ekonomiczny jak również gospodarczy jej interes jako przedsiębiorcy.

Wskazać ponadto należy, iż w świetle dyspozycji art. 353<sup>1</sup> k.c., strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) stosunku, ustawie, ani zasadom współżycia społecznego. Negatywną przesłanką jego zastosowania jest więc wykroczenie przeciwko zasadom współżycia społecznego, a niewątpliwie niezgodne z zasadami konkurencji utrudnianie dostępu do rynku jest wykroczeniem przeciwko tym zasadom. Zdaniem Sądu Apelacyjnego niezgodne z zasadami konkurencji utrudnianie dostępu do rynku i narzucanie niekorzystnych warunków handlowych jest wykroczeniem przeciwko tym zasadom i jako takie nie zasługuje na ochronę.

Powyższe argumenty prowadzą do wniosku, iż pobierane przez stronę pozwaną opłaty z tytułu usług reklamy należało potraktować jako opłaty inne niż marża handlowa za przyjęcie towaru do sprzedaży, a w konsekwencji ich zastrzeżenie w umowie – jako czyny nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Skoro tak, to powódka mogła skutecznie domagać się wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści przez stronę pozwaną w oparciu o art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. Tym samym podnoszone przez pozwaną zarzuty naruszenia powołanych przepisów są chybione i nie mogły zmienić oceny Sądu Apelacyjnego. Zważyć przy tym należy, że zarzut naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 1 u.z.n.k. skarżąca wiązała z nieustaleniem przez Sąd I instancji, czy pobieranie dodatkowych opłat miało wypełniało przesłankę utrudniania dostępu do rynku. Podkreślić zatem należy, że Sąd Apelacyjny podziela stanowisko pozwanej, iż dla zastosowania przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. konieczne jest nie tylko wykazanie pobrania opłat, ale także przesłanki utrudniania dostępu do rynku, a zatem, że wskutek zachowań opisanych w tym przepisie dostawcy utrudniono dostęp do rynku. Zważyć dalej należy, że orzecznictwo sądów powszechnych oraz Sądu Najwyższego jednoznacznie przyjmuje, że już sam fakt pobrania dodatkowych opłat, jeśli nie wiążą się one z ekwiwalentnym świadczeniem na rzecz drugiej strony, utrudniania dostępu do rynku. Sąd Apelacyjny w składzie rozpoznającym niniejszą sprawę podziela taką wykładnię powyższego przepisu. Za powyższym przemawia przecież fakt, że skoro obie strony osiągają zysk we wzajemnych relacjach handlowych, który zależy wprost proporcjonalnie od wysokości obrotów, nakładanie tylko na jedną ze stron stosunku zobowiązaniowego obowiązku dodatkowego premiowania strony przeciwnej, należy uznać za działanie utrudniające dostęp do rynku, poprzez nakładanie nieuzasadnionych w mechanizmie konkurencji opłat, co prowadzi do naruszenia interesu ekonomicznego dostawcy. Obciążanie zatem dostawców kosztami usługi tak ustalonymi jest zakazane w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Przesądżając o tym, iż pozwana stosuje mechanizm narzucania kontrahentom, w tym stronie powodowej, opłat, które stanowią czyn stypizowany w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. zbędna jest kwestia badania ewentualnych korzyści jakie powódka mogła uzyskać w wyniku (a raczej przy okazji) reklamy w gazetkach K.. Wbrew odmiennemu stanowisku powódki dowód z opinii biegłego z zakresu marketingu handlowego i planowania sprzedaży nie mógł dostarczyć materiału dowodowego przydatnego dla rozstrzygnięcia sprawy. Pamiętać przy tym należy, że pośrednie korzyści powoda z utrzymania, czy wzrostu stanu sprzedaży dostarczanych przez niego produktów w żadnym razie nie legalizowały praktyki

ich pobierania w sytuacji, w sytuacji gdy art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. bezwzględnie ogranicza świadczenie należne ze sprzedaży cudzych produktów do samej tylko marży. W konsekwencji Sąd Apelacyjny nie podzielił zarzutów apelacji pozwanej wskazujących na naruszenie art. 227 k.p.c. w zw. z art. 217 § 1 i 2 k.p.c. oraz art. 278 k.p.c.

W ocenie Sądu Apelacyjnego nie zasługiwał na uwzględnienie i słusznie został oddalony przez Sąd I instancji wniosek o dopuszczenie dowodu z opinii biegłego z zakresu rachunkowości i księgowości. Za pomocą tego dowodu pozwana zamierzała wykazać niższe od dochodzonego zubożenie powódki, z uwagi na możliwość rozliczenia podatku od towarów i usług. W powiązaniu z tym zarzutem pozostawał także zarzut naruszenia art. 227 k.p.c. w zw. z art. 217 k.p.c. oraz art. 244 k.p.c., art. 248 i 249 k.p.c. przez oddalenie wniosku pozwanej o przeprowadzenie dowodu z deklaracji podatkowych i ksiąg rachunkowych i podatkowych powódki.

Sąd Apelacyjny podziela bowiem stanowisko wyrażone w wyroku Sądu Najwyższego z dnia 24.11.2011 r. (I CSK 66/11, LEX nr 1133784) zgodnie z którym ogólne przesłanki bezpodstawnego wzbogacenia należy rozumieć specyficznie w przypadku nienależnego świadczenia. Sam fakt spełnienia nienależnego świadczenia uzasadnia roszczenie kondykcyjne. W takim przypadku nie zachodzi potrzeba badania czy i w jakim zakresie spełnione świadczenie wzbogaciło osobę, na rzecz której świadczenie zostało spełnione, jak również czy majątek spełniającego świadczenie uległ zmniejszeniu. Uzyskanie nienależnego świadczenia wypełnia bowiem przesłankę powstania wzbogacenia, a spełnienie tego świadczenia przesłankę zubożenia. Skoro powódka spełniła wobec pozwanej świadczenie o łącznej wartości odpowiadającej kwocie, co do której uwzględniono powództwo, to wartości uzyskanej w ten sposób przez pozwaną korzyści majątkowej obejmowała – z cywilistycznego punktu widzenia – także zawarty w cenie świadczeń podatek od towarów i usług. Powyższe prowadzi do wniosku, że wartość spełnionych świadczeń, łącznie z naliczonym podatkiem od towarów i usług, określała wartość uzyskanej przez pozwaną korzyści majątkowej, a jednocześnie wartość zubożenia powódki. W konsekwencji z chwilą spełnienia przez powódkę świadczeń nienależnych w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. powstało roszczenie obejmujące obowiązek zwrotu wartości uzyskanych świadczeń, łącznie z zawartym w cenie tych świadczeń podatkiem od towarów i usług. Skoro więc w świetle przepisów prawa materialnego żądanie zwrotu nienależnego świadczenia obejmuje również uiszczone kwoty z tytułu podatku od towarów i usług, to niezasadne jest oczekiwanie pozwanej ustalania przez biegłego z zakresu rachunkowości wielkości zubożenia powódki wskutek rozliczenia podatku. Tym samym wnioski dowodowe pozwanej odnosiły się do okoliczności nieprzydatnych dla rozstrzygnięcia, co uzasadniało ich oddalenie zgodnie z art. 227 k.p.c.

Wyżej przedstawiona ocena zgłoszonego przez stronę powodową roszczenia skutkować musiała dokonanie przez Sąd Apelacyjny częściowej zmiany zaskarżonego wyroku na podstawie art. 386 § 1 k.p.c. Natomiast w pozostałym zakresie dokonana przez Sąd I instancji ocena roszczenia powódki jest trafna, z tego względu wniesioną apelację w tym zakresie należało oddalić na zasadzie art. 385 k.p.c.

O kosztach postępowania zarówno przed Sądem I instancji, jak i postępowania apelacyjnego orzeczono na podstawie art. 100 k.p.c. mając na uwadze wynik sprawy. Powód w postępowaniach przed Sądami meriti wygrał spór w 76 %, zaś pozwana w 24 %. Sąd Apelacyjny podzielił zarzuty apelacji, iż w niniejszej sprawie nie zachodziły podstawy do przyznania stronie powodowej kosztów zastępstwa procesowego w wysokości podwójnej stawki minimalnej przewidzianej w § 6 pkt 7 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych (...). Stosownie do art. 109 § 2 kpc przy ustalaniu wysokości kosztów poniesionych przez stronę reprezentowaną przez pełnomocnika będącego radcą prawnym sąd bierze pod uwagę niezbędny nakład pracy pełnomocnika oraz czynności

podjęte przez niego w sprawie, a także charakter sprawy i wkład pełnomocnika w przyczynienie się do jej wyjaśnienia i rozstrzygnięcia. Oceniając według tych kryteriów działanie pełnomocnika strony powodowej nie można przyjąć aby podejmowane czynności oraz charakter sprawy uzasadniały wniosek o przyznaniu kosztów w wysokości podwójnej stawki minimalnej, szczególnie gdy się zważy na wysokości tej stawki

w niniejszej sprawie. Uznać więc należało, że poniesione przez powoda koszty postępowania przed Sądem I instancji wyniosły 86.298 zł (79.098 zł opłaty od pozwu i 7.200 zł wynagrodzenia pełnomocnika), zaś koszty pozwanej 7.200 zł (z tytułu wynagrodzenia pełnomocnika), a zatem mając na uwadze wynik sprawy należało zasądzić od pozwanej na rzecz powódki kwotę 63.858 zł (65.586 zł – 1.728 zł). Natomiast poniesione przez strony koszty postępowania apelacyjnego wyniosły

dla pozwanej 84.498 zł (79.098 zł opłaty od apelacji oraz 5.400 zł wynagrodzenia pełnomocnika – § 6 pkt 7 w zw. z § 12 ust 1 pkt 2 cyt. rozporządzenia), a dla powódki 5.400 zł (z tytułu wynagrodzenia pełnomocnika – § 6 pkt 7 w zw. z § 12 ust 1 pkt 2 cyt. rozporządzenia). Stosownie do wyniku sprawy należało zatem zasądzić

od powódki na rzecz pozwanej kwotę 16.175 zł (20.279 zł – 4.104 zł).

MW