



Sygn. akt I CSK 532/16

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 18 maja 2017 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Grzegorz Misiurek (przewodniczący, sprawozdawca)

SSN Mirosław Bączyk

SSN Zbigniew Kwaśniewski

w sprawie z powództwa R. J.

przeciwko M. S.A. w W.

o zapłatę,

po rozpoznaniu na posiedzeniu niejawnym w Izbie Cywilnej

w dniu 18 maja 2017 r.,

skargi kasacyjnej strony pozwanej

od wyroku Sądu Apelacyjnego w (...)

z dnia 5 stycznia 2016 r., sygn. akt I ACa (...),

**oddala skargę kasacyjną i zasądza od strony pozwanej
na rzecz strony powodowej kwotę 5.400 (pięć tysięcy czterysta) zł
tytułem zwrotu kosztów postępowania kasacyjnego.**

UZASADNIENIE

Sąd Okręgowy w W. wyrokiem z dnia 26 listopada 2014 r. zasądził od pozwanej na rzecz powoda kwotę 3.453.599,46 zł odsetkami ustawowymi od określonych kwot składających się na tę należność oraz kosztami procesu.

Sąd Apelacyjny w (...) wyrokiem zaskarżonym skargą kasacyjną oddalił apelację pozwanej od wyroku Sądu Okręgowego i orzekł o kosztach procesu. Aprobując ustalenia faktyczne przyjęte za podstawę zaskarżonego orzeczenia i ich ocenę prawną, stwierdził, że pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji w postaci pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie do sprzedaży towarów powoda. Wskazał, że opłaty z tytułu usług zarządzania budżetem marketingowym, usług promocyjnych, usług „M.”, usług „C.” oraz premia pieniężna zostały zastrzeżone – w zwartych przez strony umowach – na rzecz pozwanej bez ich powiązania z ekwiwalentnymi świadczeniami na rzecz powoda. Wynagrodzenie pobrane przez pozwaną na podstawie tych postanowień umownych stanowi w istocie zawołowane opłaty z tytułu dopuszczenia towarów powoda do obrotu, a więc czyn nieuczciwej konkurencji w określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (jedn. tekst: Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.; dalej: „u.z.n.k.”), co – w świetle art. 18 ust. 1 pkt 5 tej regulacji – usprawiedliwia żądanie zwrotu bezzasadnie uzyskanych korzyści.

W skardze kasacyjnej - opartej na obu podstawach określonych w art. 398³ §1 pkt 1 i 2 k.p.c. – skierowanej przeciwko rozstrzygnięciu oddalającemu apelację co do kwoty 1.814.561,09 zł, obejmującej żądania zwrotu opłat za usługę zarządzania budżetem marketingowym (1.188.979,57 zł) i usługę promocyjną (447.402,27 zł), a także premii pieniężnej (178.179,25 zł), pozwana wniosła o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy Sądowi Apelacyjnemu do ponownego rozpoznania, ewentualnie o uchylenie tego orzeczenia i uwzględnienie apelacji. W ramach pierwszej podstawy kasacyjnej zarzuciła naruszenie:

- art. 65 § 1 i 2 w związku z art. 353¹ k.c. w związku z pkt 1.10 Załącznika do nr 1.1 i treścią Załącznika nr 1.4 (str. 4) do umowy o współpracy handlowej zawartej przez strony w dniu 28 kwietnia 2009 r. przez niewłaściwą wykładnię

oświadczeń woli stron i błędne przyjęcie, że premie pieniężne okresowe nie stanowiły prawnie dopuszczalnego upustu/rabatu od ceny zakupu towarów powoda przez pozwanego,

- art. 536 § k.c. przez niewłaściwe zastosowanie i pominięcie dopuszczalności określenia ceny sprzedaży przez wskazanie podstaw do jej ustalenia, w tym możliwości zastosowania w rozliczeniach między stronami premii pieniężnych okresowych, stanowiących w istocie upust cenowy ustalony jako procent od obrotu w pewnym okresie rozliczeniowym,

- art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. przez błędną wykładnię polegającą na uznaniu, że każda opłata mająca inny charakter niż marża handlowa jest równoznaczna z utrudnianiem przedsiębiorcy dostępu do rynku oraz

- art. 15 ust. 1 pkt 4 i art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. przez niewłaściwe zastosowanie i niezasadne uznanie premii pieniężnej okresowej, wynagrodzenia za usługi zarządzania budżetem marketingowym oraz usługi promocyjne uzyskanego przez pozwaną od powoda za inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, które podlegają zwrotowi jako świadczenia nienależne.

Podstawę kasacyjną naruszenia przepisów postępowania skarżąca wypełniła zarzutami obrazy:

- art. 217 § 2 i 3 w związku z art. 244 - 245 k.p.c. oraz art. 282 k.p.c. na skutek pominięcia dowodów z dokumentów urzędowych oraz prywatnych dotyczących objęcia przez pozwaną aktywnościami marketingowymi marek produktów należących do powoda oraz jego firmy;

- art. 328 § 2 w związku z art. 391 § 1 k.p.c. i art. 378 § 1 k.p.c. w następstwie nieodniesienia się w sposób należyty do wszystkich zarzutów apelacyjnych i argumentacji przytoczonej w ich uzasadnieniu;

- art. 227, art. 217 § 1 i 2 i art. 278 § 1 w związku z art. 386 § 1 k.p.c. wskutek nieuwzględnienia zarzutów dotyczących oddalenia przez Sąd pierwszej instancji wniosku o powołanie biegłego z zakresu ekonomii i ekonomiki przedsiębiorstw w celu oceny charakteru i wartości usług zarządzania budżetem marketingowym oraz usług promocyjnych, a także art. 382 i art. 227, art. 217 § 1 i 2

w związku z art. 391 § 1 k.p.c. oraz art. 278 § 1 k.p.c. przez bezpodstawne nieuwzględnienie wniosków dowodowych o powołanie biegłych wymienionych specjalności.

Powód w odpowiedzi na skargę kasacyjną wniósł o jej oddalenie.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Odnosząc się w pierwszej kolejności do zarzutów podniesionych w ramach podstawy kasacyjnej naruszenia przepisów postępowania, należy stwierdzić, że nie mogą one zostać uznane za zasadne.

Zgodnie z utrwalonym stanowiskiem Sądu Najwyższego, naruszenie art. 328 § 2 k.p.c. może stanowić usprawiedliwioną podstawę kasacyjną jedynie wtedy, gdy uzasadnienie sądu drugiej instancji zawiera tak kardynalne braki, że nie jest możliwe odtworzenie i skontrolowanie sposobu rozumowania, które legło u podstaw rozstrzygnięcia sprawy (zob. m.in. wyroki: z dnia 11 maja 2000 r., I CKN 272/00, nie publ.; z dnia 14 listopada 2000 r., V CKN 1211/00, nie publ.; z dnia 19 lutego 2002 r., IV CKN 718/00, nie publ.; z dnia 20 lutego 2003, I CKN 65/01, nie publ.; z dnia 18 lutego 2005 r., V CK 469/04, MP 2009, nr 9, s. 501 oraz postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 22 maja 2013 r., III CSK 293/12, OSNC 2012, Nr 12, poz. 148). Uzasadnienie zaskarżonego wyroku nie jest dotknięte takimi wadami; zawiera wskazanie ustaleń faktycznych, podstawy prawnej rozstrzygnięcia oraz odniesienie się do zarzutów apelacyjnych. Prawdliwość tych ustaleń i ocen nie może być skutecznie podważona w drodze zarzutu naruszenia art. 328 § 2 w związku z art. 391 § 1 k.p.c. oraz art. 378 § 1 k.p.c.

Za chybione należy uznać zarzuty wskazujące na bezzasadne pominięcie dowodu z opinii biegłych z zakresu ekonomii i ekonomiki przedsiębiorstw. Wycena wartości usług zarządzania budżetem marketingowym oraz usług promocyjnych mogłaby wchodzić w rachubę w przypadku ustalenia, że pozwana rzeczywiście świadczyła je na rzecz powoda. Skoro jednak w sprawie ustalono, że sytuacja taka nie miała miejsca, to przeprowadzenie wskazanego dowodu było bezprzedmiotowe. Dowód z opinii biegłego służy wyjaśnieniu kwestii wymagających wiadomości specjalnych, a nie poszukiwaniu materiału przydatnego dla potrzeb rozstrzygnięcia. Zarzut naruszenia art. 227, art. 278 § 1 k.p.c. w związku z art. 391 § 1, art. 382 i art.

386 § 1 k.p.c. nie mógł więc zostać uznany za usprawiedliwiony. Sądy obu instancji nie naruszyły również art. 217 k.p.c. skoro podstawą podjęcia kwestionowanej decyzji procesowej nie było stwierdzenie opóźnienia się przez pozwaną ze zgłoszeniem wniosku dowodowego.

Zamierzonego skutku nie mógł wyrzucić zarzut naruszenia art. 217 § 2 i 3 w związku z art. 244 - 245 i art. 382 k.p.c. Sąd Apelacyjny zaaprobował ustalenie Sądu pierwszej instancji, że powód jako jedyny dostarczał pozwanej określone marki produktów prezentowane w gazetkach reklamowych, jednak uznał, że okoliczność ta nie ma istotnego wpływu na negatywną ocenę opłat pobieranych od powoda. Skarżący, wskazując na naruszenie wymienionych przepisów, w istocie podjął próbę polemiki z dokonaną przez Sąd Apelacyjny oceną dowodów, co – w świetle art. 398³ § 3 k.p.c. – jest zabiegiem niedopuszczalnym.

Nieskuteczność zarzutów procesowych powoduje, że Sąd Najwyższy pozostaje związany ustalonym stanem faktycznym sprawy. Związanie to zaś oznacza, że ocena zarzutów naruszenia prawa materialnego, podniesionych w skardze kasacyjnej, może być dokonana wyłącznie w odniesieniu do ustaleń faktycznych dokonanych przez sąd drugiej instancji, stanowiących podstawę zaskarżonego wyroku. Z ustaleń tych tymczasem wynika, że: wszystkie sporne opłaty zostały powodowi narzucone przez pozwaną w toku negocjacji, przy czym stanowiły one warunek przyjęcia towaru do sprzedaży; powód nie był zainteresowany wykonywaniem przez pozwaną na jego rzecz jakichkolwiek dodatkowych usług i nie miał wpływu na działania podejmowane przez pozwaną; rzekome usługi pozwanej nie przynosiły powodowi żadnych korzyści; pobrane przez pozwaną wynagrodzenie było oderwane od realnej wartości oraz kosztów podejmowanych przez nią działań a premie pieniężne nie stanowiły formy udzielenia rabatu (upustu) cenowego.

W orzecznictwie Sądu Najwyższego przyjmuje się, że sama swoboda kontraktowa pozwalająca na zawieranie – poza umową sprzedaży – także porozumień dodatkowych zastrzegających pobieranie w pewnych warunkach opłat dodatkowych nie przesadza jeszcze o braku deliktu nieuczciwej konkurencji; decydując znaczenie ma handlowy sens takich porozumień (ocena, w czym

interesie je zastrzeżono), sposób ich zastrzeżenia z uwzględnieniem swobody negocjacyjnej stron oraz ocena okoliczności kształtujących faktycznie relacje handlowe między przedsiębiorcami, w szczególności z uwzględnieniem zastrzeżenia pobierania większej ilości opłat za dostarczenie tego samego towaru. Wskazuje się przy tym, że sama prawna skuteczność porozumień marketingowo - promocyjnych nie musi jeszcze przesądzać o wystąpieniu czynu nieuczciwej konkurencji, gdyż decydujące znaczenie dla stwierdzenia wystąpienia tego deliktu ma ocena, czy opłata pobrana od dostawcy towaru jest opłatą inną niż marża handlowa, tj. opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży, czy też stanowi ekwiwalent za rzeczywiste spełnienie na jego rzecz przez kupującego niepieniężnego świadczenia wzajemnego (zob. m.in. wyroki: z dnia 25 października 2012 r., I CSK 147/12, z dnia 23 października 2014 r., I CSK 515/13, z dnia 28 stycznia 2015 r., I CSK 748/13, z dnia 14 października 2016 r., I CSK 651/15 – nie publ.). Wyjaśniono również, że w stosunkach handlowych między nabywcą prowadzącym sieć sklepów a dostawcą nie jest wyłączone uznanie zastrzeżonej w umowie premii pieniężnej uzależnionej od wielkości obrotów za rabat posprzedażowy niestanowiący opłaty przewidzianej w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Uznanie jednak, że rabaty – co do zasady - nie są objęte katalogiem niedozwolonych opłat, nie wyłącza możliwości poddania ich kontroli pod kątem wymienionego przepisu i zbadania, czy w rzeczywistości nie kryje się za nimi „opłata półkowa” (zob. uchwała Sądu Najwyższego z dnia 18 listopada 2015 r., III CZP 73/15, OSNC 2016, nr 12, poz. 135).

Wbrew zrzutom skarżącego, Sąd Apelacyjny dokonując wykładni art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., nie wyraził zapatrywania, że przepis ten pozwala niejako automatycznie zakwalifikować każdą opłatę mającą charakter inny niż marża handlowa za utrudniającą dostęp do rynku. Z motywów zaskarżonego wyroku wynika jednoznacznie, że opłaty objęte sporem w sprawie niniejszej oraz premia pieniężna zostały uznane za utrudniające dostęp do rynku z uwagi na stwierdzenie – z uwzględnieniem przesłanek wskazanych w powołanych orzeczeniach - że zostały one zastrzeżone z naruszeniem swobody negocjacyjnej i bez powiązania z jakimikolwiek świadczeniami wzajemnymi pozwanej i interesem powoda.

W orzecznictwie Sąd Najwyższego został wyrażony pogląd – aprobowany przez skład orzekający - że każde z zachowań przykładowo wymienionych w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. utrudnia innym przedsiębiorcom dostęp do rynku, gdyż jest już ono określonym przez ustawodawcę stypizowanym, nazwanym, szczególnym czynem nieuczciwej konkurencji, a nie materialnoprawną przesłanką, której wykazanie miałoby dopiero przesądzać o wystąpieniu takiego czynu (zob. wyroki: z dnia 25 października 2012 r., I CSK 147/12 i z dnia 14 października 2016 r., I CSK 651/15). Sąd Apelacyjny nie poprzestał jednak na stwierdzeniu braku potrzeby rozważenia, czy pobranie przez pozwaną opłaty były zachowaniem utrudniającym dostęp do rynku; przeciwnie, analizę taką przeprowadził (str. 32 - 35 uzasadnienia wyroku).

W świetle przytoczonej argumentacji, zarzuty naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 i art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. oraz art. 536 § 1 k.c., oparte na odmiennych - błędnych – założeniach, należało uznać za bezzasadne.

Zamierzonego skutku nie mógł wyrzucić zarzut naruszenia art. 65 § 1 i 2 w związku z art. 353¹ k.c. Wymienione przepisy nie mogły zostać naruszone przez – jak ujął to skarżący – błędną wykładnię umowy o współpracy handlowej. Ewentualnie wadliwa wykładnia tej umowy mogłaby być wynikiem błędnej wykładni lub niewłaściwego zastosowania wymienionych przepisów prawa materialnego.

Z tych względów Sąd Najwyższy na podstawie art. 398¹⁴ k.p.c. orzekł, jak w sentencji.

aj

r.g.