

Sygn. akt I CSK 766/17

POSTANOWIENIE

Dnia 19 kwietnia 2018 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Krzysztof Pietrzykowski

w sprawie z powództwa H. Poland S.A. w G.

przeciwko M. Polska S.A. w W.

o zapłatę,

na posiedzeniu niejawnym w Izbie Cywilnej w dniu 19 kwietnia 2018 r.,

na skutek skargi kasacyjnej strony pozwanej

od wyroku Sądu Apelacyjnego w W.

z dnia 18 lipca 2017 r., sygn. akt I ACa .../16,

- 1. odmawia przyjęcia skargi kasacyjnej do rozpoznania;**
- 2. zasądza od pozwanego na rzecz powódki kwotę 2700 (dwa tysiące siedemset) złotych tytułem kosztów postępowania kasacyjnego.**

UZASADNIENIE

Zgodnie z art. 398⁹ § 1 k.p.c., Sąd Najwyższy przyjmuje skargę kasacyjną do rozpoznania, jeżeli w sprawie występuje istotne zagadnienie prawne, istnieje potrzeba wykładni przepisów prawnych budzących poważne wątpliwości lub wywołujących rozbieżności w orzecznictwie sądów, zachodzi nieważność postępowania lub skarga kasacyjna jest oczywiście uzasadniona. W niniejszej sprawie Sąd II instancji uznał, że w całości opłaty na „budżet marketingowy” stanowią czyn nieuczciwej konkurencji, zaś publikacja jakichkolwiek informacji w gazetkach nie miała znaczenia. W tym zakresie i co do tej kwestii pozwany wniósł skargę kasacyjną. Jako uzasadnienie wniosku o przyjęcie skargi kasacyjnej do rozpoznania wskazał, że jest to istotne zagadnienie prawne, na którego tle doszło do rozbieżności orzecznictwa. Wątpliwość dotyczy tego, czy rzeczywiście pobrane opłaty są czynem nieuczciwej konkurencji, gdy faktycznie doszło do promocji produktów sprzedawcy przez publikację informacji o nich w gazetkach sieci. Skarga nie zasługuje jednak na przyjęcie jej do rozpoznania. Po pierwsze, znamienne jest, że skarżący wskazał wyłącznie na rozbieżność w orzecznictwie sądów powszechnych. Tymczasem zagadnienie to zostało już *expressis verbis* wyjaśnione w orzecznictwie Sądu Najwyższego, zatem brak potrzeby dalszego wyjaśniania. Po drugie, zagadnienie to wątpliwości nie budzi, jeśli się zważy, że wysokość żądanych opłat w istocie nie była powiązana z podejmowanymi działaniami promocyjnymi, ponieważ wysokość tę ustalano procentowo, bez korelacji ze skalą promocji produktów w gazetkach. Jeśli nawet promocja produktów w gazetkach miała jakąś wartość też dla dostawcy, to te umowy nie przewidywały w istocie zapłaty za tę usługę, lecz dodatkową, niedopuszczalną opłatę, której żądanie stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji.

W skardze kasacyjnej wniesionej w niniejszej sprawie nie została wykazana żadna z okoliczności wskazanych w art. 398⁹ § 1 k.p.c., dlatego Sąd Najwyższy odmówił przyjęcia skargi do rozpoznania.

