



Sygn. akt II CSKP 683/22

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 28 lutego 2023 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Monika Koba (przewodniczący, sprawozdawca)

SSN Roman Trzaskowski

SSN Karol Weitz

w sprawie z powództwa "E." spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W.
przeciwko "L." spółce z ograniczoną odpowiedzialnością w W.
o zapłatę,
po rozpoznaniu na posiedzeniu niejawnym
28 lutego 2023 r. w Izbie Cywilnej w Warszawie,
skarg kasacyjnych obu stron
od wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie
z 11 września 2019 r., sygn. akt VII AGa 1565/18,

- 1) uchyla zaskarżony wyrok w części oddalającej apelację pozwanego co do kwoty 317 631,50 zł (trzysta siedemnaście tysięcy sześćset trzydzieści jeden złotych i pięćdziesiąt groszy) z odsetkami ustawowymi za opóźnienie od dnia 8 lutego 2017 r. (punkt II) oraz orzekającej o kosztach postępowania za obie instancje (punkty I b i III) i w tym zakresie przekazuje sprawę Sądowi Apelacyjnemu w Warszawie do ponownego rozpoznania oraz rozstrzygnięcia o kosztach postępowania kasacyjnego;**
- 2) oddala skargę kasacyjną powoda.**

UZASADNIENIE

Wyrokiem z 13 listopada 2017 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zasądził od pozwanego „L.” spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W. (dalej: „L.”) na rzecz powoda „E.” spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w W. (dalej: „E.”) kwotę 2 601 812,61 zł z odsetkami ustawowymi za opóźnienie od 8 lutego 2017 r.

Sąd pierwszej instancji ustalił, że strony współpracowały od 1996 r. na podstawie kolejno zawieranych umów. Obroty netto powoda osiągnięte w handlu z pozwanym wynosiły: 3 288 600,82 zł (2003); 3 867 834,43 zł (2004); 6 086 759,84 zł (2005); 5 621 536,07 zł (2006); 5 907 941,80 zł (2007); 6 889 243,44 zł (2008); 6 947 418,03 zł (2009). W drugiej połowie 2009 r. strony zawarły umowę handlową datowaną na 5 stycznia 2009 r., której przedmiotem było uregulowanie zasad współpracy. Uzgodniono w niej, że: 1/ dostawca w terminie 14 dni po zakończeniu roku kalendarzowego zapłaci równowartość 0,5% w 2009 r. i 1% w 2010 r. od wartości netto obrotów wynikających z wystawionych przez siebie faktur z tytułu wszystkich dostaw dokonanych w roku kalendarzowym za wsparcie działań marketingowych nabywcy, 2/ dostawca będzie zobowiązany do zapłaty premii rocznej w razie przekroczenia określonego pułapu obrotów liczonej od wartości całego obrotu, przy obrotach powyżej: 250 000 zł (5%), 4 000 000 zł (6%), 5 000 000 zł (6,5%), 6 000 000 zł (7%), 7 000 000 zł (7,5%), 8 000 000 zł (8%), 9 000 000 zł (8,5%), 10 000 000 zł (9%), 11 000 000 zł (9,5%), 12 000 000 zł (10%), 3/ premia roczna będzie płatna zaliczkowo miesięcznie w kwocie 40 000 zł na podstawie faktury VAT w terminie do dnia 10 każdego miesiąca i rozliczana przez potrącenie z wierzytelnościami dostawcy, 4/ podstawą obliczania premii rocznej będą łączne obroty netto zrealizowane przez dostawcę z nabywcą oraz B. spółką z ograniczoną odpowiedzialnością (dalej: „B.”), 5/ dostawca udzieli dodatkowego upustu na zatowarowanie każdego nowo otwieranego sklepu w wysokości 10% w 2009 r. i 16% w 2010 r., 6/ w przypadku pierwszego zatowarowania nowych towarów dostawca udzieli upustu w wysokości 10% w 2009 r. i 15% w 2010 r. oraz rabatu na towary zakupywane na ekspozycje w wysokości 100 %.

Umowa była długo negocjowana między stronami. W ich ramach nie było możliwości rezygnacji z pobierania od powoda premii, rabatów od obrotu, opłat marketingowych, upustów na zatowarowanie nowych towarów czy nowo otwartych sklepów oraz rabatów na towary nabywane na ekspozycje. Pozwany uzależniał kontynuowanie współpracy z powodem od wyrażenia przez niego zgody na ponoszenie tych opłat. Po 2009 r. strony nie zawarły już kolejnej umowy a podstawą dalszej współpracy była umowa z 5 stycznia 2009 r. Powód podjął próbę renegotjacji jej warunków, jednak do podpisania kolejnej umowy nie doszło, a pozwany znacznie ograniczył z nim współpracę. Struktura sprzedaży w powodowej spółce była skonstruowana w ten sposób, że większość obrotu generowały właśnie wielkopowierzchniowe sieci handlowe, takie jak sieć pozwanego (ok. 70%), a obroty z pozwanym sięgały ponad 20% całości obrotów spółki.

W okresie od 20 grudnia 2011 r. pozwany pobrał tytułem opłat objętych pozwem łącznie 2 218 781,66 zł w tym: premie roczne (1 817 798,10 zł); upusty na zatowarowanie nowo otwartych sklepów i nowych towarów (73 057,81 zł); rabaty na towary nabywane na ekspozycje (8 713,37 zł); opłaty za wsparcie działań marketingowych (319 212,38 zł).

W tak ustalonym stanie faktycznym Sąd Okręgowy uznał, że powództwo zasługiwało na uwzględnienie w całości. Powód wykazał bowiem, że pozwany pobrał od niego inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży (art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, tekst. jedn. Dz.U. z 2022 r., poz. 1233 - dalej : „u.z.n.k” lub „ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji”) oraz że przez ich pobranie utrudnił mu dostęp do rynku obrotu towarami elektrycznymi. Stanowiło to czyn nieuczciwej konkurencji, uzasadniający ich zwrot na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k.

Stwierdził, że premia roczna (premia od obrotu) należy z założenia do kategorii innych niż marża opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Nakładanie bowiem na tylko jedną ze stron obowiązku dodatkowego premiowania strony przeciwnej jest działaniem utrudniającym dostęp do rynku i naruszającym interes ekonomiczny dostawcy. Oceny tej nie zmienia uzyskiwanie przez powoda pośrednich korzyści z utrzymania czy wzrostu poziomu sprzedaży dostarczanych

przez niego produktów. Upust (rabat) występuje bowiem w sytuacji, gdy można go odnieść do ceny konkretnego towaru. W okolicznościach sprawy premia od obrotu nie dotyczyła natomiast ceny konkretnego towaru lecz podstawą jej naliczenia były łączne obroty netto zrealizowane przez dostawcę z powodem i spółką B.. Była zatem opłatą za to, że pozwany nabył towary w ilości przekraczającej ustalone progresywnie progi. Próg obrotu od którego pozwany uzależnił pobieranie premii (250 000 zł) był fikcyjny, skoro został ustalony na poziomie zapewniającym mu jej każdorazowe uzyskanie. Przemawia za tym także okoliczność, że cena towarów była negocjowana przed zawarciem umowy, ceny zawierające upusty były rynkowe lub niższe niż rynkowe i nie były powiększane o bonusy. Ponadto pozwany doliczał do swojego obrotu również obrót roczny zrealizowany przez powoda z B., co oznacza, że na wysokość premii miał wpływ obrót realizowany z podmiotem trzecim. Podkreślił, że w zamian za pobrane premie pozwany nie gwarantował powodowi osiągnięcia określonego poziomu obrotów, ani nawet kontynuowania współpracy przez z góry określony czas. W konsekwencji przyjął, że premia roczna nie była dopuszczalnym rabatem potransakcyjnym obniżającym cenę towaru.

Odnosnie do opłat za usługi marketingowe Sąd Okręgowy stwierdził, że sposób ich ustalenia wyłącza uznanie, że istnieje związek między kosztami świadczenia usług przez pozwanego a korzyściami jakie powód mógłby z tego tytułu uzyskiwać. Opłaty nie były bowiem zależne od tego czy produkty powoda wezmą udział w akcji marketingowej i z jaką częstotliwością to nastąpi. Ponadto pozwany nie wykazał jakie konkretnie usługi marketingowe świadczył. Za takie nie mogą być uznane działania marketingowe podejmowane przez pozwanego w odniesieniu do zakupionych od powoda towarów, których celem było zwiększenie ich sprzedaży w sklepach pozwanego, skoro dążył on w ten sposób do maksymalizacji swojego zysku.

Sąd Okręgowy stanął na stanowisku, że upust na zatowarowanie nowo otwartych sklepów także był ukrytą „opłatą półkową”, a nie upustem od ceny towaru. Nowe sklepy pozwanego były bowiem zatowarowywane przed ich otwarciem, a dostarczony do nich towar nie rotował przez pewien czas. Działania promocyjne pozwanego miały na celu maksymalizację jego zysku przez obarczenie dostawców kosztami związanymi z rozbudową sieci swoich sklepów.

Takiej samej kwalifikacji Sąd Okręgowy dokonał odnośnie do upustu na zatowarowanie nowych produktów. Produkty te były bowiem objęte wszystkimi pozostałymi „bonusami” i były dopisywane do cennika dopiero po wynegocjowaniu odpowiedniej ceny. Jediną korzyścią, jaką powód otrzymywał w zamian za udzielenie takiego „upustu” była możliwość sprzedaży danego produktu do sieci pozwanego. Również 100% upust dla towarów przeznaczonych na ekspozycję miał charakter niedozwolonej opłaty. Z poczynionych w sprawie ustaleń nie wynikało by pozwany eksponował towary powoda w szczególny sposób, a powód miał na to wpływ. W zamian za udzielenie tego „rabatu” powód nie otrzymywał zatem żadnej korzyści.

W konsekwencji Sąd Okręgowy doszedł do wniosku, że wszystkie pobrane przez pozwanego opłaty stanowiły opłaty niedozwolone (art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.), co uzasadniało żądanie powoda wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści (art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k.).

Wyrokiem z 11 września 2019 r. Sąd Apelacyjny w Warszawie, orzekając na skutek apelacji pozwanego, zmienił zaskarżony wyrok częściowo w punkcie pierwszym w ten sposób, że oddalił powództwo o zasądzenie kwoty 1 817 798,10 zł wraz z ustawowymi odsetkami za opóźnienie liczonymi od 8 lutego 2017 r.; w punkcie drugim w ten sposób, że ustalił, iż powód wygrał sprawę w 30%, a pozwany w 70%, pozostawiając szczegółowe wyliczenie kosztów procesu referendarzowi sądowemu, w punkcie trzecim przez jego uchylenie, a w pozostałym zakresie oddalił apelację i orzekł o kosztach postępowania apelacyjnego.

Sąd Apelacyjny podzielił ustalenia faktyczne poczynione przez Sąd Okręgowy i przyjął je za podstawę także własnego rozstrzygnięcia, zastrzegając, iż w niektórych kwestiach wymagały one uzupełnienia i doprecyzowania.

Wskazał, że ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego wynikało, że strony przed podpisaniem umowy w 2009 r. prowadziły długotrwałe negocjacje. Zaaprobował stanowisko Sądu pierwszej instancji, że powód nie mógł zrezygnować z ponoszenia opłat objętych pozwem. Negocjacje mogły podlegać natomiast podstawy ich naliczenia (poziom obrotów) oraz wysokość (wielkość procentu od obrotu). Stwierdził, że nieprecyzyjne było ustalenie Sądu Okręgowego,

iż szefowie produktu otrzymywali wytyczne co do minimalnego poziomu bonusów, jaki należało uzyskać od dostawców. Okoliczność taka nie wynikała z zeznań świadka M. R., który wskazywał jedynie, że wytyczne odnosiły się do ogólnego poziomu rentowności, którego osiągnięcia oczekiwał zarząd pozwanej w danym roku. Nie były natomiast ustalane wskaźniki, na jakich miała opierać się współpraca z konkretnymi dostawcami. Świadek ten zeznał, że określając minimalny poziom obrotów, od osiągnięcia którego zaczynało się naliczanie premii rocznej, kierował się tym, że współpraca z powodem nie układała się najlepiej i liczył się z możliwym spadkiem obrotów. Także z zeznań świadka M. K. wynikało, że szefowie produktu nie mieli ustalonych ogólnie wytycznych co do wysokości premii rocznych, a progi ustalał szef produktu. Niewątpliwie jednak zgoda dostawcy na postanowienia umowy dotyczące premii (rabatu) od rocznego obrotu warunkowała utrzymanie współpracy między stronami.

Sąd Apelacyjny stwierdził, że art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. odnosi się do stypizowanego deliktu nieuczciwej konkurencji polegającego na utrudnianiu innym przedsiębiorcom dostępu do rynku. Nie każde jednak utrudnienie dostępu do rynku stanowi naruszenie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a tylko takie, w którym występują elementy nieuczciwości zakłócającej dozwoloną rywalizację rynkową. Fakt, że w relacji dostawca (sprzedawca) - nabywca (kupujący) miały miejsce rozliczenia pieniężne innego rodzaju, niż dotyczące samej dostawy (sprzedaży) towaru, nie rodzi domniemania, że doszło do popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na utrudnieniu dostępu do rynku. Powód musi udowodnić, że pobrane od niego świadczenia były pozamarżowymi opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży, a ich uzyskanie było nieuczciwe.

Podkreślił, że opłaty – o których mowa w art 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. - nie mogą mieć charakteru marży handlowej. Brak jest jednoznacznych kryteriów pozwalających w sposób nie budzący wątpliwości wytyczyć granicę pomiędzy niedozwolonymi działaniami określonymi w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. a utrwalonym w praktyce gospodarczej stosowaniem w rozliczeniach handlowych rabatu (premii, upustu, bonusu, dyskonta). Określając charakter premii (rabatu) należy rozważyć całokształt okoliczności faktycznych danej sprawy, a ostateczna decyzja uwzględniać musi nie tylko analizę prawną, ale i podstawowe reguły ekonomii.

Stwierdził, że rozważania Sądu pierwszej instancji na temat celu łączących strony porozumień w przedmiocie premii rocznej (następnie rabatu) były oparte na wadliwej wykładni umowy oraz art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., która nie uwzględniała treści art. 1 u.z.n.k., art. 3 ust. 1 u.z.n.k., art. 353¹ k.c. oraz art. 536 § 1 k.c. Ustalając znaczenie marży Sąd Okręgowy powołał się na przepisy już nieobowiązujące w chwili orzekania oraz obowiązujące jedynie w części okresu obejmującej współpracę stron. Ustawa o cenach z dnia 5 lipca 2001 r. przestała bowiem obowiązywać z dniem 25 lipca 2014 r., kiedy weszła w życie ustawa z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (tekst. jedn.: Dz. U. z 2019 r., poz. 178), która nie zawiera już definicji marży handlowej. Nie zmienia to faktu, że przytoczona za ustawą z dnia 5 lipca 2001 r. definicja marży handlowej może być wykorzystywana również obecnie, ma ona bowiem walor uniwersalny, odpowiadający powszechnemu rozumieniu tego pojęcia, a ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie zawiera własnej definicji marży.

Wskazał, 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. Jest tak szczególnie w sytuacji, gdy współpraca stron nie ma charakteru incydentalnego, ale długofalowy. Premia pieniężna liczona od obrotu stanowi z ekonomicznego punktu widzenia mechanizm obniżenia ceny mający swoje uzasadnienie w regułach gospodarczych związanych z większymi korzyściami w przypadku współpracy, która odbywa się w dłuższym horyzoncie czasowym i na większą skalę. Tego rodzaju premia wpływa zatem na marżę, kształtuje bowiem cenę, jaką ostatecznie nabywca (sieć handlowa) płaci dostawcy za nabywane towary. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie powinna być używana jako narzędzie ingerencji w wysokość ceny ustalonej przez strony transakcji, szczególnie po zakończeniu współpracy i nie jest jej celem wpływanie na ostateczny rozkład zysków stron umowy. Funkcją ustawy jest natomiast zagwarantowanie swobodnej i uczciwej konkurencji rynkowej w interesie publicznym, przedsiębiorców oraz klientów (art. 1 u.z.n.k.). Artykuł 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. ma zapobiegać temu, aby podmioty z założenia silniejsze ekonomicznie nie narzucały swoim kontrahentom, zainteresowanym nawiązaniem z nimi współpracy

handlowej, warunków polegających na pobieraniu opłat za samo przyjęcie towaru do sprzedaży i w ten sposób - przez stawianie nieuzasadnionych barier finansowych - utrudniały im dostęp do rynku.

Przyjmując, że w okolicznościach sprawy premia była rabatem posprzedażowym Sąd Apelacyjny miał na względzie, że nawiązanie przez powoda współpracy z pozwanym było dla niego korzystne, a strony od 1996 r. zawierały umowy handlowe o charakterze ramowym regulujące współpracę pomiędzy nimi w dłuższym okresie czasu. Pozwany nie gwarantował wprawdzie powodowi określonego poziomu obrotów ale stała współpraca zapewniała zbyt jego towarów w dużych ilościach na co wskazuje poziom obrotów. Brak takich gwarancji wynikał z faktu, że pozwany nie nabywał towarów na własne potrzeby, ale aby zaoferować je odbiorcom detalicznym w prowadzonej przez siebie sieci sklepów i to oni decydowali ostatecznie o skali popytu na te towary. Decyzja powoda o rozpoczęciu i kontynuowaniu współpracy z pozwanym została podjęta dobrowolnie i była oparta na rachunku ekonomicznym zakładającym, że będzie ona dla niego korzystna. Współpraca z pozwanym generowała niemal 20% obrotów powoda, dawała mu zatem możliwość dotarcia ze swoimi towarami do istotnego rynku odbiorców.

Sąd Apelacyjny podkreślił, że ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego wynikało, że jakkolwiek powód, aby współpracować z pozwanym musiał wyrazić zgodę na wprowadzenie do umowy postanowień dotyczących premii rocznej od obrotu, to jednak sposób jej naliczania oraz wysokość podlegały negocjacom. Ponadto pozwany w przypadku zaistnienia konkretnych warunków rynkowych godził się także na modyfikację modelowego systemu naliczania premii. Świadczy o tym pkt 9 ust. 4 umowy, w którym zawarto - z inicjatywy E. - szczególne postanowienia dotyczące naliczania premii w odniesieniu do osprzętu serii B..

Sąd Apelacyjny miał także na względzie, że po upływie czasu na jaki umowa została zawarta (31 grudnia 2010 r.), mimo braku zgody powoda na nowe warunki umowy, współpraca między stronami nie została zakończona, a prowadziły one długotrwałe negocjacje, zawierając w międzyczasie aneksy z 4 czerwca 2012 r. i 13 czerwca 2014 r. Z czasem, doszło do znacznego ograniczenia tej współpracy, ale

nie było to spowodowane jedynie tym, że powód odmówił podpisania nowej umowy, ale i tym, iż inni dostawcy proponowali atrakcyjniejsze warunki współpracy.

Sąd Apelacyjny dostrzegł, że ustalony przez strony mechanizm naliczenia premii pieniężnej zakładał, że podstawowy jej poziom (5%) uzależniony był od niskiego - jak na relacje handlowe stron - obrotu (250 000 zł). Nie podzielił jednak stanowiska Sądu Okręgowego że był to próg fikcyjny, a premia należała się pozwanemu zawsze. Kolejne poziomy premii uzależnione były już od znaczącego wzrostu obrotów, a tak ustalony sposób naliczania premii (rabatu) spełniał swój cel ekonomiczny, motywując pozwanego do zwiększania poziomu zakupów.

Nie zgodził się ze stanowiskiem Sądu pierwszej instancji, że o upuście (rabacie) można mówić tylko wówczas, gdy można go odnieść do ceny konkretnego towaru. Stwierdził, że formuła rabatu może odnosić się ogólnego obrotu i może być on naliczany retrospektywnie. Nie oznacza to, że stanowi on formę „opłaty” za obrót, ale wielkość obrotu jest jednym ze wskaźników, który decyduje o ostatecznej wielkości udzielonego kupującemu rabatu.

Nie zgodził się także z argumentem Sądu Okręgowego, który kwestionował możliwość uznania premii za dopuszczalny prawnie rabat z tego względu, że podstawę do jej wyliczenia stanowiły łączne obroty pozwanego i B.. Wskazał, że spółki te mają wspólnego właściciela, powód współpracował z obiema, a osiągnięty poziom obrotów wpływał jedynie na określenie wysokości procentu premii, która oddzielnie naliczana była przez każdego z kupujących w zależności od realizowanego z konkretnym podmiotem obrotu. Nie istniało zatem niebezpieczeństwo podwójnego naliczenia premii (rabatu) od tego samego obrotu.

Przyjął, że zastosowany przez strony mechanizm naliczania premii był uzasadniony ekonomicznie, a powód nie wykazał, aby skutek jego zastosowania doszło do takiego ukształtowania cen, które naruszałoby reguły uczciwego obrotu. Nie przedstawił dowodów, które wykazywałyby, iż wysokość ustalonej przez strony premii określona została na tak wysokim i nieadekwatnym dla branży poziomie, że nie sposób było uznać, iż kształtował on marżę nabywcy, ale stanowił źródło dodatkowych, niczym nieuzasadnionych dochodów. Wskazał, że rabat kształtował się na zróżnicowanym poziomie uzależnionym od wielkości obrotu netto, przy czym

wyłącznie w oparciu o te wielkości nie sposób uznać, że takie jego uregulowanie naruszało reguły uczciwego obrotu.

Podkreślił, że rynek, na jakim działa pozwany jest bardzo konkurencyjny. Pozwany rywalizuje z innymi sprzedawcami o klientów końcowych i jest zainteresowany nabywaniem towarów po jak najniższych cenach. Strony współpracowały przez kilkanaście lat, trudno zatem przyjąć, że współpraca ta opierała się na zasadach nie przynoszących korzyści powodowi i że przez cały ten czas pozwany narzucał mu warunki kolejnych umów. Podkreślił, że ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie powinna być traktowana jako instrument sądowego regulowania cen i wpływania *ex post* na rozkład zysków stron umowy. Jeżeli zatem uznać premię (rabat) za element o charakterze cenotwórczym (a tak jest w niniejszym przypadku), to przyjąć należy, że ustalenia stron co do premii (rabatu) odnoszą się do ceny. Jest to niewątpliwie kluczowy element, który negocjują strony umowy sprzedaży, także w sytuacji, gdy ustalane są jedynie ramowe warunki współpracy długoterminowej, a do zawarcia konkretnych transakcji dochodzi dopiero później. Żądanie zwrotu udzielonej wcześniej premii stanowi zatem nie tylko próbę podważenia wcześniejszych uzgodnień co do wysokości ceny, ale może być także ocenione jako nieuczciwe zakłócenie konkurencji rynkowej w zakresie dostępu do kanału dystrybucji towarów, jaki oferuje dostawcom dana sieć handlowa.

W konsekwencji przyjął, że premia stanowiła retroaktywny, posprzedażowy rabat ilościowy, uzgodniony przez strony w umowie i rzutujący na wysokość marży osiąganey przez pozwanego w zależności od wielkości obrotów uzyskiwanych w stosunkach handlowych z powodem, a nie niedozwoloną opłatę, co uzasadniało uwzględnienie w tym zakresie apelacji.

Sąd Apelacyjny stwierdził, że w wydanym przez niego orzeczeniu znajdują się błędy rachunkowe, które odnoszą się do *meritum* rozstrzygnięcia i nie mogą zostać usunięte w drodze sprostowania, natomiast pozwany może doprowadzić do ich wyeliminowania wnosząc skargę kasacyjną. Wskazał, że z tytułu premii powód pierwotnie dochodził kwoty 1 817 789,10 zł, a w toku postępowania pierwszoinstancyjnego rozszerzył powództwo w tym zakresie o dalszą kwotę 55 669,36 zł. W konsekwencji ostatecznie żądana kwota z tytułu zwrotu premii (rabatu)

wynosiła 1 873 467,46 zł, nie zaś 1 817 798,10 zł, i powództwo, uznać należało za nieuzasadnione co do wyższej ze wskazanych kwot. Wysokość należnych powodowi odsetek wynosiła 57 785,58 zł (odsetki ustawowe za opóźnienie od kwoty 400 983,56 zł za okres od 3 marca 2015 r. do 7 lutego 2017 r.). Oznaczało to, że przy prawidłowych wyliczeniach powództwo powinno zostać oddalone co do kwoty 2 135 429,60 zł wraz z odsetkami za opóźnienie, a nie jedynie co do kwoty 1 817 798,10 zł.

W pozostałym zakresie zarzuty apelacji Sąd Apelacyjny ocenił jako nietrafne. Nie znalazł podstaw do zakwestionowania ustaleń i rozważań prawnych Sądu Okręgowego odnośnie do pobranych przez pozwanego opłat z tytułu wsparcia działań marketingowych (319 212,38 zł + 7 613,87 zł), upustu na zatowarowanie nowo otwieranych sklepów oraz upustu na zatowarowanie nowych produktów (73 057,81 zł), a także upustu na towary przeznaczone na ekspozycję (8 713,37 zł). W rezultacie przyjął, że w zakresie kwoty 408 597,43 zł spełnione zostały przesłanki niezbędne do uwzględnienia powództwa o wydanie bezpodstawnie uzyskanych korzyści (art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k.).

Od wyroku tego skargi kasacyjne złożyły obie strony.

W skardze kasacyjnej pozwany zaskarżył wyrok Sądu Apelacyjnego w części objętej: pkt. I. w zakresie w jakim Sąd nie oddalił powództwa także co do kwoty 317 631,50 zł (tj. łącznie co do kwoty 2 135 429,60 zł) i uwzględnił powództwo ponad kwotę 466 383,01 zł wraz z odsetkami ustawowymi za opóźnienie oraz w zakresie, w jakim Sąd nie ustalił, że powód wygrał sprawę w 18%, a pozwany w 82%; pkt. II w zakresie, w jakim Sąd oddalił apelację pozwanego co do kwoty 317 631,50 zł wraz z odsetkami ustawowymi za opóźnienie liczonymi od 8 lutego 2017 r.; pkt. III w zakresie w jakim Sąd nie zasądził od powoda zwrotu kosztów procesu w postępowaniu apelacyjnym zgodnie z wynikiem procesu.

Zaskarżonemu wyrokowi zarzucił naruszenie: art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 536 k.c. przez niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że norma prawna tego przepisu znajduje zastosowanie nie do całości, lecz tylko do części spornej premii (rabatu) należnego pozwanemu, w konsekwencji błędne przyjęcie, że pozwany dopuścił się względem powoda w tym zakresie czynu nieuczciwej konkurencji oraz

art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. przez niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, iż kwota 55 669,36 zł z tytułu rabatu za okres od 12.05.2015 r. do 31.01.2017 r. winna być zwrócona powodowi jako bezpodstawnie uzyskana korzyść, oraz że roszczenie powoda z tego samego tytułu w części skapitalizowanych odsetek od kwoty 1 817 798,10 zł (rabat za okres od 2011 r. do 11.05.2015 r.) w kwocie 261 962,14 zł jest uzasadnione.

Wskazując na te zarzuty wniósł o uchylenie wyroku w zaskarżonej części i oddalenie powództwa o zasądzenie kwoty 2 135 429,60 zł wraz z ustawowymi odsetkami za opóźnienie od 8 lutego 2017 r.; ustalenie, że powód wygrał sprawę w 18%, a pozwany w 82 % oraz ewentualne pozostawienie wyliczenia tych kosztów referendarzowi sądowemu; uwzględnienie powództwa w pozostałej części i zasądzenie od powoda kosztów postępowania apelacyjnego i kasacyjnego.

Ponadto na podstawie art. 415 k.p.c. wniósł o orzeczenie o obowiązku zwrotu przez powoda świadczenia spełnionego na podstawie prawomocnego wyroku w kwocie 376 110,50 zł obejmującego kwotę 317 631, 50 zł wraz z odsetkami w kwocie 58 479 zł liczonymi od 8 lutego 2017 r. do dnia spełnienia świadczenia (25. 09. 2019 r.) wraz z odsetkami ustawowymi do dnia zapłaty.

Powód, w skardze kasacyjnej zaskarżył wyrok Sądu Apelacyjnego w części uwzględniającej apelację pozwanego (punkt I) oraz rozstrzygającą o kosztach postępowania apelacyjnego (punkt III).

Zaskarżonemu wyrokowi zarzucił naruszenie art. 65 § 2 w zw. z art. 536 § 1 k.c. w zw. z art. 353¹ k.c. oraz art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. i art. 3 ust. 1 u.z.n.k. przez ich niewłaściwą wykładnię i przyjęcie, że naliczane już od obrotu rzędu 250 000 zł premie, pobrane przez pozwanego na podstawie pkt 9 umowy, zgodnie z wolą stron były mechanizmem obniżającym ceny jednostkowe towarów oraz naruszenie art. 536 § 1 k.c., który umożliwia stronom określenie ceny przez wskazanie podstaw do jej ustalenia a jego wprowadzenie do umowy było spowodowane chęcią zmotywowania pozwanego do zakupu większych ilości towarów i zapewnienia powodowi stałej współpracy handlowej z pozwanym i w związku z tym nie mogły zostać uznane za inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Wskazując na powyższe zarzuty wniósł o uchylenie zaskarżonego wyroku w punktach I i III i oddalenie apelacji pozwanego w całości oraz zasądzenie od pozwanego kosztów postępowania za obie instancje oraz kosztów postępowania kasacyjnego ewentualnie uchylenie wyroku w zaskarżonej części i przekazanie sprawy w tym zakresie Sądowi Apelacyjnemu do ponownego rozpoznania i rozstrzygnięcia o kosztach postępowania kasacyjnego.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Skarga kasacyjna powoda podlegała oddaleniu.

W pierwszej kolejności podkreślenia wymaga, że Sąd Najwyższy rozpoznaje skargę kasacyjną w granicach zaskarżenia i w granicach podstaw (art. 398¹³ § 1 k.p.c.). Na tym etapie postępowania kasacyjnego badaniu podlegają podstawy kasacyjne i ich uzasadnienie, a nie wnioski o przyjęcie skargi do rozpoznania i jego uzasadnienie. Stanowią one bowiem odrębne elementy konstrukcyjne skargi kasacyjnej, spełniające inne funkcje (art. 398⁴ § 1 pkt 2 i § 2 k.p.c.). Zastrzeżenie to jest istotne, skarga kasacyjna powoda w części obejmującej uzasadnienie podstaw, została bowiem bardzo lakonicznie umotywowana.

Sąd Apelacyjny trafnie przyjął, że dochodzona przez powoda premia pieniężna ma charakter rabatu potransakcyjnego a nie niedozwolonej opłaty, o której mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Sąd Najwyższy w uchwale z 18 listopada 2015 r., III CZP 73/15 (OSNC 2016, nr 12, poz. 135) uznał, że w stosunkach handlowych między nabywcą prowadzącym sieć sklepów a dostawcą nie jest wyłączone uznanie zastrzeżonej w umowie premii pieniężnej za rabat posprzedażowy niestanowiący opłaty o której mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Stwierdził, że jeżeli dodatkowe świadczenie pieniężne dostawcy (rabat, premia pieniężna) nie zostało powiązane w umowie z żadnym wymiernym świadczeniem ze strony odbiorcy, lecz z osiągnięciem oznaczonego poziomu obrotów lub określonej wielkości albo wartości sprzedaży w oznaczonym przedziale czasowym, to jego realizacja decyduje o cenie sprzedawanego towaru, a więc i marży dostawcy. W takiej sytuacji nie ma podstawy do traktowania postanowień umownych zastrzegających takie obowiązki dostawcy jako zastrzeżenia opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Celem tego przepisu nie jest bowiem regulowanie cen i wpływanie na rozkład zysków stron umowy. Swoboda ustalania cen (art. 536 § 1 k.c.) stanowi

istotny przejaw swobody kontraktowej (art. 353¹ k.c.) i brak dostatecznych podstaw do przyjęcia, że zamiarem ustawodawcy było stworzenie w ten sposób mechanizmu regulującego ceny. Z zasady swobody umów wynika także przyzwolenie na faktyczną nierówność stron, co oznacza, że co do zasady mogą one uzgodnić także świadczenia nieekwiwalentne.

Sąd Najwyższy stwierdził także, że przyjęcie, iż art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. co do zasady nie obejmuje rabatów, nie oznacza całkowitego ich wyłączenia spod kontroli sądu na gruncie tego przepisu. Rabat należy traktować jako niedozwoloną inną niż marża handlowa opłatę, 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 wtedy, gdy strony nie ustalą warunków, w jakich realizuje się prawo kupującego do obniżenia ceny czy też nie ustalą wysokości zmniejszenia ceny, pozostawiając to jednostronnej decyzji kupującego.

Stanowisko to jest akceptowane w orzecznictwie Sądu Najwyższego i podziela je także Sąd Najwyższy w składzie rozpoznającym skargę. Co do zasady zatem przyznawanie przez dostawcę rabatów w razie osiągnięcia określonego poziomu obrotu nie powinno być klasyfikowane jako pobieranie innej niż marża opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży (zob. m.in. wyroki Sądu Najwyższego z 17 kwietnia 2015 r., I CSK 136/14, niepubl., z 17 marca 2016 r. V CSK 436/15, z 29 kwietnia 2016 r., I CSK 319/15, niepubl., z 8 grudnia 2016 r., I CSK 825/15, OSNC 2017, nr 7-8, poz. 93; z 23 marca 2017 r., V CSK 437/16, niepubl., i z 15 lutego 2018 r., I CSK 339/17, niepubl., zob. także uchwała składu siedmiu sędziów Naczelnego Sądu Administracyjnego z 25 czerwca 2012 r., I FPS 2/12, ONSA i WSA 2013, nr 6, poz. 85 oraz wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 16 października 2014 r., SK 20/12, OTK-A 2014, nr 9, poz. 102).

Podziela również stanowisko wyrażone w wyroku Sądu Najwyższego z 15 czerwca 2018 r., I CSK 494/17, (niepubl.), że zachowuje ono aktualność także w odniesieniu do premii (bonusu), która naliczana jest od wielkości obrotu, niezależnie od jego pułapu. Sztywna, z góry określona procentowo premia (bonus) pobierana *ex post* od obrotu prowadzi bowiem do obniżenia jednostkowej ceny nabywanego towaru, jest zatem szeroko rozumianym czynnikiem cenotwórczym. W

założeniu ustawodawcy art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie miał być natomiast instrumentem regulowania cen i oddziaływania na wysokość zysków i marż przedsiębiorców (zob. wyrok Sądu Najwyższego z 24 maja 2019 r., I CSK 304/18, OSNC-ZD 2020, nr 4, poz. 58).

Do przeciwnych wniosków nie prowadzi analiza przebiegu prac legislacyjnych nad nowelizacją, która wprowadziła ten przepis (ustawa z dnia 5 lipca 2002 r. o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz.U. Nr 126, poz. 1071). Wskazuje ona, że miał być on instrumentem zapobiegania pobieraniu przez sieci handlowe prowadzące wielkopowierzchniowe obiekty handlowe opłat za wstawianie towarów na półkę, umieszczenie ich w określonym miejscu, uczestniczenie w obowiązkowych promocjach, a nie ograniczenia swobody kształtowania samych cen i marż handlowych (zob. uzasadnienie wyroku Sądu Najwyższego z 15 czerwca 2018 r., I CSK 494/17).

W sporze o charakter opłaty innej niż marża handlowa każdy przypadek wymaga oddzielnej analizy, a końcowe wnioskowanie zależy w równym stopniu od treści umowy, jak i sposobu jej wykonywania, a więc od okoliczności faktycznych sprawy. Przy ocenie kwestii, czy dochodzi do pobierania przez odbiorcę towarów opłaty innej niż marża handlowa za przyjęcie towarów do sprzedaży, należy brać pod uwagę nie tylko istnienie odpowiednich porozumień ze sprzedającym, zamieszczonych w treści umowy o współpracę lub w umowie sprzedaży, ale także - faktyczne ukształtowanie relacji handlowej pomiędzy przedsiębiorcą - dostawcą i przedsiębiorcą - odbiorcą towaru. Sama treść porozumień przewidujących opłaty "pozamarżowe" nie przesądza zatem o istnieniu lub nieistnieniu deliktu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Decydujące znaczenie ma ekonomiczny sens tych opłat z punktu widzenia interesów obu kontrahentów, w jaki sposób je ustalono (czy podlegały negocjacjom) i jakie ostatecznie inne jeszcze okoliczności ukształtowały faktyczną relację handlową między przedsiębiorcami. W razie sporu między stronami, zwłaszcza powstałego po ustaniu dotychczasowej, bezkonfliktowej współpracy, należy poddać wnikliwej analizie wszystkie okoliczności każdego indywidualnie rozpatrywanego przypadku, a to w celu uniknięcia schematyzmu lub automatyzmu w kwalifikowaniu danej sytuacji jako wyczerpującej

lub nie znamiona nieuczciwej konkurencji (zob. m.in. postanowienie Sądu Najwyższego z 27 lutego 2020 r., I CSK 623/19, niepubl.).

Artykuł 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. stanowi wyjątek od zasady swobody prowadzenia działalności gospodarczej i nie może podlegać wykładni rozszerzającej. Nie dotyczy zatem świadczeń, które pełnią funkcję mechanizmów cenotwórczych. W realiach wolnorynkowego obrotu gospodarczego oraz swobody kontraktowania (art. 353¹ k.c.), przyjęcie określonych postanowień umownych jest efektem ekonomicznej kalkulacji każdej ze stron co do opłacalności zawartego kontraktu przy naturalnym, z istoty rzeczy, preferowaniu przez każdego kontrahenta jego własnych interesów. Zakazane są takie opłaty, gdzie świadczenie po stronie odbiorcy towaru polega jedynie na zawarciu umowy z dostawcą, nie nakładając na odbiorcę obowiązku jakiegokolwiek działania pozytywnie wpływającego na sferę ekonomiczną dostawcy.

Wbrew zarzutom skargi Sąd Apelacyjny trafnie w okolicznościach sprawy przyjął, że premia pieniężna przewidziana w umowie stron była rabatem potransakcyjnym, a nie niedozwoloną opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży. W wiążącym Sąd Najwyższy w postępowaniu kasacyjnym stanie faktycznym sprawy (art. 398³ § 3 i 398¹³ § 2 k.p.c.), nie można również przyjąć, by przez pobieranie należności z tytułu premii pozwany utrudniał powodowi dostęp do rynku zbytu, nieuczciwie zakłócając dozwoloną rywalizację rynkową. Nie wykazano również, by pozwany przez zastrzeżenie premii od obrotu został uprzywilejowany w sposób rażąco odbiegający od uczciwych zasad rynkowych na skutek nadużycia silniejszej pozycji kontraktowej.

Strony współpracowały przez wiele lat (od 1996 r.), pozwany zapewniał powodowi rynek zbytu dla jego towarów, a skala współpracy była bardzo duża. Wskazuje na to zarówno fakt, że obroty z pozwanym sięgały ponad 20% całości obrotów spółki, jak i ich wysokość. Ponadto 70% towarów powoda było sprzedawanych do sklepów wielkopowierzchniowych. Oznacza to, że korzystanie z takich kanałów dystrybucji musiał oceniać jako ekonomicznie uzasadnione. W sytuacji, gdy warunki współpracy uznał za niekorzystne, nie zdecydował się na jej kontynuowanie na nowych zasadach, umowa nie została podpisana, a współpraca między stronami stopniowo uległa znacznemu ograniczeniu.

Jak trafnie podkreślił Sąd Apelacyjny przy negocjowaniu warunków dostaw pozwany domagał się wprowadzenia uwzględnienia obligatoryjnie premii od obrotu ale zarówno sposób jej obliczenia jak i wysokość podlegały negocjacjom. Kształtując warunki współpracy, pozwany musiał zapewnić rentowność swojej działalności, a także ustalić cenę za którą odbiorca końcowy będzie skłonny kupić produkty dostarczane przez powoda. Powód był z kolei dostawcą także do innych sklepów wielkopowierzchniowych, co zapewniało mu silną pozycję negocjacyjną, skoro mógł skorzystać z innych kanałów dystrybucji swoich towarów.

Nie przekonuje stanowisko skarżącego, że ustalony poziom obrotów był określony fikcyjnie, tak by premia zawsze się pozwanemu należała. Skarżący nie dostrzegł, że Sąd Apelacyjny zmodyfikował w tym zakresie ustalenia Sądu Okręgowego (str. 23 uzasadnienia) i nie podzielił jego stanowiska, że mechanizm naliczania premii pieniężnej w zakresie pierwszego progu był fikcyjny (str. 34 -35 uzasadnienia). Sąd Apelacyjny ustalił, że zastrzeganie premii nie miało związku z utrudnianiem dostępu do rynku przez pobieranie niedozwolonej opłaty lecz wiązało się z koniecznością zapewnienia działalności pozwanego rentowności oczekiwanej przez zarząd. Wskazuje na to modyfikacja systemu naliczania premii w przypadku osprzętu firmy B., gdzie istniejące warunki rynkowe nie pozwalały na jej ukształtowanie na standardowym poziomie.

Ponadto progi i wysokość premii nie była odgórnie narzucana lecz indywidualnie określana w stosunku do kontrahenta na etapie negocjacji. W przypadku skarżącego ustalenie pierwszego progu 250 000 zł mimo skali dostaw, wiązało się z tym, że współpraca nie układała się najlepiej i liczone się z jej ograniczeniem, do czego rzeczywiście w dalszej perspektywie doszło, zwłaszcza, że inni dostawcy proponowali bardziej korzystne warunki współpracy, co było decydujące z perspektywy rywalizacji o klientów końcowych.

Przed wszystkim jednak obroty w latach 2005 - 2009 oscylowały między 5 621 536,07 zł (2006) do 6 947 418,03 zł (2009), co oznacza, że uzyskiwały one poziom uprawniający pozwanego, do wyższej premii (6%, 6,5%, 7%), spełniały zatem swoją funkcję. Pozwany uzyskiwał bowiem rabat z tej przyczyny, że składał zamówienia na towary o większej wartości, co pozwalało mu uzyskać niższą cenę, a pozwanemu zapewnić większy zbył. Oceny tej nie zmienia wliczanie do obrotu od

którego naliczana była premia, także obrotu z B., skoro podmiot ten należał do tego samego właściciela, co było kluczowe dla ustalania rentowności działalności obu spółek w ramach współpracy z powodem. Z perspektywy zasady swobody umów nie ma przeszkód do wprowadzenia takich rozwiązań.

Do odmiennych wniosków nie prowadzi także sposób naliczania przez strony opłaty z tytułu wsparcia działań marketingowych. Po pierwsze, została ona uznana za niedozwoloną, a Sady *meriti* prawomocnie zasądziły jej zwrot na rzecz powoda. Po drugie, mechanizm naliczania pobieranej od pozwanego opłaty w żaden sposób nie wpływał na uzyskiwany w ramach współpracy stron obrót, a jedynie wskazywał, że jego część miała być przeznaczona na opłatę z tytułu wsparcia działań marketingowych.

Sytuacji takiej nie można zatem identyfikować ze współpracą mającą charakter jednorazowy czy sporadyczny, dotyczącą niewielkich kwot, z kontrahentem nie generującym większego obrotu. Nie można się także zgodzić, że osiąganie przez powoda zysku w relacjach handlowych z pozwanym, czy intensyfikacja wymiany handlowej między stronami, nie ma znaczenia dla oceny charakteru premii rocznych, skoro wskazuje na faktyczne ukształtowanie relacji handlowej między stronami, bez rażącego uprzywilejowania pozwanego. Nie przekonuje również teza, że o niedozwolonym charakterze premii rocznej ma świadczyć to, że w umowie pozwany nie zobowiązywał się do zakupu określonej ilości towaru ani nie gwarantował kontynuacji współpracy, co nie pozwalało powodowi skalkulować oszczędności pośrednich. Dotyczy to także roku 2009 r., w którym przedłużające się negocjacje wpłynęły na pobieranie przez pozwanego zaliczek na poczet premii. Istota przyjętych w umowie rozwiązań oraz rynku na którym działały strony, w którym sfinalizowanie sprzedaży jest uzależnione od klientów detalicznych, wykluczała tego rodzaju postanowienia. Powód nie wykazał natomiast by premia od obrotu była w praktyce rynkowej stosowana tylko wtedy, gdy odbiorca towaru zobowiązuje się do zrealizowania obrotu na określoną kwotę uprawniającą go do skorzystania z rabatu.

Powszechną praktyką rynkową jest udzielanie rabatów kontrahentom, którzy dokonują większych zakupów. W sprawie nie ustalono, by poziomy ustalonych rabatów od obrotów były niestosowane w uczciwym obrocie jako mechanizm

obniżenia ceny dla kontrahenta pozostającego w stałej współpracy gospodarczej, w tym także w zakresie pierwszego progu 5% od 250 000 zł. Ponadto nabywca nie był zobowiązany do zakupu towarów o określonej wartości, nie było więc formalnych podstaw do obniżenia ceny w dacie zawarcia umowy od razu o 5%, przed osiągnięciem poziomu obrotów, który uzasadniał zastosowanie rabatu.

O niedozwolonym charakterze premii - wbrew stanowisku skarżącego – nie decydował także fakt, że skala obrotu była uzależniona od popytu po stronie klientów detalicznych sieci L.. Pozwany nie nabywał bowiem towarów na swoje potrzeby lecz wyłącznie w celu ich dalszej odsprzedaży w swojej sieci sklepów. Gwarantowanie powodowi określonego poziomu obrotów niezależnie od zapotrzebowania na towary powoda klientów detalicznych, byłoby działaniem na niekorzyść pozwanego narażającym go na potencjalne straty.

Przepisów o nieuczciwej konkurencji nie można używać jako instrumentu zmierzającego do regulowania *ex post* ceny i doprowadzanie w ten sposób do zmiany proporcji zysków. Strony w ramach swobody umów ustaliły warunki, w jakich miało realizować się prawo kupującego do obniżenia ceny, a powód nie wykazał, że premię roczną ustalono na nieadekwatnym do warunków rynkowych poziomie w przypadku podobnych umów dotyczących takich samych towarów. Nie zachodzą zatem podstawy do udzielenia powodowi ochrony z perspektywy aksjologii art. 15 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 1 u.z.n.k., w sprawie nie wykazano bowiem by pozwany pobierając premie roczne nieuczciwie utrudniał dostęp do rynku.

W konsekwencji zarzuty naruszenia art. 65 § 2 w zw. z art. 536 § 1 k.c. w zw. z art. 353¹ k.c. oraz art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. i art. 3 ust. 1 u.z.n.k. były bezzasadne.

Skarga kasacyjna pozwanego zasługiwała na uwzględnienie.

Powód przed Sądem pierwszej instancji kilkakrotnie modyfikował powództwo. Ostatecznie w piśmie procesowym z 7 lutego 2017 r. (k. 1518-1523) rozszerzył powództwo w ten sposób, że wniósł o zasądzenie od pozwanego kwoty 2 601 812,61 zł z ustawowymi odsetkami za opóźnienie od 8 lutego 2017 r. Z tytułu premii pieniężnej (rabatu) dochodził kwoty 2 135 429,60 zł z ustawowymi odsetkami za opóźnienie od 8 lutego 2017 r., na którą składały się: kwota 1 817 798, 10 zł tytułem premii należnych za okres od 2011 do 11 maja 2015 r., kwota 55 669,36 zł tytułem premii należnych za okres od 12 maja 2015 r. do 31 stycznia 2017 r. oraz kwota

261 962, 14 zł tytułem kapitalizacji odsetek od kwoty 1 817 798, 10 zł należnych tytułem premii na 7 lutego 2017 r.

Ponadto na dochodzoną pozwem kwotę składały się następujące kwoty: 70 049, 27 zł (upusty na zatowarowanie nowo otwartych sklepów), 3008, 54 zł (upusty na zatowarowanie nowych towarów), 8713,37 zł (rabaty na towary przekazane na ekspozycje), 319 912, 38 zł + 7613, 87 zł (opłaty z tytułu wsparcia działań marketingowych) oraz 57 785,58 zł (skapitalizowane odsetki od tych kwot). Zaznaczenia przy tym wymaga, że tytułem skapitalizowanych odsetek za opóźnienie od kwoty 2 218 761,66 zł (obejmującej wszystkie należności dochodzone pozwem) powód łącznie domagał się kwoty 319 747, 72 zł, w tym kwoty 147 837, 73 zł za okres od 3 marca 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. oraz kwoty 171 909, 99 zł za okres od 1 stycznia 2016 r. do 7 lutego 2016 r. (k. 1520).

Sąd Apelacyjny przyjął, że roszczenie dochodzone pozwem w zakresie w jakim dotyczy zwrotu premii pieniężnej (rabatu) jest w całości bezzasadne, co skutkowało zmianą zaskarżonego wyroku i oddaleniem powództwa co do kwoty 1 817 798, 10 zł z ustawowymi odsetkami za opóźnienie od 8 lutego 2017 r. (punkt I a), obciążenia stron kosztami procesu za pierwszą instancję stosownie do wyniku sporu (punkt I b), oddalenia apelacji pozwanego w pozostałej części (punkt II) oraz zasądzenia od powoda na rzecz pozwanego kwoty 74 500 zł tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego (punkt III).

Sąd Apelacyjny wydając rozstrzygnięcie takiej treści pominął jednak, że z tytułu premii powód dochodził nie tylko kwoty 1 817 798, 10 zł należnej za okres od 2011 do 11 maja 2015 r., ale także kwoty 55 669,36 zł należnej za okres od 12 maja 2015 r. do 31 stycznia 2017 r. (rozszerzenie powództwa k. 1520), a także kwoty 261 962, 14 zł tytułem skapitalizowanych odsetek od kwoty 1 817 798, 10 zł naliczonych na 7 lutego 2017 r. Łącznie zatem domagał się z tego tytułu kwoty 2 135 429,60 zł z ustawowymi odsetkami za opóźnienie od 8 lutego 2017 r., a nie jedynie kwoty 1 817 798, 10 zł z ustawowymi odsetkami za opóźnienie od 8 lutego 2017 r., jak by to wynikało z sentencji zaskarżonego rozstrzygnięcia (punkt I a).

Oznacza to, że co do kwoty 317 631, 50 zł apelacja błędnie nie została uwzględniona, skoro na kwotę dochodzoną pozwem złożyła się kwota premii na dalszy okres (55 669,36 zł) oraz skapitalizowane odsetki od premii (261 962, 14 zł).

Przyznał to Sąd Apelacyjny w motywach zaskarżonego wyroku wskazując, że znajdują się w nim błędy rachunkowe, które z uwagi na merytoryczny charakter nie mogą być wyeliminowane przez sprostowanie. Wskazał, że błędnie przyjął, iż z tytułu zwrotu premii powód dochodził kwoty 1 817 798, 10 zł, a nie 1 873 467,46 zł (1 817 798, 10 zł + 55 669,36 zł). Wadliwie także rozstrzygnął o skapitalizowanych odsetkach. Należały się one bowiem powodowi jedynie w kwocie 57 785,58 zł, a nie w kwocie 319 747, 72 zł (319 747, 72 zł - 57 785,58 zł), pominąć bowiem należało skapitalizowane odsetki od premii rocznej, co do której powództwo uznał za bezzasadne.

Z przytoczonych względów – wobec orzeczenia co do części żądania zasądzenia premii pieniężnej i odsetek od premii w sposób nieuzasadniony poczynionymi przez Sąd Apelacyjny ustaleniami i rozważaniami prawnymi - zarzuty naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zw. z art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. zasługiwały na uwzględnienie.

Wobec złożenia przez pozwanego wniosku o wydanie orzeczenia restytucyjnego, do którego powód się nie odniósł, Sąd Najwyższy uznał za celowe uchylenie wyroku w zaskarżonej części i przekazanie sprawy w tym zakresie Sądowi Apelacyjnemu do ponownego rozpoznania, pozostawiając temu Sądowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania za obie instancje oraz kosztach postępowania kasacyjnego. Rzeczą Sądu Apelacyjnego będzie zatem przy ponownym rozpoznaniu sprawy rozstrzygnięcie także o roszczeniu restytucyjnym (art. 415 w zw. z art. 398¹⁵ § 1 k.p.c.).

Uchyleniem objęto jedynie punkt II zaskarżonego wyroku, w którym apelacja pozwanego została oddalona w pozostałej części, a także punkt I b i III rozstrzygający o kosztach postępowania za obie instancje, a nie - jak o to wnioskował pozwany - także punkt I a. Obejmuje on bowiem korzystne dla skarżącego rozstrzygnięcie o uwzględnieniu jego apelacji co do kwoty 1 817 798, 10 zł z ustawowymi odsetkami za opóźnienie liczonymi od 8 lutego 2017 r., a nie zawiera - jak przyjmuje skarżący - uwzględnienia powództwa co do objętej zaskarżeniem kwoty. Powództwo w tym zakresie uwzględnił Sąd Okręgowy, a Sąd Apelacyjny oddalił, co do tej kwoty apelację. Kwestionowane przez skarżącego rozstrzygnięcie o nie oddaleniu

powództwa także co do kwoty 317 631, 50 zł mieści się zatem w punkcie II zaskarżonego orzeczenia, w którym oddalono jego apelację w pozostałej części. Punkt I a zaskarżonego orzeczenia zawiera wyłącznie orzeczenie o uwzględnieniu apelacji pozwanego przez oddalenie powództwa co do kwoty 1 817 798,10 zł i jako taki może być wyłącznie zaskarżony przez powoda, którego powództwo w tym zakresie zostało oddalone. Powód z tego uprawnienia skorzystał zaskarżając wyrok Sądu Apelacyjnego w punkcie I oraz III jednak – z przyczyn wyżej podniesionych - jego skarga nie zasługiwała na uwzględnienie. Przesądzało to także o zasadności skargi pozwanego dotyczącej części żądania zasądzenia premii rocznej i odsetek od premii.

Z przytoczonych względów, na podstawie art. 398¹⁵ § 1 w zw. z art. 415 k.p.c. Sąd Najwyższy uwzględnił skargę kasacyjną pozwanego, a na podstawie art. 398¹⁴ k.p.c., oddalił skargę kasacyjną powoda, orzeczenie o kosztach postępowania kasacyjnego pozostawiając Sądowi Apelacyjnemu w orzeczeniu końcowym (art. 108 § 2 i 391 § 1 i 398²¹ k.p.c.).

[SOP]

[ł.n]