



Sygn. akt I CSK 319/15

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 29 kwietnia 2016 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Józef Frąckowiak (przewodniczący)
SSN Marta Romańska
SSN Krzysztof Strzelczyk (sprawozdawca)

Protokolant Justyna Kosińska

w sprawie z powództwa R. sp. z o.o. w O.
przeciwko M. S.A. w W.
o zapłatę,
po rozpoznaniu na rozprawie w Izbie Cywilnej w dniu 29 kwietnia 2016 r.,
skargi kasacyjnej strony pozwanej
od wyroku Sądu Apelacyjnego
z dnia 21 listopada 2014 r.,

**uchyla zaskarżony wyrok w części oddalającej apelację
pozwanej od wyroku Sądu Okręgowego w W. z dnia
9 grudnia 2013 r., uwzględniającego powództwo o zasądzenie
kwoty 547.178,81 (pięćset czterdzieści siedem tysięcy sto
siedemdziesiąt osiem złotych i 81/100) złotych z odsetkami
ustawowymi od dnia 7 kwietnia 2011 r do dnia zapłaty (pkt 1) oraz
w części rozstrzygającej o kosztach postępowania apelacyjnego**

(pkt 2) i w tym zakresie przekazuje sprawę do ponownego rozpoznania Sądowi Apelacyjnemu, pozostawiając temu Sądowi rozstrzygnięcie o kosztach postępowania kasacyjnego.

UZASADNIENIE

Wyrokiem z dnia 9 grudnia 2013 r. Sąd Okręgowy w W. uwzględniając powództwo „R.” Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w O. oparte na treści art. 15 ust. 1 pkt 4 oraz art. 18 ust. 1 pkt 5 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, jako u.z.n.k.) zasądził od pozwanej M. Spółki Akcyjnej kwotę 2.146.181,86 złotych wraz z odsetkami ustawowymi.

Sąd Okręgowy ustalił, że strony łączyła umowa o współpracę handlową z 8 marca 2007 r., wraz z załącznikami i aneksami, której przedmiotem była regulacja zasady szeroko rozumianej współpracy handlowej w zakresie dostaw towarów realizowanych przez powoda do placówek lub magazynu pozwanego. W załączniku nr 1.1 do umowy strony zdefiniowały między innymi pojęcie rabatu potransakcyjnego, usług w ramach budżetu promocyjnego, usług reklamowych. W załączniku 1.4 dostawca zlecił pozwanemu wykonywanie usług wskazanych w tym załączniku oraz do udzielania rabatów na zasadach i w wysokościach w nim określonych. Początkowo rabat potransakcyjny był rabatem przyznawanym przez powoda w wysokości określonej kwoty lub procentu od wartości każdej konkretnej dostawy towarów zrealizowanych w danym okresie. Od dnia 1 stycznia 2008 r. był to rabat w wysokości 8% udzielany przez powoda za dany okres w wysokości wynikającej z przemnożenia ustalonego procentu przez obrót realizowany w tym okresie. Rozliczenie następowało na podstawie noty obciążeniowej, przy czym strony przyjmowały miesięczny okres rozliczeniowy. W sytuacji, gdy powód dostarczał pozwanemu więcej towarów, to udzielany rabat był większy. Strony kontynuowały współpracę w oparciu o kolejną umowę z dnia 14 listopada 2008 r. a zgodnie z załącznikiem nr 1.4 do tej umowy rabat potransakcyjny wzrósł do 8,6% od obrotu w – w miesięcznym okresie rozliczeniowym.

Pozwany obciążył powoda należnościami z faktur oraz not obciążeniowych wystawionych w okresie od 30 czerwca 2008 r. do dnia 31 grudnia 2010 r. z tytułu usług promocyjnych, usług zarządzania budżetem marketingowy, usług M. L., usług transportowych, usług adaptacji projektu graficznego oraz z tytułu rabatu potransakcyjnego na łączną kwotę 2.146.181,86 złotych.

Sąd Rejonowy uwzględniając w znacznej części powództwo określone na kwotę 2.163.523,87 złotych uznał, że pobrane opłaty nie stanowiły ekwiwalentu jakichkolwiek usług wykonywanych przez pozwanego a w zakresie rabatu potransakcyjnego wskazał, że z umownej definicji wynika, iż był to rabat przyznawany pozwanemu przez powoda związany z wysokością obrotu osiągniętego między stronami, a co za tym idzie z dokonywaniem przez stronę pozwaną zamówień na towary strony powodowej, o których rozmiarach, jak wynika z ustaleń niniejszej sprawy decydował pozwany. Sąd zgodził się z twierdzeniami strony powodowej, iż była to narzucona przez pozwanego dodatkowa opłata, inna niż marża handlowa – za przyjęcie towaru do sprzedaży, o której mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Sąd Apelacyjny wyrokiem z dnia 21 listopada 2014 r. oddalił w całości apelację pozwanego wniesioną od wyroku Sądu pierwszej instancji. W zakresie rabatu potransakcyjnego wskazał, że był on związany z wysokością obrotu, a w konsekwencji z dokonywaniem przez pozwanego zamówień na towary pozwanego. Pozwany nie przedstawił argumentów świadczących o podejmowaniu działań zmierzających do zwiększenia satysfakcji konsumenta a w konsekwencji efektywnej sprzedaży.

Pozwana spółka wniosła skargę kasacyjną od wyroku Sądu Apelacyjnego jedynie w zakresie nieuwzględnienia jej apelacji od wyroku Sądu pierwszej instancji zasądzającego kwotę 547.179,81 złotych z tytułu nienależnie pobranych rabatów potransakcyjnych. Zarzuciła w niej naruszenie przepisów postępowania tj. art. 328 § 2 k.p.c. w związku z art. 391 § 2 oraz 378 § 1 k.p.c. Pozostałe zarzuty skoncentrowały się na naruszeniu przepisów prawa materialnego tj. art. 65 § 1 i 2, 536 § 1 k.c. oraz art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Na tych podstawach pozwana wniosła o uchylenie wyroku w zaskarżonej części i przekazanie w tym zakresie sprawy Sądowi Apelacyjnemu do ponownego rozpoznania ewentualnie o uchylenie wyroku w zaskarżonej części i zmianę wyroku Sądu pierwszej przez oddalenie powództwa w tej części. Jednocześnie pozwana spółka wniosła o orzeczenie o częściowym zwrocie spełnionego przez pozwanego świadczenia w kwocie 547.179,81 złotych wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 7 kwietnia 2011 r.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Artykuł 328 § 2 k.p.c. może stanowić usprawiedliwioną podstawę kasacyjną w tych wyjątkowych wypadkach, gdy uzasadnienie wyroku sądu drugiej instancji zawiera tak kardynalne braki, że uniemożliwiają odtworzenie i skontrolowanie sposobu rozumowania sądu, które doprowadziło do ujętego w sentencji rozstrzygnięcia sprawy (por. np. wyroki Sądu Najwyższego z dnia 11 maja 2000 r., I CKN 272/00, niepubl., z dnia 14 listopada 2000 r., V CKN 1211/00, niepubl., lub z dnia 18 lutego 2005 r. V CK 469/04, BSN „Izba Cywilna” 2005/12/59). Tylko bowiem wówczas stwierdzone wady mogą mieć wpływ na wynik sprawy. Do tak kwalifikowanego uchybienia nie doszło. W pisemnych motywach zaskarżonego orzeczenia Sąd Apelacyjny dokonał ustaleń treści uzgodnień dotyczących rabatu oraz odniósł się do zarzutów apelacyjnych pozwanego, a błędne zinterpretowanie umowy stron w tym zakresie i dokonanie niewłaściwej subsumpcji można zarzucać na innej podstawie prawnej.

Zgodnie z art. 15 ust. 1 u.z.n.k. czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku. Jednym z takich przykładowo opisanych w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. zachowań jest pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Istotna z punktu widzenia stosowania powołanego przepisu jest zatem wykładnia zakresu zawartego w nim pojęcia „innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży”. Sama ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie zawiera definicji „marży handlowej”. Przed przystąpieniem do analizy tego zagadnienia na gruncie stanu faktycznego sprawy, którym Sąd Kasacyjny jest związany (art. 398¹³ § 2 k.p.c.), niezbędne jest zwrócenie uwagi, że Sąd drugiej instancji kwalifikując rabat posprzedażowy jako niedozwoloną opłatę w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. uznał za wystarczające stwierdzenie na podstawie umowy stron, że rabat ten był związany z wysokością obrotu, a w konsekwencji z dokonywaniem przez pozwanego zamówień na towary powoda, przy braku wykazania, że pozwany podejmował działania zmierzające od zwiększenia satysfakcji konsumenta a w konsekwencji efektywnej sprzedaży. W tych okolicznościach uwzględniając, że akceptacja tego rabatu dla pozwanego przez powoda stanowiła istotny warunek nawiązania współpracy i swoiste wynagrodzenie za sprzedaż produktów

dostarczonych przez powoda Sąd Apelacyjny uznał, że rabat nie miał ekonomicznego, ani prawnego uzasadnienia i był świadczeniem nieekwiwalentnym.

W związku z tą oceną słusznie zarzuca się w skardze kasacyjnej naruszenie art. 65 § 1 i 2 k.c. przez przyjęcie, że rabaty potransakcyjne były należne za wykonanie przez pozwanego określonych usług (zależały od wykonania przez pozwanego określonych aktywności na rzecz powoda, które nie zostały wykonane). Sąd Apelacyjny nie odwołując się do żadnego konkretnego postanowienia umowy, oczekiwał od pozwanego podejmowania działań „zmierzających do zwiększenia satysfakcji konsumenta a w konsekwencji efektywnej sprzedaży” i tylko z tej przyczyny przyjął brak ekwiwalentności świadczeń stron umowy. Wobec braku uzasadnionych - jak dotychczas - podstaw do przyjęcia w tym zakresie dodatkowych zobowiązań po stronie pozwanej, kwestię ekwiwalentności świadczeń należy zatem rozważać jedynie na gruncie zasadniczych świadczeń wynikających z umowy sprzedaży (podobnie dostawy) przewidującej odpłatne przeniesienie prawa własności rzeczy ze sprzedawcy na kupującego. Wartość świadczenia sprzedawcy (dostawcy) w postaci przedmiotu sprzedaży powinna w zasadzie, o czym mowa niżej, odpowiadać wartości świadczenia kupującego, wyrażającego się ceną (zob. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24 lutego 2016 r. I CSK 824/14 niepubl.).

Według dominującego w orzecznictwie Sądu Najwyższego stanowiska rabat posprzedażowy, czy też premia pieniężną liczona od obrotu uznawane są za mechanizmy kształtujące cenę a zatem uchylające się spod kwalifikacji jako opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży. Pogląd taki został wypowiedziany m.in. w wyrokach: z dnia 20 lutego 2014 r. I CSK 236/13; z dnia 6 czerwca 2014 r., III CSK 228/13; z dnia 17 kwietnia 2015 r. I CSK 136/14; (niepubl.). W tych wyrokach a później w uchwale z dnia 18 listopada 2015 r., III CZP 73/15 (niepubl.) Sąd Najwyższy przyjął, że „zbywanie większej ilości towaru po niższej cenie nie stanowi działań sugerujących naruszenie reguł konkurencji”, a zastosowania rabatu (premii) liczonego od obrotu czy też wartości sprzedaży w oznaczonym przedziale czasowym prowadzi do obniżenia ceny jednostkowej towaru i w konsekwencji wzrostu marży jaką uzyskuje nabywca towaru i sieć. Skutkiem jest zaś obniżenie przez dostawcę ceny dostarczanych towarów. Można też wskazać na uchwałę

składu siedmiu sędziów Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 25 czerwca 2012 r., I FPS 2/12 (ONSAiWSA 2013 /6/85), w której wypowiedziano pogląd, że wypłata kontrahentowi premii pieniężnej z tytułu osiągnięcia określonej wielkości sprzedaży lub terminowości regulowania należności stanowi rabat w rozumieniu art. 29 ust. 4 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług, zmniejszający podstawę opodatkowania. Dokonując oceny prawnej premii i rabatu, Naczelny Sąd Administracyjny zwrócił uwagę, że tak rabaty jak i premie pieniężne kształtują cenę, za którą dostawca sprzedaje towar, ich gospodarczy rezultat jest więc tożsamy. Jakkolwiek powołana uchwała została podjęta w celu rozstrzygnięcia wątpliwości natury podatkowej, przydatność wykładni dokonanej w uchwale oraz w kolejnych, tworzących już ugruntowaną linię orzeczniczą, wyrokach Naczelnego Sądu Administracyjnego (por. m.in. wyroki NSA z dnia 30 stycznia 2013 r. I FSK 481/12, z dnia 14 stycznia 2014 r. I FSK 124/13), dla cywilnoprawnej kwalifikacji tych „opłat” na gruncie art. 15 ust.1 pkt 4 u.z.n.k. nie powinna budzić wątpliwości. Wykładnia ta wyjaśnia bowiem, że premia pieniężna liczona od obrotu wpływa na cenę, nie jest powiązana z żadnym świadczeniem wzajemnym ze strony otrzymującego ją podmiotu, nie stanowi wynagrodzenia za usługę, stąd też brak jest potrzeby badania ekwiwalentności świadczeń. Potrzebę badania ekwiwalentności świadczeń orzecznictwo wypracowało dla praktyk, a w każdym razie dla sytuacji, w których można dostrzec wzajemne korzyści stron wynikające ze stosowania postanowień umowy dotyczących różnych opłat uzgadnianych niejako obok umowy sprzedaży. W rezultacie można stwierdzić, że jeżeli takich pojęć jak rabat, upust, premia pieniężna, nagroda umowa nie wiąże z żadnym wymiernym świadczeniem ze strony odbiorcy, ale wiąże z osiągnięciem oznaczonego poziomu obrotów czy też osiągnięciem określonej wielkości czy wartości sprzedaży w oznaczonym przedziale czasowym, to ich realizacja (udzielenie upustu, rabatu itp.) 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 zastrzeżenie 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.

Sąd Najwyższy w wymienionej uchwale podkreślił też, że zasada swobody umów wyrażona w art. 353¹ k.c. nie daje podstaw do konstruowania roszczenia o zobowiązanie drugiej strony do zawarcia umowy sprzedaży na określonych przez siebie warunkach tylko z powodu różnicy zdań co do ceny. Spór co do ceny, zwykle powstający po ustaniu, często wieloletniej, współpracy, nie może przekształcić uzgodnionych rabatów w niedozwoloną opłatę. Gdyby jednak taki sposób ustalania ceny (ostatecznej) rodził wątpliwość, w szczególności co do ekwiwalentności świadczeń (art. 487 § 2 k.c.), to nawet przy założeniu, że nie chodzi tu o subiektywnie ujmowaną ekwiwalentność świadczeń, ale uzasadnione oczekiwanie stron, że z wymiany świadczeń odniosą korzyść, brak byłoby podstaw do oceny takich postanowień umownych w płaszczyźnie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Z zasady swobody umów wynika bowiem przyzwolenie na faktyczną nierówność stron, która może się jednak wyrażać nieekwiwalentnością ich wzajemnej sytuacji prawnej. Nieekwiwalentność ta, stanowiąc wyraz woli stron, nie wymaga, co do zasady, wystąpienia okoliczności, które by ją usprawiedliwiały.

Jak przyjął Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 24 czerwca 2014 r. (sygn. akt I CSK 431/13, niepubl.) zasada swobody kontraktowania pozwala na to, by strony, które zamierzają przez dłuższy czas pozostawać w stosunkach handlowych umówiły się co do tego, w jaki sposób kształtowana będzie treść przyszłych, szczegółowych umów zawieranych między nimi, w tym także, by określiły zasady kształtowania cen w przyszłych umowach sprzedaży. Nie można wobec wykluczyć takiego sposobu określenia pobierania rabatu, który uwzględnia możliwość jego pobrania w zależności od zrealizowania określonego poziomu dostaw towaru przez sprzedającego.

W niniejszej sprawie Sady meriti nie poczyniły ustaleń koniecznych do właściwej charakterystyki rabatu nazwanego przez strony „potransakcyjnym” i do oceny ekonomicznych mechanizmów jego rozliczania, chociaż od tego zależy możliwość przypisania mu cech dodatkowej opłaty warunkującej przyjęcie towaru

do sprzedaży w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Dla takiej kwalifikacji nie jest wystarczające stwierdzenie, że strony umowy się o „rabat potransakcyjny”, przyznawany przez powoda w wysokości określonej kwoty lub procentu od wartości konkretnej dostawy towarów zrealizowanej w danym okresie, przy czym gdy powód dostarczał pozwanemu więcej towarów, to udzielany rabat był większy.

Słusznie wobec tego kwestionuje się nieuwzględnienie treści art. 536 k.c. oraz założenie przyjęte przez Sąd drugiej instancji, że już samo umowne zastrzeżenia dla nabywcy towarów korzyści cenowej, zależnej od wielkości obrotu, określonej przez strony jako „bonus od obrotu”, stanowi inną niż marża handlowa opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży, utrudniającą drugiej stronie dostęp do rynku. Oceny tej nie zmienia eksponowana przez Sądy *meriti* okoliczność, że o rozmiarach zamówień decydował pozwany.

W prezentowanym też w judykaturze stanowisku traktującym rabat posprzedażowy jako opłatę niedozwoloną w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. (zob. m. in. wyroki z dnia 12 czerwca 2008 r. III CSK 23/08 (OSNC-ZD 2009/1/14), z dnia 23 października 2014 r. I CSK 597/13 (Glosa 2015/2/80-89) i I CSK 615/13 oraz z dnia 16 stycznia 2015 r. III CSK 244/14 (nie publ.) decydującą rolę odgrywały inne, szczególne okoliczności kształtujące faktyczną sytuację handlową stron, w jakich dochodziło do umieszczenia w umowie zastrzeżenia rabatu (premii) od obrotu i nie poprzestawano na ocenie samego porozumienia odnośnie rabatu potransakcyjnego.

Przyjęcie, że rabaty mieszczą się, co do zasady, poza katalogiem opłat objętych zakresem art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie oznacza bowiem generalnego ich wyłączenia spod kontroli sądu również na gruncie tego przepisu. W orzecznictwie i literaturze wyrażony jest pogląd o dopuszczalności badania, czy w ustalonej marży nie mieści się ukryta, niedozwolona „opłata półkowa”, a więc czy rabat nie jest jednak inną niż marża handlowa opłatą. Może to mieć miejsce jeżeli wysokość marży istotnie odbiega na niekorzyść dostawcy od marż pobieranych w przypadku podobnych umów dotyczących takich samych towarów, jeżeli marże te są w miarę jednolite, a także wówczas, gdy strony nie ustalą warunków, w jakich realizuje się prawo kupującego do obniżenia ceny czy też nie ustalą wysokości zmniejszenia

ceny pozostawiając to jednostronnej decyzji kupującego. Takie okoliczności mogą wskazywać, że zastrzeżenie rabatu było pozorne. Ustalenie istnienia takiej zakamuflowanej opłaty prowadziłoby do poczytania rabatu za opłatę niedozwoloną w rozumieniu powołanego przepisu. Tak więc nie budzi wątpliwości, że w razie sporu o charakter opłaty innej niż marża, każdy przypadek wymaga oddzielnej analizy, a końcowe wnioskowanie zależy w równym stopniu tak od treści umowy, jak i sposobu jej wykonywania, a więc okoliczności faktycznych sprawy (tak Sąd Najwyższy w wymienionym wyroku z dnia 24 czerwca 2014 r.).

W wyroku z dnia z dnia 17 grudnia 2015 r. I CSK 1061/14, (niepubl.) Sąd Najwyższy wskazał, że jeżeli dochodzi do zastrzegania w umowach o współpracy tzw. premii pieniężnej, która mogłaby obciążyć finansowo dostawcę towarów, to dla ewentualnego przyjęcia po stronie współpracującego z dostawcą kupującego czynu deliktu nieuczciwej konkurencji należałoby wyjaśnić dwa elementy. Po pierwsze, czy zastrzeżenie także nie stanowi deliktu utrudnienia przedsiębiorcy (dostawcy) dostępu do rynku towarowego w rozumieniu art. 15 ust. 1 u.z.n.k. Po drugie, czy pojawia się tu nieuczciwy charakter takiego utrudnienia, tj. sprzeczny z dobrymi obyczajami (art. 15 ust. 1 i ust. 3 u.z.n.k.). W wyroku Sądu Najwyższego z dnia 12 czerwca 2008 r., III CSK 23/08 (OSNC - ZD 2009, nr 1, poz. 14) wyjaśniono, że dla przyjmowania czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie ma decydującego znaczenia sama prawna skuteczność odpowiednich postanowień dotyczących tzw. opłat dodatkowych (w tych też na pewno tzw. premii pieniężnych) jeżeli uzyskana przez kupującego opłata oznacza jednocześnie pobieranie od dostawcy innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży w rozumieniu tego przepisu.

Z przedstawionych rozważań wynika, że Sąd Apelacyjny bezpodstawnie, a co najmniej przedwcześnie stwierdził, iż przewidziana w umowach handlowych premia pieniężna obciążająca stronę powodową kwalifikuje się jako opłata inna niż marża handlowa. W konsekwencji doszło do naruszenia wskazanych wyżej przepisów prawa materialnego w tym art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. i dlatego Sąd Najwyższy na podstawie art. 398¹⁵ § 1 k.p.c. uchylił wyrok Sądu drugiej instancji w zaskarżonej części i w tym zakresie przekazał sprawę temu Sądowi do ponownego rozpoznania.

kc

aj