



Sygn. akt I CSK 481/16

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 21 kwietnia 2017 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Dariusz Dończyk (przewodniczący)

SSN Józef Frąckowiak (sprawozdawca)

SSN Anna Kozłowska

Protokolant Ewa Krentzel

w sprawie z powództwa J. spółki jawnej w K.

przeciwko C. spółce z o.o. w W.

o zapłatę,

po rozpoznaniu na rozprawie w Izbie Cywilnej w dniu 21 kwietnia 2017 r.,

skargi kasacyjnej strony pozwanej

od wyroku Sądu Apelacyjnego

z dnia 12 lutego 2016 r., sygn. akt I ACa (...),

**oddala skargę kasacyjną i zasądza od strony pozwanej na
rzecz strony powodowej kwotę 10800 (dziesięć tysięcy osiemset)
zł tytułem zwrotu kosztów postępowania kasacyjnego.**

UZASADNIENIE

Zaskarżonym przez pozwaną C. sp. z o.o. wyrokiem z dnia 12 lutego 2016 r. Sąd Apelacyjny oddalił apelację pozwanej od wyroku Sądu Okręgowego w W. z dnia 27 listopada 2014 r. W sprawie tej ustalono, co następuje:

W ramach prowadzonej działalności gospodarczej powódka J. spółka jawna w z siedzibą P. dostarczała towary, które pozwana nabywała na podstawie umów o współpracy z dnia: 2 stycznia 2007 r., 1 stycznia 2008 r. oraz 2 stycznia 2009 r. w celu dalszej sprzedaży tych towarów w ramach sieci własnych sklepów. Umowy te między innymi dotyczyły usług marketingowych, reklamowych, trade marketing oraz „u.”. Usługa bonus polegała na tym, że dodatkowe wynagrodzenie było uzależnione od wielkości obrotów. Przy wartości transakcji przekraczającej określony próg „u.” wynosiła początkowo 4,65% wartości całego obrotu. W ostatniej umowie przy obrotach przenoszących 600 000 zł wynosiło zaś 5,75% wartości obrotów. Rozliczenia tej usługi następowały przez potrącenie z należnościami powódki za dalsze dostawy realizowane w kolejnych okresach i na podstawie faktur wystawianych przez pozwaną. Wspomniane umowy przewidywały również wysokość oraz sposób rozliczenia stawki wynagrodzenia pobieranego przez pozwaną za usługi marketingowe, reklamowe i trade marketing'u. W okresie obowiązywania powołanych umów pozwana obciążyła powódkę należnościami za wspomniane usługi w kwocie 351 546,90 zł. Po przeanalizowaniu materiału dowodowego zaoferowanego przez strony ustalono, że takie usługi nie były wykonywane ponad standardowe czynności związane z prezentacją w sklepach towarów nabytych przez pozwaną od powódki. Wierzytelności z tego tytułu w całości zostały potrącone przez stronę pozwaną z wzajemnymi należnościami powódki za dostawę kolejnych partii towarów. Ponadto ustalono, że powódka nie miała możliwości negocjowania w tym zakresie umów. Nie miała wpływu na wartość usług marketingowych, reklamowych i trade marketing, jak również na wysokość „u.”, z których nie mogła zrezygnować. Kontynuowała jednak dostawy na zamówienia pozwanej.

Pismem z dnia 14 kwietnia 2010 r. powódka wezwała pozwaną do zapłaty kwoty 352 164,22 zł w nieprzekraczalnym terminie do 5 dni tytułem bezpodstawnych korzyści uzyskanych z opłat za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów pozwanej. Pozwana nie zapłaciła żądanej kwoty, wobec tego powódka wystąpiła z pozwem.

Wyrokiem z dnia 27 listopada 2014 r. Sąd Okręgowy zasądził od pozwanej na rzecz powódki kwotę 351 546,90 zł, która odpowiadała wartości usług opisanych

w pozwie, z ustawowymi odsetkami od dnia 21 października 2010 r. do dnia zapłaty.

Oddalając apelację pozwanej, Sąd Apelacyjny stwierdził, że okoliczności związane z pobieraniem przez pozwaną opłat za usługi określone w umowach łączących strony - w tym „u.” ich wysokości, jak też ich rozliczanie między stronami zostały prawidłowo ustalone przez Sąd pierwszej instancji.

Zdaniem Sądu drugiej instancji, prawidłowo również Sąd Okręgowy ustalił, że żadne usługi, które zgodnie z umową miały być świadczone przez pozwaną na rzecz powódki, nie były wykonywane. Z dowodów przedstawionych przez strony nie można, bowiem wyprowadzić wniosków przeciwnych. Pozwana nie zrealizowała ciężaru dowodu na okoliczność świadczenia na rzecz powódki ekwiwalentnych usług, za które zgodnie z prawem mogłaby pobierać wynagrodzenie, gdyż nie przedstawiła konkretnego i adekwatnego materiału dowodowego potwierdzającego świadczenie usług określonych w umowie, których zakresy nie zostały skonkretyzowane i w znacznej części nakładały się one na siebie. Nie sposób, więc było na podstawie ich treści określić wymiar zobowiązań pozwanej oraz wysokości ekwiwalentnego wynagrodzenia. Usługi, które miały mieć postać ekwiwalentną, zasadnie zostały, wobec tego uznane przez Sąd Okręgowy za opłaty za przyjęcie towarów powódki do sprzedaży w sieci sklepów pozwanej. Według Sądu drugiej instancji, zebrany w sprawie materiał dowodowy nie uzasadniał ponadto jednoznacznego przyjęcia, że powódka mogła zrezygnować z postanowień dotyczących premii zamieszczonych w umowach łączących strony.

Sąd Apelacyjny szeroko rozważył konstrukcję bonusu, którymi pozwana obciążała powódkę proporcjonalnie do obrotu uzyskiwanego przez strony w okresie istotnym dla sprawy. Uznał, że prawna konstrukcja bonusu potransakcyjnego nie została uzgodniona przez obie strony i nie była realizowana w okresie istotnym dla sprawy. Uzyskany został tylko efekt zbliżony w sensie ekonomicznym, który nie mógł zostać uznany za upust w zakresie ceny, czyli bonus w prawnym znaczeniu. Bonusy naliczane przez pozwaną musiały, więc zostać uznane za inne niż marża opłaty za przyjęcie towarów do sprzedaży prowadzonej przez pozwaną.

W sytuacji, w której zostało wykazane, że zostały narzucone wbrew dobrym obyczajom w rozumieniu przyjętym w art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji („u.z.n.k.”), jak też, że utrudniały powódce dostęp do rynku w znaczeniu wynikającym z art. 15 ust. 1 pkt 4 tej ustawy, Sąd Apelacyjny doszedł do przekonania, że strona pozwana dopuściła się określonego w powołanym przepisie czynu nieuczciwej konkurencji ze szkodą dla powódki.

W konsekwencji Sąd Apelacyjny uznał, że pobieranie okresowych opłat pieniężnych przez stronę pozwaną stanowiło czyn nieuczciwej konkurencji. Stosowanie takiej praktyki zwiększało zyski pozwanej kosztem powódki w sposób nieuzasadniony wysokością marży handlowej. Powiększanie zaś zysków kosztem dostawców, których należności stanowią dla pośrednika koszt uzyskania przychodu, przez ich obciążanie innymi niż marża opłatami za przyjęcie towaru do sprzedaży narusza normę art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Stanowi, więc czyn nieuczciwej konkurencji oraz podstawę do zastosowania wobec pozwanej sankcji określonej w art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k.

Ustosunkowując się do podstawowego zarzutu dotyczącego naruszenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. przez niezasadne przyjęcie przez Sąd Okręgowy, że potrącone przez pozwaną wynagrodzenie za przyjęcie towarów dostawcy do sprzedaży nie stanowiło innych opłat niż marża handlowa, Sąd Apelacyjny wskazał, że niezależnie od różnych poglądów, które można spotykać w doktrynie w orzecznictwie ugruntowany został pogląd, że czyny nieuczciwej konkurencji określone w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w zasadzie prawie zawsze utrudniają innemu przedsiębiorcy dostęp do rynku. Nie chodzi jednak o uznanie, że w przepisie tym zostało wprowadzone domniemanie prawne, lecz zebranie wszystkich elementów faktycznych oraz wykazanie zachodzących pomiędzy nimi związków w sposób uzasadniający przyjęcie na tle okoliczności konkretnej sprawy, także na zasadzie domniemania faktycznego, że narzucenie dostawcy opłat, w tym premii rocznych, za przyjęcie jego towarów do sprzedaży, stanowiło dla niego istotne utrudnienie w dostępie do rynku i naruszało dobre obyczaje obowiązujące podmioty, które pozostawały w stałej współpracy. Takie zachowanie pozwanej nie tylko stwarzało zagrożenie, ale naruszało interesy dostawcy w rozumieniu przyjętym w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. przez ograniczenie rentowności prowadzonej

działalności, zmniejszenie produkcji i dostaw, a w konsekwencji także ograniczenie jego udziału w rynku. Wykazanie tych okoliczności jest, więc wystarczające. Nie musi natomiast polegać na udowodnieniu niemożliwości zbycia towarów dostawcy przy udziale innych pośredników.

Zdaniem Sądu Apelacyjnego, utrudnianie dostępu do rynku to stawianie barier, które nie wynikają ani z rodzaju działalności prowadzonej przez przedsiębiorcę oferującego towary lub usługi (strona podaży), ani z uwarunkowań kształtujących zapotrzebowanie na konkretny towar i usługę (strefa popytu), lecz są efektem nieuczciwych działań podejmowanych przez innych przedsiębiorców, które tylko przykładowo zostały wymienione w kolejnych punktach art. 15 ust. 1 u.z.n.k. Działaniem takim jest pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży przez przedsiębiorcę zajmującego się jego dalszą sprzedażą, czyli pośrednika, zwłaszcza kierującego ofertę do odbiorcy finalnego. Nie regulując wysokości marży, pozostawiając jej ustalenie prawom wolnego rynku, za czyn nieuczciwej konkurencji zostało uznane działanie ograniczające przychody dostawców, które nie jest związane z marżą pobieraną przez przedsiębiorcę handlującego towarem w celu jego dalszej odsprzedaży.

Utrudnianie innemu przedsiębiorcy dostępu do rynku nie musi dotyczyć blokowania możliwości wprowadzenia towarów na rynek przez innych pośredników, w szczególności przez działania opisane w pozostałych punktach art. 15 ust. 1 ww. ustawy. Czynem nieuczciwej konkurencji może być stwarzanie dodatkowych barier między dostawcą a finalnym nabywcą towaru, które wykraczają poza stosowaną marżę ograniczającą, więc rentowność działalności dostawcy. Jeśli z przyczyn, które nie są uzasadnione ekonomicznie dostawca nie może osiągnąć przychodu, który jest uzasadniony w danych warunkach rynkowych, jego udział w rynku podlega ograniczaniu. Wykazanie, że działanie przedsiębiorcy pośredniczącego między dostawcą a odbiorcą towaru, stanowi czyn nieuczciwej konkurencji, nie wymaga, więc udowodnienia dużo większych trudności związanych z wprowadzeniem towaru na wolny rynek przy wykorzystaniu przedsiębiorstwa innego pośrednika. Wystarczające jest wykazanie, że pośrednik, który pozostaje w stałej współpracy z danym dostawcą, uzależnia przyjęcie towaru od uiszczenia przez dostawcę innych opłat niż marża handlowa. Przyczynę ograniczenia dostępu do rynku wobec

dostawcy stanowi konieczność poniesienia dodatkowych opłat w sytuacji, gdy alternatywą jest ograniczenie, a nawet zakończenie współpracy z pośrednikiem, czyli zmniejszenie udziału dostawcy w rynku.

Pobierając bonusy, pozwana utrudniała, więc powódce dostęp do rynku w rozumieniu art. 15 ust. 1 u.z.n.k. Powódka nie miała obowiązku wykazywania, że towary oferowane pozwanej nie mógł zostać sprzedane w inny sposób, czyli innemu pośrednikowi. Miała natomiast obowiązek udowodnić, że pozwana odniosła korzyść ze stosowania innych opłat niż marża handlowa. Pozostałe okoliczności, które zostały udowodnione przez powódkę, w tym zupełny brak wzajemnego świadczenia za pobieranie bonusu i naliczanego wyłącznie od obrotów osiągniętych przez obie strony przemawiały, więc na korzyść dostawcy. Wykazywały, bowiem typowe przejawy obciążenia dostawcy innymi niż marża opłatami za przyjęcie towarów do sprzedaży. Na zasadzie domniemania faktycznego, które można wywieść w tych okoliczności, uzasadnione było wobec tego przyjęcie, że pobieranie przez pozwaną bonusów naruszało dobre obyczaje i grodziło powódce istotnym ograniczeniem dostępu do rynku.

Wykazanie okoliczności potwierdzających pobieranie opłat z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. pozwala na uznanie - na zasadzie domniemania faktycznego, że swoimi działaniami pozwana utrudniała powódce dostęp do rynków zbytu. W sposób oparty na domniemaniu faktycznym można, więc wykazać podstawowy element hipotezy zawartej w powołanym przepisie, związany z utrudnianiem dostępu do rynku danemu przedsiębiorcy. Na stronie pozwanej spoczywał natomiast ciężar dowodu wykazania, że pomimo pobierania opłat niebędących marżą nie wpłynęło to na zmniejszenie dostaw, a w konsekwencji zmniejszenie rentowności powódki, czyli nie utrudniało jej dostępu do rynku.

Mając to na względzie, w ocenie Sądu Apelacyjnego, pozwana nie tylko nie wywiązała się w badanej sprawie z ciężaru udowodnienia twierdzeń, które mogłyby mieć wpływ na jej wynik, ale nawet tych twierdzeń nie powołała.

W skardze kasacyjnej pozwana zarzuciła: I. naruszenie prawa materialnego, tj.: 1) art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przez błędną wykładnię polegającą na przyjęciu, że norma

zrekonstruowana na podstawie powołanego przepisu ustanawia domniemanie prawne utrudniania dostępu do rynku w razie pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, podczas gdy prawidłowa wykładnia powołanego przepisu nakazuje przyjąć, iż przepis ten nie ustanawia domniemania prawnego, a przesłanka pobrania innych, niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży oraz przesłanka utrudniania dostępu do rynku winny być traktowane i badane rozłącznie; 2) art. 3 ust. 1 u.z.n.k. poprzez jego niezastosowanie przez Sąd Apelacyjny do oceny tego, czy w ustalonym przez Sąd Apelacyjny stanie faktycznym zachodzą warunki czynu nieuczciwej konkurencji, podczas gdy jego zastosowanie jest niezbędne do stwierdzenia, czy określone zachowanie przedsiębiorcy *de facto* stanowi czyn nieuczciwej konkurencji; II. Naruszenie prawa procesowego mającego istotny wpływ na wynik sprawy, tj.: art. 232 k.p.c. w zw. z art. 6 k.c. przez błędne przyjęcie przez Sąd Apelacyjny, że ciężar udowodnienia faktów przy czynie stypizowanym w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. spoczywa na przedsiębiorcy, który twierdzi, że omawiane unormowanie nie ma zastosowania, w sytuacji, gdy zgodnie z ogólnymi regułami prawa oraz postępowania cywilnego, ciężar udowodnienia faktu spoczywa na osobie, która z tego faktu wywodzi skutki prawne, w konsekwencji niewłaściwe przyjęcie przez Sąd II instancji, że pozwana nie udowodniła w toku postępowania, że roszczenia dochodzone przez powódkę są bezzasadne.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Rozpoznając skargę kasacyjną Sąd Najwyższy związany jest wskazanymi w niej podstawami zaskarżenia. Skarżący zarzucił, że Sąd Apelacyjny naruszył art. 15 ust. 1 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.) poprzez jego błędną wykładnię. Zdaniem skarżącego, z przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie wynika domniemanie prawne, że pobieranie opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży innych niż marża handlowa utrudnia dostęp do rynku. Samo pobranie takiej opłaty nie jest jeszcze czynem nieuczciwej konkurencji. Konieczne jest wykazanie przez dostawcę (sprzedawcę) towarów, że jej pobieranie spowodowało utrudnienie mu dostępu do rynku a także, że zachowanie to jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami i narusza jego interes. Sąd Apelacyjny uznał zaś,

że pobieranie opłat innych niż marża handlowa stanowi prawie zawsze utrudnienie przedsiębiorcy dostępu do rynku. Skarżący dostrzega, że wniosek taki został oparty na domniemaniu faktycznym, ale wskazuje, iż w istocie rozumowanie tego Sądu oparte zostało o konstrukcję domniemania prawnego. Zarzut ten jest niezasadny. Przede wszystkim Sąd Apelacyjny przyjmując, że pobieranie opłat, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 1 u.z.n.k., z reguły utrudnia przedsiębiorcy dostęp do rynku, wyraźnie zastrzegł, że nie uznaje, aby w przepisie tym zostało wprowadzone domniemanie prawne, które przesądzałoby o tym, że zawsze pobranie takiej opłaty utrudnia dostęp do rynku. Szeroko uzasadnił, że pobierane opłaty były opłatami, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., gdyż stanowiły inną opłatę niż marża handlowa. Z ustaleń obu sądów wynika, że: 1) za pobrane opłaty dostawca towarów, czyli powód nie otrzymał żadnego ekwiwalentnego świadczenia, 2) opłaty pobierane przez pozwaną Spółkę zostały stronie powodowej narzucone, jako warunek współpracy oraz 3) w zamian pozwana nie świadczyła na rzecz strony powodowej żadnych usług. Sąd Apelacyjny zwrócił uwagę, że strona powodowa konsekwentnie, poczynając od twierdzeń zawartych w pozwie, powoływała się na te okoliczności towarzyszące pobieraniu opłat przez pozwaną. Pozwana zaś nie przedstawiła żadnego wiarygodnego dowodu, z którego wynikałoby, aby świadczyła usługi marketingowe lub innego rodzaju usługi na rzecz powodowej spółki. W tej sytuacji Sąd Apelacyjny, szeroko rozważając charakter pobieranych przez pozwaną opłat zakwalifikował je, jako inne niż marża handlowa opłaty pobierane za samo przyjęcie towaru do sprzedaży. W skardze kasacyjnej brak zarzutów, co do takiej oceny, w szczególności skarżąca nie podważa oceny Sądu Apelacyjnego, co do opłaty nazwanej bonusem i nie wskazuje, dlaczego zaliczenie takiej opłaty do opłat, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., jest niezasadne. Zwrócenie uwagi we wniosku o przyjęcie skargi kasacyjnej do rozpoznania, że ocena konstrukcji prawnej bonusu wywołuje wątpliwości w orzecznictwie i zachodzi potrzeba zajęcia stanowiska przez Sąd Najwyższy nie jest wystarczające, aby uznać, że podniesiony został zarzut naruszenia przez Sąd Apelacyjny art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. poprzez niezasadne uznanie bonusu za opłatę określoną tym przepisem.

Jeżeli opłaty pobrane przez pozwaną można zaliczyć do opłat innych niż marża, to konieczne jest ustalenie, czy pobieranie ich utrudniało dostawcy dostęp

do rynku. Sąd Apelacyjny wyraźnie podkreślił, że nie dostrzega w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. domniemania prawnego, z którego wynikałoby, iż pobieranie opłaty innej niż marża handlowa przesądza o utrudnianiu przedsiębiorcy, który je ponosi dostępu do rynku. Stwierdził natomiast, że ograniczenie dostawcy dostępu do rynku wynikało z oceny wszystkich okoliczności rozpoznawanej sprawy. Na podstawie poczynionych w sprawie ustaleń uznał, że powodowemu dostawcy narzucone zostały opłaty, w tym premie roczne, za przyjęcie jego towarów do sprzedaży. W zamian za te opłaty nie uzyskał żadnego ekwiwalentu od kupującego (pозwanej). Takie opłaty ograniczały rentowność prowadzonej działalności, co wpływało na zmniejszenie produkcji, a w konsekwencji także na ograniczenie udziału kupującego w rynku. Okoliczności te wykazał powód i zdaniem Sądu Apelacyjnego jest to wystarczające dla przyjęcia, że pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji opisanego w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.

Nietrafnie skarżący zarzuca, że Sąd Apelacyjny z faktu pobierania opłat wyprowadza skutek prawny, czyli uznaje takie zachowanie za czyn nieuczciwej konkurencji. Sąd Apelacyjny oceniając całokształt okoliczności faktycznych towarzyszących pobieraniu opłat, doszedł do ustalenia innego faktu; okoliczności towarzyszące pobieraniu opłat utrudniały powodowi dostęp do rynku. Takie rozumienie wspomnianego przepisu jest dopuszczalne. Podniesiony w skardze kasacyjnej zarzut jego naruszenia poprzez stosowanie w istocie takiego samego rozumowania jak gdyby przepis ten zawierał domniemanie prawne, nie jest zasadny. Sąd Apelacyjny nie wywodzi wprost z faktu uznania opłaty za inną opłatę, niż marża handlowa tego, że utrudnia to dostawcy dostęp do rynku, lecz doszedł do takiego wniosku po analizie całokształtu materiału dowodowego zebranego w sprawie. Pozwany nie przedstawił w procesie żadnego dowodu na to, aby ustalenia Sądu były w tym zakresie wadliwe. Wystarczyło zaś wykazanie, że pobieranie kwestionowanych opłat nie prowadziło do ograniczenia dostaw produktów wytwarzanych przez powoda, a w konsekwencji zmniejszania rentowności jego produkcji. Skuteczne przeprowadzenie takiego dowodu prowadzić musiałoby do wniosku, że z okoliczności towarzyszących pobieraniu opłat nie można wyciągać wniosku, iż utrudniały one powodowi dostęp do rynku. Sam fakt, że w okolicznościach rozpoznawanej sprawy efekt ustaleń poczynionych przez Sąd

jest taki sam jak gdyby w art. 15 ust. 1 pkt 4 było domniemanie prawne, nie może świadczyć o tym, iż Sąd ten posłużył się tym domniemaniem.

Skarżący zarzucił również, że Sąd Apelacyjny nie uwzględnił przy ocenie, czy pobieranie innych opłat niż marża handlowa jest czynem nieuczciwej konkurencji, przepisu art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Tymczasem w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku znajdujemy wyraźne powołanie się na ten przepis. Sąd Apelacyjny, analizując charakter prawny opłaty zwanej bonusem, wskazał, że są one inną niż marża handlowa opłatą i zostały narzucone stronie powodowej wbrew dobremu obyczajom w rozumieniu przyjętym w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Ponadto wskazał, że narzucenie opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży naruszało dobre obyczaje, obowiązujące podmioty, które pozostawały w stałej współpracy oraz naruszało interes dostawcy w rozumieniu przyjętym w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. poprzez ograniczenia rentowności prowadzonej działalności, zmniejszenie produkcji, a w konsekwencji także ograniczenie jego udziału w rynku. Zarzut nieuwzględnienia powołanego przepisu jest więc bezpodstawny.

Także trzeci z zarzutów podniesionych w skardze kasacyjnej nie zasługuje na uwzględnienie. Skarżący stwierdził, że Sąd Apelacyjny, wbrew zasadzie wynikającej z art. 6 k.c., obciążył pozwaną obowiązkiem wykazania okoliczności, od których zależy uznanie, że mamy do czynienia z czynem nieuczciwej konkurencji określonym w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Zauważyć jednak należy, że strona powodowa poczynając od pozwu konsekwentnie twierdziła, iż pobierane przez pozwaną opłaty zostały jej narzucone oraz, iż nie otrzymywała za nie żadnego ekwiwalentu. Z ustaleń poczynionych przez orzekające w sprawie sądy wynika, że pozwana nie przedstawiła żadnego skutecznego dowodu na to, iż w zamian za pobierane opłaty spełniała na rzecz dostawcy świadczenia w zakresie reklamy, marketingu, czy innych obszarów, w których strony współpracowały. Pozwana nie przedstawiła też dowodu świadczącego o tym, że opłaty, które pobierała od dostawcy zostały uzgodnione przez strony, a nie jednostronnie określone w umowie przez pozwaną. W tej sytuacji Sąd Apelacyjny miał prawo do stwierdzenia, że stanowią one czyn nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Skoro, bowiem strona powodowa wskazała na określone fakty, z których wynikało, że pobierane opłaty są opłatami

innymi niż marża handlowa, a orzekające w sprawie sądy na podstawie całokształtu okoliczności faktycznych związanych z ich pobieraniem, ustaliły, że utrudniają one dostęp do rynku, to pozwaną obciążał w tej sytuacji dowód wykazania, iż opłat tych nie można było zaliczyć do tych, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Takie stanowisko Sądu Apelacyjnego w niczym nie naruszało zasady sformułowanej w art. 6 k.c. oraz art. 232 k.p.c.

Mając na względzie, że zarzuty skargi kasacyjnej okazały się nieuzasadnione Sąd Najwyższy, na podstawie art. 398¹⁴ k.p.c., orzekł, jak w sentencji.

jw

r.g.