

Sygn. akt VI GC 64/14

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 02 września 2014 r.

Sąd Okręgowy w Rzeszowie VI Wydział Gospodarczy

w składzie następującym:

Przewodniczący: SSO Beata Hass-Kloc

Protokolant: st. sekr. sądowy Joanna Kościak

po rozpoznaniu w dniu 20 sierpnia 2014 r. w Rzeszowie

na rozprawie

sprawy z powództwa: (...) i P. P. Sp. J. - Niemce

przeciwko: (...) S.A. w R.

o zapłatę

I. oddala powództwo,

II. zasądza od powoda (...) i P. P. Sp. J. - Niemce na rzecz pozwanego (...) S.A. w R. kwotę 3.617,00 zł (słownie: trzy tysiące sześćset siedemnaście złotych) tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego w sprawie.

Sygn. akt VI GC 64/14

UZASADNIENIE

wyroku z dnia 02 września 2014r.

Pozwem z dnia 13 lutego 2014r. P. G. i P. (...) spółka jawna w Niemcach wniosła o zasądzenie od pozwanej (...) S.A. w R. kwoty 98.400,00 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 11 stycznia 2014r. do dnia zapłaty oraz kosztów procesu według norm przepisanych.

W uzasadnieniu powód wskazał, iż pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat z tytułu dopuszczenia towarów do sprzedaży. Strona pozwana w zamian za możliwość współpracy i w zamian za przyjęcie towaru do sprzedaży pobierała od strony powodowej opłaty, które przybierały postać opłat z tytułu „usług marketingowych”. Wobec powyższego powód dochodzi zwrotu bezpodstawnie uzyskanych przez stronę pozwaną korzyści.

W odpowiedzi na pozew (k- 140-189) pozwana (...) S.A. w R. wniosła o oddalenie powództwa w całości oraz zasądzenie kosztów procesu według norm przepisanych.

W uzasadnieniu podniosła, iż pobierane przez pozwanego kwoty, których powód domaga się zwrotu były elementem ceny za towary dostarczane pozwanemu przez powoda. Z uwagi na interpretację przepisów podatkowych pozwany wystawiał faktury. Pozwany wskazał, że należności wskazane w fakturach załączonych do pozwu, których zwrotu dochodzi powód podzielić można na trzy grupy: wynagrodzenie za usługi marketingowe polegające na każdorazowo uzgodnionym z powodem promowaniu produktów dostarczanych przez powoda i jego marki, rabaty i upusty w ramach wzajemnej współpracy handlowej, wynikające z refundowania przez powoda pozwanemu obniżki przez pozwanego

ceny sprzedaży produktu od pozwanego do konkretnego wskazanego przez powoda odbiorcę, premie pieniężne za określoną sprzedaż towarów. Pozwany podniósł również, iż część roszczeń objętych pozwem uległo przedawnieniu.

W odpowiedzi na powyższe powódka w piśmie z dnia 28 marca 2014r (k- 828-864) podtrzymała żądanie pozwu, wskazując, iż wszystkie opłaty zostały jej narzucone jako warunek przyjęcia towarów do sprzedaży.

Sąd ustalił następujący stan faktyczny:

W dniu 1 marca 2008r. powódka P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach (sprzedający) zawarła z pozwaną (...) S. A. z siedzibą w R. (kupujący) porozumienie dotyczące zasad współpracy handlowej, w którym strony ustaliły, iż podstawowym celem współpracy jest rozwój sprzedaży produktów (...) na korzystnych warunkach. Zgodnie z porozumieniem P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach zobowiązała się dodatkowo wspierać sprzedaż produktów poprzez uczestniczenie w ciągu roku w minimum 4 gazetkach handlowych kupującego - (...) S. A. z siedzibą w R. z dodatkowym rabatem promocyjnym. Koszt modułu w gazetce określony został na kwotę 1200 zł netto. Ponadto strony zawarły zapis, iż opłacenie miejsca promocyjnego nastąpi 6 razy w ciągu roku kalendarzowego zaś koszt jednorazowej opłaty określono na kwotę 500 zł netto. Zapłata nastąpi na podstawie faktur VAT „ usługi marketingowe”, w sytuacji gdy P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach nie ureguluje należności wynikających z faktur marketingowych w terminie 7 dni od daty płatności, (...) S.A. w R. ma prawo potrącić ww. należności z bieżących zobowiązań wobec sprzedawcy.

Zawarcie powyższego porozumienia poprzedzone było negocjacjami pomiędzy firmą (...) S.A. w R., a działającą w imieniu P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach firmą (...). Warunki porozumienia przedstawiane były P. P. (3) i G. P. do akceptacji, obie strony miały wpływ na treść negocjowanego porozumienia, w toku negocjacji obniżone zostały wysokości opłat.

W ramach współpracy handlowej pozwany nabywał towar od strony powodowej na podstawie składanych przez stronę pozwaną zamówień.

(Dowód: porozumienie k. 31 t. I, załącznik nr 1 i nr 2 do porozumienia k. 261-262 t.II, zeznania powoda P. P. (3) protokół rozprawy k. 906, 00:08:25 t. V, zeznania świadka P. P. (4) protokół rozprawy k. 878 t. V, 00:17:17, G. G. k- 879).

Przed rozpoczęciem akcji promocyjnych przedstawiciel (...) S.A. w R. informował kontrahentów o promocji i proponował dobrowolne wzięcie udziału. Kilkakrotnie przedstawiciel powoda odmówił wzięcia udziału w organizowanych akcjach promocyjnych. Na okoliczność przystąpienia do akcji promocyjnej w okresie od października 2010r. do 6 września 2013r. (...) S.A. w R. i P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach zawarli umowy promocyjne, w których określony został czas trwania promocji, towar nią objęty oraz koszt marketingowy.

Pozwana spółka podejmowała czynności reklamowe i marketingowe, które dotyczyły także towarów zakupywanych od powódki, w różnych formach. (...) S.A. w R. wydawała gazetki reklamowe, dystrybuowane bezpośrednio do klientów, w hurtowni pozwanej, organizowała także tzw. wystawki paletowe, polegające na tym, że w okresie jednego miesiąca wystawiała produkty powoda w promocyjnych (obniżonych) cenach na paletach w miejscach dobrze widocznych i łatwo dostępnych dla klientów. Paleta była sukcesywnie uzupełniana towarem.

W styczniu 2011r, przedstawiciel firmy (...) i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach zwrócił się do (...) S.A. w R. o wprowadzenie specjalnych cen na ich produkty dla sieci Topaz. Ceny te miały zawierać rabat, który następnie miał zostać refundowany przez stronę powodową.

W dniu 31 stycznia 2011r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach) oraz (...) S.A. w R. zawarli porozumienie określające zasady uczestnictwa powoda w programie partnerskim (...) skierowanej do klientów pozwanej spółki. Zgodnie z zapisem § 2 pkt 10 koszt uczestnictwa powoda ustalono na kwotę 2. 000 zł oraz 5 % dodatkowego bonusu za sprzedaż produktów spółki P. jako refundacja kosztów zakupu nagród wliczony na podstawie sprzedaży produktów

producenta. Wpłata wynagrodzenia miała nastąpić na podstawie faktury za usługi marketingowe w terminie 14 dni od dnia wystawienia.

W dniu 16 kwietnia 2012r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach (sprzedający) oraz (...) S.A. w R. (kupujący) zawarli porozumienie na okres od 18 kwietnia 2012r. do 30 kwietnia 2011r. Zgodnie z zapisem § 4 w sytuacji gdy kupujący dokona sprzedaży produktów zakupionych od sprzedającego w okresie porozumienia o wartości nie niższej niż 50 zł netto, sprzedający przyzna kupującemu premię pieniężną w wysokości 10-20% wartości sprzedaży netto, zaś zapłata premii pieniężnej nastąpi w formie faktury VAT wystawionej przez kupującego.

W dniu 22 maja 2012r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach (sprzedający) oraz (...) S.A. w R. (kupujący) zawarli porozumienie na okres od 18 maja 2012r. do 30 czerwca 2012r. Zgodnie z zapisem § 4 w sytuacji gdy kupujący dokona sprzedaży produktów zakupionych od sprzedającego w okresie porozumienia o wartości nie niższej niż 50 zł netto, sprzedający przyzna kupującemu premię pieniężną w wysokości 31% wartości sprzedaży netto, zaś zapłata premii pieniężnej nastąpi w formie faktury VAT wystawionej przez kupującego.

W dniu 5 czerwca 2012r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach (sprzedający) oraz (...) S.A. w R. (kupujący) zawarli porozumienie na okres od 6 czerwca 2012r. do 30 czerwca 2012r. Zgodnie z zapisem § 4 w sytuacji gdy kupujący dokona sprzedaży produktów zakupionych od sprzedającego w okresie porozumienia o wartości nie niższej niż 227,22 zł netto, sprzedający przyzna kupującemu premię pieniężną w wysokości 17,5% wartości sprzedaży netto, zaś zapłata premii pieniężnej nastąpi w formie faktury VAT wystawionej przez kupującego.

W dniu 23 sierpnia 2012r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach (sprzedający) oraz (...) S.A. w R. (kupujący) zawarli porozumienie na okres od 22 sierpnia 2012r. do 31 sierpnia 2012r. Zgodnie z zapisem § 4 w sytuacji gdy kupujący dokona sprzedaży produktów zakupionych od sprzedającego w okresie porozumienia o wartości nie niższej niż 110,4 zł netto, sprzedający przyzna kupującemu premię pieniężną w wysokości 5% wartości sprzedaży netto, zaś zapłata premii pieniężnej nastąpi w formie faktury VAT wystawionej przez kupującego. Strony zawarły również porozumienie na okres od 14 sierpnia 2012r. do 20 sierpnia 2012r. zgodnie, z którym sprzedający przyzna kupującemu premię pieniężną w wysokości 48 zł netto.

W dniu 1 września 2012r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach (sprzedający) oraz (...) S.A. w R. (kupujący) zawarli porozumienie na okres od 1 września 2012r. do 30 września 2012r. Zgodnie z zapisem § 4 w sytuacji gdy kupujący dokona sprzedaży produktów zakupionych od sprzedającego w okresie porozumienia o wartości nie niższej niż 50 zł netto, sprzedający przyzna kupującemu premię pieniężną w wysokości 1337,63% wartości sprzedaży netto, zaś zapłata premii pieniężnej nastąpi w formie faktury VAT wystawionej przez kupującego.

W dniu 11 marca 2013r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach (sprzedający) oraz (...) S.A. w R. (kupujący) zawarli porozumienie na okres od 8 marca 2013r. do 11 marca 2013r. dla klienta A.. Zgodnie z zapisem § 4 w sytuacji gdy kupujący dokona sprzedaży produktów zakupionych od sprzedającego w okresie porozumienia o wartości nie niższej niż 20 zł netto, sprzedający przyzna kupującemu premię pieniężną w wysokości 2752 zł, zaś zapłata premii pieniężnej nastąpi w formie faktury VAT wystawionej przez kupującego.

W dniu 18 marca 2013r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach (sprzedający) oraz (...) S.A. w R. (kupujący) zawarli porozumienie na okres od 13 marca 2013r. do 22 marca 2013r. dla klienta (...). Zgodnie z zapisem § 4 w sytuacji gdy kupujący dokona sprzedaży produktów zakupionych od sprzedającego w okresie porozumienia o wartości nie niższej niż 20 zł netto, sprzedający przyzna kupującemu premię pieniężną w wysokości 528 zł, zaś zapłata premii pieniężnej nastąpi w formie faktury VAT wystawionej przez kupującego.

Po zakończeniu każdej akcji promocyjnej (...) S.A. dokonywało rozliczenia kosztów poniesionych na promocję oraz zestawienie sprzedaży towarów firmy (...).

(Dowód: formularz dotyczący wystawiania faktur marketingowych k. 263-264, 275-276, 289-290,293-294, 296, 301, 311, 317, 330, 339-340,355, 369, 380, 391, 399, 414,422, 425, 432, 435,442, 455, 494,501, 505,516, 528, 537, 572, 585,

594, 602, 611, 648, 660, 666, 684, 691, 705, 714, 802-806 refundacja dot. Rabatu do gazetki k. 297,298, rozliczenie gazetki k. 303, 312, 318, 332, 341,356, 371, 381,400,415,423,426 , 434, 437, 445, 446,456,495,506,517,519, 524, 525, 526, 530, 539, 604, 619, 637, 707, sprawozdanie ze spotkania handlowego k. 292, 295, 300, 316,320, 421, 443,502, 518, 522, 527, 581, 590, 592, wydruki e- mail k. 265, 277,299, 315, 343, 424, 433, 520-521, 523 cenniki towarowy k. 344-346, umowa promocyjna k. 266, 278,302, 319, 331,342, 357,370, 382, 392,401,408, 416, 427, 436,444, 457, 496, 529, 538, 573, 595, 603, 620, 638, 649, 667,692, 706, 715,gazetki promocyjne k. 267-274, 279-288, 305-310, 322-329, 333-338, 347-354,358-368, 372-379, 383-390, 393-398,402-407, 410-413, 417-420, 428-431,438-441, 447-454,458-498, 497-500,508-515, 531-536, 540-571,574-579, 596-601, 605-610, 621-636, 640-645, 652-659, 668-683,693-704,708-714,716-735, 740-800, porozumienie k. 582, 586, 612, 614, 617-618, 661, 685, 736-739, zestawienie sprzedaży k. 584, 613, 639, 647, 651, 665, 690, rozliczenie sprzedaży k. 580, 587, 588, 589, 591, 593, 616, 686, zeznania powoda P. P. (3) protokół rozprawy k. 906-907, 00:12:28-00:36:50, zeznania świadka G. G. protokół rozprawy k. 879-880, 00:42:39-00:01:04., zeznania świadka K. W. protokół rozprawy k. 889-880, 01:15:12-01:43:00, zeznania świadka A. Ż. protokół rozprawy k. 880, 01:48:21, zeznania świadka A. G. protokół rozprawy k. 880, 01:55:35-02:01:59, zeznania świadka M. J. protokół rozprawy k. 880, 02:02:15-02:07:19, zeznania świadka M. B. protokół rozprawy k. 881, 00:08:19-02:13:01).

Wzajemne rozliczenia pomiędzy stronami następowały na zasadzie kompensat. Strona powodowa wystawiła faktury za towar sprzedany pozwanej. W okresie od 20 grudnia 2010r. do 11 października 2013r. z tytułu usług marketingowych (...) S.A. w R. wystawił na rzecz P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach faktury VAT na łączną kwotę 99. 199,50 zł.

(Dowód : Faktury VAT k.: 34-36, 38, 40-42, 44, 47, 49-51, 53, 55, 57-58, 60-61, 64-65, 67, 71, 73-75, 78, 80-85, 89, 91-92, 94, 96- 100, 103-108, 114-115, 117-118,120, 122).

Prowadzone przez pozwaną kampanie reklamowe miały o tyle wpływ na wysokość obrotów między stronami, iż towary objęte aktualnymi promocjami prowadzonymi przez pozwaną były przez nią zakupywane w tym okresie w zwiększonej ilości. Po zakończeniu promocji dalsze zakupy tych towarów ustawały bądź kształtowały się na niskim poziomie.

(Dowód: zeznania powoda P. P. (3) protokół rozprawy k. 906 t. V, 00:34:54).

Pismem z dnia 3 stycznia 2014r. P. G. i P. (...) Spółka Jawna w siedzibą w Niemcach wezwała (...) S.A. w R. do zapłaty kwoty 99. 199,50 zł wraz z ustawowymi odsetkami tytułem zwrotu zapłaty za tzw. „opłaty za dopuszczenie towaru do sprzedaży.

(Dowód: wezwanie do zapłaty k. 124).

Sąd ustalił powyższy stan faktyczny w oparciu o dokumenty zgromadzone w aktach sprawy.

Prawdziwość dokumentacji zebranej w toku postępowania nie budziła wątpliwości Sądu, żadna ze stron nie zakwestionowała także skutecznie w toku procesu jej autentyczności.

Sąd oparł ustalenia faktyczne w oparciu o zeznania powoda P. P. (3), które ocenił jako konkretne, wewnętrznie zbieżne, a także znajdujące odzwierciedlenie w pozostałym materiale dowodowym zgromadzonym w sprawie.

Sąd dał wiarę zeznaniom świadka P. P. (4), świadek zeznawał w sposób szczerzy, wskazując, iż z uwagi na upływ czasu nie pamięta wszystkich okoliczności związanych z zawarciem porozumienia, ponadto korelowały pozostałym materiałem dowodowym.

Sąd uznał również za wiarygodne zeznania świadka G. G., który był świadkiem bezpośrednimi ;posiadane przez niego informacje między innymi o dokonywanych przez pozwaną wystaw paletowych, jak i organizowaniu promocji pochodziły z własnych obserwacji.

Sąd uznał za wiarygodne także zeznania świadka K. W., który zeznawał w sposób spójny, logiczny i konkretny, a ponadto zeznania świadka korelowały z pozostałym materiałem zgromadzonym w sprawie.

Ponadto Sąd uznał za wiarygodne zeznania świadków A. Ż., A. G., M. J.. Zeznania świadków znalazły odzwierciedlenie w pozostałym materiale dowodowym zgromadzonym w sprawie, jak również wzajemnie się uzupełniały tworząc zwartą i nie budzącą wątpliwości całość.

Sąd na podstawie art. 217 § 3 k.p.c. pominął wniosek dowodowy strony pozwanej dotyczący opinii biegłego z uwagi na to, iż okoliczności sporne w sprawie w tym zakresie zostały wyjaśnione. Strona powodowa słuchana w toku procesu wskazała, iż w okresie objętym promocją następował wzrost sprzedaży produktów.

W oparciu o treść art. 227 k.p.c. Sąd oddalił wniosek dowodowy zawarty w odpowiedzi na pozew w pkt. 7 jako niemający znaczenia dla rozstrzygnięcia w sprawie. W zakresie, w jakim dowód ten miał służyć wykazaniu wzrostu sprzedaży produktów powoda w okresie objętym promocją, należało uznać go za zbędny, skoro okoliczność ta została dowiedziona dowodem z przesłuchania strony powodowej, a poza tym byłby on zasadny w przypadku przeprowadzenia dowodu z opinii biegłego na okoliczności wskazane przez pozwaną. Należy podnieść, że zgłaszanie dowodów może być ocenione jako nieprzydatne dla wyjaśnienia sprawy lub zmierzające do zwłoki, wówczas gdy teza dowodowa jest nieistotna dla rozstrzygnięcia (vide: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 października 1999r., sygn. akt I PKN 316/99, OSNP z 2001r., Nr 5, poz. 151; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 stycznia 2001r., sygn. akt III CKN 1393/00, LEX Nr 603170).

Sąd mając na uwadze powyższe zważył, co następuje:

Powództwo nie zasługiwało na uwzględnienie.

W niniejszej sprawie rozważania należało rozpocząć od zbadania treści umowy łączącej strony, zawartej w dniu 1 marca 2008r. Niniejsza umowa nazwana przez strony została, jako umowa sprzedaży, jak wynika z zeznań strony powodowej oraz treści samej umowy celem, który przyświecał stronom podczas zawierania umowy był wzajemny rozwój sprzedaży, ponadto jak wskazała strona powodowa chciała ona również wejść ze swoimi produktami na nowy rynek, a przez co zwiększyć sprzedaż. Ponadto strony w porozumieniu zawarły zapis dotyczący udziału powoda w akcjach promocyjnych organizowanych przez stronę pozwaną.

Ocena, czy określona opłata stanowi niedozwoloną opłatę związaną z samym przyjęciem towaru do sklepu czy też stanowi opłatę za dodatkowe usługi świadczone przez hurtownię, powinna mieć zawsze charakter indywidualny i uwzględniać okoliczności zawarcia umowy, jej treść oraz jej wykonanie. Zgodnie z treścią art. 353 § 1 k.c. strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego. Zauważyć w tym miejscu należy, że w ramach istniejącej swobody umów możliwe jest takie ukształtowanie stosunków umownych, w ramach których oprócz świadczeń typowych dla właściwego rodzaju umów (w niniejszej sprawie umowy sprzedaży), strony będą zobowiązane do świadczeń dodatkowych, właściwych dla innych umów.

Przechodząc zaś do analizy czy opłaty pobierane przez pozwaną miały charakter czynu nieuczciwej konkurencji należy ustalony przez Sąd stan faktyczny ocenić pod kątem art. 3 i art. 15 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z dnia 16 kwietnia 1993 r. (t.j. z dnia 26 czerwca 2003 r. (Dz. U. Nr 153, poz. 1503 ze zmianami).

Zgodnie z przepisem art. 3 tej ustawy czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta (ust. 1), a w szczególności: (...) utrudnianie dostępu do rynku (...).

Kwestię dostępu do rynku reguluje szczegółowo przepis art. 15 ustawy, wg którego (ust.1) czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w szczególności przez (m.in. pkt. 4) pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Zauważyć należy, że hipotezą czynu nieuczciwej konkurencji unormowanego w powołanym przepisie jest uwarunkowanie przyjęcia do sprzedaży od uzyskania za to od dostawcy opłat, a zatem sytuacja, gdy odbiorca narzuca dostawcy takie opłaty bez spełnienia przez niego świadczenia wzajemnego. Nie można jednak wykluczyć, że między dostawcą, a kupującym mogą być nawiązywane relacje umowne, które będą uzasadniały obowiązek świadczenia pieniężnego po stronie dostawcy wówczas, gdy będą one stanowiły ekwiwalent świadczeń ze strony kupującego, polegającego na innych świadczeniach niż sprzedaż samego towaru.

Mogą jednak być nawiązywane relacje umowne między dostawcą, a kupującym, które będą uzasadniały obowiązek świadczenia pieniężnego po stronie dostawcy wówczas, gdy będą one stanowiły ekwiwalent świadczeń ze strony kupującego, polegającego na innych świadczeniach niż sprzedaż samego towaru. Nie pozostają zatem w sprzeczności z przepisem art. 15 ust. 1 pkt 4 cyt. ustawy, sytuacje w których obowiązek świadczenia pieniężnego powstaje jako ekwiwalent świadczeń kupującego, nieobjętych treścią umowy sprzedaży. Dopuszczalność zaś zawarcia tego rodzaju dodatkowych kontraktów wynika z obowiązującej zasady swobody umów (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 19 kwietnia 2013r., sygn. akt V ACa 177/13, LEX Nr 1353700; wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 7 marca 2013r., sygn. akt V ACa 83/13, LEX Nr 1353713; wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 28 października 2011r., sygn. akt VI ACa 392/11, LEX Nr 1102649). Podkreślić jednak należy, iż warunkiem koniecznym jest tu jednak ukształtowanie stosunku umownego zgodnie z regułami art. 353¹ k.c., a ustalone opłaty muszą stanowić ekwiwalent za inne – niż sama sprzedaż – świadczenia (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Szczecinie z dnia 24 stycznia 2013r., sygn. akt I ACa 702/12, LEX Nr 1312082).

W niniejszej sprawie sąd dokonując oceny, czy zastrzeżenie dodatkowego wynagrodzenia w związku z przyjęciem towaru do sprzedaży narusza przepisy wskazanej wyżej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, dokonał z uwzględnieniem: okoliczności zawarcia umowy, sposobu prowadzenia negocjacji, w tym wpływu powoda na zastrzeżenie obowiązku i wysokości opłat, faktycznego wykonywania usług oraz ekonomicznej wartości usług dla sprzedawcy.

Przenosząc powyższe rozważania na grunt niniejszej sprawy, należy wskazać, że zawarcie istotnego porozumienia z dnia 1 marca 2008r. nastąpiło z zachowaniem równowagi między stronami. Jak wskazał powód ustalenie treści porozumienia poprzedzone było negocjacjami, które w imieniu strony powodowej prowadziła zewnętrzna firma. Co więcej w toku tych negocjacji doszło do obniżenia opłat. Ponadto przed każdą akcją promocyjną taką jak np. gazetka z towarami w promocyjnych cenach, przedstawiciel pozwanej spółki kontaktował się z kontrahentami z propozycją wzięcia udziału w promocji, w tym także z przedstawicielem powoda. Powyższe potwierdził świadek G. G., wskazując, iż to on potwierdzał udział w promocjach, co więcej również sama strona powodowa występowała z prośbą o obniżenie ceny dla danego klienta. Reasumując uznać należy, iż udział w różnego rodzaju akcjach promocyjnych był dobrowolny, pozwany nie uzależniał zakupu towaru od wzięcia udziału w promocji.

Co do faktu świadczenia przez pozwanego uzgodnionych w umowach promocyjnych i porozumieniach usług Sąd Okręgowy przeprowadził wnikliwe postępowanie dowodowe.

Z zeznań w/w świadków wynika, że pozwany świadczył faktycznie na rzecz powoda konkretne usługi reklamowe bądź promocyjne. Usługi reklamowe polegały na umieszczaniu produktów powoda w specjalnych gazetkach reklamowych wydawanych przez pozwanego, a usługi promocyjne polegały na umieszczaniu produktów powoda w specjalnych strefach promocyjnych, ponadto na podstawie zawartych przez strony porozumień pozwana uzyskiwała określoną premię pieniężną w zamian za sprzedanie produktów powoda na określoną wartość.

Jak wskazał świadek G. G. doręczane mu były wraz z fakturami gazetki promocyjne, czy też będąc w hurtowni pozwanego widział on leżące przy wejściu gazetki czy też wystawione w widocznych miejscach na paletach towary powoda. Wskazać należy, iż zdjęcia produktów powoda zamieszczanych przez pozwanego w gazetkach pozwalały zidentyfikować jego producenta. Ponadto trzeba mieć na względzie, że wyłożenie towaru w miejscach szczególnie widocznych, na paletach na których układany był jedynie konkretny produkt powoda w specjalnej cenie, powodowało, iż stawał się on bardziej widoczny dla potencjalnych nabywców, nie można jednak tego uznać za

standardowe zachowanie sprzedawcy, nie mieści się ono zatem w zakresie normalnych czynności podejmowanych przez przedsiębiorcę (pозwanego) w dążeniu do realizacji celów działalności gospodarczej polegającej na sprzedaży.

Wobec powyższego nie można przyjąć, iż usługi marketingowe świadczone przez pozwanego miały charakter pozorny, nie były w rzeczywistości wykonywane, co więcej powód przed każdą akcją promocyjną był informowany o możliwości wzięcia w nich udziału, nie miało to charakteru przymusu a dobrowolności, co więcej powód kilka razy odmówił wzięcia udziału w gazetce, co nie spowodowało jednak żadnych negatywnych skutków. W konsekwencji, pobrane opłaty dotyczyły faktycznie świadczonych usług, które - ze względu na uczciwość obrotu - nie były wymuszone.

Podkreślenia wymaga, iż w związku z prowadzonymi przez pozwanego akcjami promocyjnymi nie tylko on osiągał korzyść w postaci większego zysku, ale także jak przyznał sam powód w firmie (...) wzrastał obrót. Zatem czynności marketingowe wykonywane przez pozwanego miały również pozytywny skutek w sferze ekonomicznej powodowej spółki.

Mając powyższe na uwadze Sąd powołując się na zasadę swobody umów określoną w art.353¹ 1k.c. uznał postanowienia umowy w zakresie wzajemności działań stron i formy rozliczeń za dopuszczalne i pozbawione cech wskazujących na działanie w ramach nieuczciwej konkurencji.

Wobec powyższego zadaniem Sądu zarzut przedawnienia podnoszony przez stronę pozwaną uznać należy za bezprzedmiotowy.

Orzeczenie o kosztach procesu zawarte w punkcie II sentencji wyroku Sąd oparł na zasadzie odpowiedzialności z wynik procesu wyrażonej w art. 98 k.p.c i zasądził zgodnie z art. 108 par 1 kpc

i § 6 pkt. 6 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów nieopłaconej pomocy prawnej udzielonej z urzędu (Dz. U. z 2010 r. nr 10, poz. 65 ze zm.) od przegrywającego na rzecz pozwanej koszty zastępstwa procesowego w wysokości 3.617 zł.

ZARZĄDZENIE

1.(...)

-(...),

2.kal 14 dni.