

Sygnatura akt VIII GC 284/14

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 25 września 2015 roku

Sąd Okręgowy w Szczecinie VIII Wydział Gospodarczy

w składzie:

Przewodniczący: SSO Leon Miroszewski

Protokolant: starszy sekretarz sądowy Emilia Marchewka

po rozpoznaniu w dniu 11 września 2015 roku w Szczecinie

na rozprawie

sprawy z powództwa: Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe (...), (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w G.

przeciwko (...) spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M.

o zapłatę

I. zasądza od pozwanej na rzecz powódki kwotę 81.180,00 (osiemdziesiąt jeden tysięcy sto osiemdziesiąt) złotych z ustawowymi odsetkami od dnia 7 maja 2014 roku;

II. oddala powództwo w pozostałej części;

III. ustala stosunkowe rozdzielenie kosztów procesu pomiędzy stronami przy uwzględnieniu, że powódka wygrała proces w wymiarze 37,5%, oraz uwzględnieniu, że opłaty za czynności radców prawnych reprezentujących strony przyjęte są na poziomie stawek minimalnych oraz że koszty noclegów pełnomocnika powódki nie były wydatkami celowymi, zaś koszty użycia samochodu do dojazdów na rozprawy obejmują stawkę 0,60 złotych za 1 kilometr, pozostawiając szczegółowe wyliczenie referendarzowi sądowemu.

Sygn. akt VIII GC 284/14

UZASADNIENIE

Powódka - Przedsiębiorstwo Produkcyjno Handlowo Usługowe (...) spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w G. wniosła o zasądzenie od pozwanej (...) spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w M. kwoty 215 987,15 złotych wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 26 lutego 2014 roku do dnia zapłaty oraz zasądzenie na jego rzecz od strony pozwanej zwrotu kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego w wysokości 14.400 złotych.

W uzasadnieniu powódka stwierdziła, że pozwana dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji określonego w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, polegającego na pobieraniu innych niż marża handlowa opłat z tytułu dopuszczenia towaru do sprzedaży. W związku wniosła o zasądzenie zwrotu przez pozwaną bezpodstawnie uzyskanych korzyści. Poniosła, że jednostronne narzucenie opłat było warunkiem rozpoczęcia i kontynuowania współpracy. W przypadku odmowy zastrzeżenia przedmiotowych opłat w umowie, niemożliwe byłoby nawiązanie, a później kontynuowanie współpracy pomiędzy stronami. W dalszej części uzasadniania powódka wskazała, że jest producentem wyrobów mięsnych. W zamian za możliwość współpracy i w zamian za przyjęcie

towaru do sprzedaży pozwana pobierała od strony powodowej opłaty, które przybrały postać opłat z tytułu „usług marketingowych” i „premier pieniężnej”. Zobowiązaniem strony powodowej była sprzedaż towarów określonych w kolejnych zamówieniach. obowiązkiem zaś strony pozwanej – zapłata ceny. Umowa ramowa zawarta przez strony była więc umową ramową sprzedaży konkretyzowaną przez kolejne zamówienia strony pozwanej. W umowach szczegółowych nie wskazano elementów rzekomego świadczenia strony pozwanej.

Tutejszy Sąd wydał nakaz zapłaty w postępowaniu upominawczym, w którym uwzględnił żądanie pozwu.

W sprzeciwie od nakazu zapłaty pozwana wniosła o oddalenie powództwa w całości oraz zasądzenie od powódki na rzecz pozwanej kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych. W uzasadnieniu stwierdziła, że należne jej od powódki premie pieniężne miały charakter rabatów, które miały bezpośredni wpływ na marżę uzyskiwaną przez pozwaną na sprzedaży towarów, pozwana, kalkulując swoją marżę, uwzględniała w niej zmniejszenie ceny zakupu towarów o kwoty uzyskanych premii pieniężnych. Taki sposób obniżania kosztów zakupu był stosowany przez pozwaną w związku z przyjętym przez powódkę cennikiem przygotowywanym specjalnie dla pozwanej, nie zaś stałym cennikiem stosowanym wobec wszystkich swoich odbiorców. Gdyby zastosowanie w stosunkach pomiędzy stronami miał cennik jednolity i powszechnie znany dla wszystkich odbiorców powódki, wówczas rabaty te zostałyby uwzględnione bezpośrednio w fakturze za zakupione towary, pomniejszając cenę cennikową o należny rabat. W związku jednakże z brakiem takiego cennika pozwana nie miałaby możliwości weryfikacji, czy ustalone warunki handlowe pomiędzy stronami w rzeczywistości odpowiadają uzgodnieniom, stąd też doszło pomiędzy stronami do uzgodnienia, że rabat taki przyjmie formę premii pieniężnej w wysokości 1,5 % wartości netto zakupionych towarów w danym okresie, jak również kwoty 1000 złotych w sytuacji zwiększenia rynku zbytu towarów powódki w wyniku otwarcia nowych placówek handlowych pozwanej.

Intencją pozwanej nigdy nie było pobieranie od powódki opłat za dopuszczenie towarów do sprzedaży, a jedynie obniżenie kosztów zakupu, a tym samym stosownej marży na sprzedaży towarów. Uzgodniona metoda ustalania marży nie zmieniała rachunku ekonomicznego co do rozliczeń z powódką, w stosunku do sytuacji, gdyby na fakturze powódka otrzymała od razu zapłatę w niższej wysokości, uwzględniającej premię pieniężną. Późniejszy jej pobór w rzeczywistości było korzystny dla powódki, bowiem następował z opóźnieniem. Powódka jako jeden z nielicznych dostawców pozwanej miał bardzo krótki termin płatności wynoszący jedynie 10 dni, tym samym w każdym przypadku płatność ceny za daną dostawę przypadała przed płatnością rabatu posprzedazowego jakim była premia pieniężna.

Pozwana wskazała nadto na to, że premia kwestionowana przez powódkę stanowiła element posprzedazowej obniżki ceny. Przez kilka lat takie obniżenie ceny było uznawane za świadczenie usług przez kupującego na rzecz sprzedającego, stąd też powszechnie przyjmowano, iż obciążenia takie powinny przybierać formę usługi, podlegającej opodatkowaniu podatkiem VAT, dokumentowanej w oparciu o fakturę VAT stawianą przez kupującego, zaś źródeł takich usług dopatrywano się w działalności marketingowej kupującego na rzecz sprzedającego. Z tych też powodów takie, a nie inne zapisy znalazły się na fakturach dokumentujących premie pieniężne, pomimo, iż dla obu stron stanowiły one rabaty, nie zaś wynagrodzenie z tytułu świadczenia dodatkowych usług, co do czego powódka miała w pełni świadomość. Stanowisko to uległo pewnej zmianie dopiero w wyniku wydania interpretacji ogólnej Nr (...) Ministra Finansów z dnia 27 listopada 2012 r., która zmieniła podejście do premii pieniężnych, dopuszczając uznawanie premii od obrotu za rabaty. Wówczas też dopiero pozwana podjęła decyzję o zweryfikowaniu swoich warunków handlowych, poprzez prowadzenie do zapisów w miejsce premii pieniężnych rabatów. Takie warunki zostały też zaakceptowane od II kwartału 2013 r. przez powoda, stąd też począwszy od II kwartału 2013 r. rozliczenia pomiędzy stronami powinny przybrać formę faktur korygujących wystawianych przez powódkę, w oparciu o tzw. żądanie faktury korygującej. Niestety, przez przeoczenie działu księgowego pozwanej, dalej funkcjonowały w stosunkach między stronami rozliczenia w oparciu o faktury nie zaś faktury korygujące, dokumentujące udzielony retrospektywnie rabat.

Pozwana podniosła, że nigdy nie ingerowała w sposób kalkulacji ceny sprzedawanych jej przez powódkę. Powódka od początku współpracy z pozwaną była świadoma warunków handlowych na jakich miała się ta współpraca opierać. Premia pieniężna funkcjonowała w obrotach pomiędzy stronami już w 2004 r. Gdyby powódka nie wyraziła zgody na

obniżenie ceny zakupu w stosunku do cennika przygotowanego wyłącznie na potrzeby transakcji z pozwaną, wówczas pozwana domagałaby się niższych cen o wskaźnik równy premii pieniężnej. Pozwana podniosła też, że powódka mogła w każdej chwili rozwiązać współpracę, miała też wpływ na uzgodnienie jej warunków. W ocenie pozwanej nie można sieci handlowej zarzucać czynu nieuczciwej konkurencji tylko dlatego, że obstała przy ofercie zakupu pod warunkiem obniżenia ceny sprzedaży.

Stan faktyczny i wskazanie dowodów.

Powódka jest producentem wyrobów mięsnych. Towar produkowała pod konkretne zamówienia. Sprzedaż kierowała głównie do drobnych odbiorców. Dochodziło do nieregulowania przez część z nich należności za kupiony towar. Powódka borykała się z problemem zatorów płatniczych.

W roku 1999/2000 powódka nawiązała kontakt z przedstawicielem pozwanej, zatrudnionym na stanowisku pośrednika sprzedaży, o nazwisku J., z którym uzgodniono rozpoczęcie współpracy handlowej z pozwaną. Strony nie zawarły pisemnej umowy, a sprzedaż przez powoda produktów odbywała się w ten sposób, że przedstawiciel pozwanej składał powodowi zamówienia po każdorazowych negocjacjach w zakresie w zakresie ceny. W tym czasie pozwana była jednym z równorzędnych odbiorców towaru od powódki. Z żadnym ze sprzedawców detalicznych powódka nie miała stałych umów, produkowała dopiero pod konkretne zamówienia.

Dowody: - przesłuchanie powódki w osobach J. S. (e-protokół

z dnia 2 grudnia 2014 roku), Z. D.

(e-protokół z dnia 2 grudnia 2014 roku).

Strony były zainteresowane utrzymaniem dalszej współpracy, toteż podejmowały negocjacje zmierzające do zawarcia umowy o długofalowej współpracy. Z propozycją takiej współpracy wystąpiła pozwana, która zmierzała do utrwalenia i ustabilizowania współpracy oraz trwałego związania się z jednym dostawcą świeżych produktów mięsa mielonego. W dniu 1 kwietnia 2004 roku pomiędzy pozwaną (...) spółką z ograniczoną odpowiedzialnością w M., jako kupującym, a powódką Przedsiębiorstwem Produkcyjno Handlowo Usługowym (...) spółką z ograniczoną odpowiedzialnością w G., jako sprzedającym, zawarta została umowa o współpracy

Zgodnie z treścią § 1 wskazanej umowy jej przedmiot stanowiła sprzedaż towarów wraz z ich dostawą. Sprzedający zobowiązał się do systematycznego i terminowego dostarczania zamówionych przez kupującego towarów, we własnym zakresie i na własny koszt, do magazynów, bądź punktów handlowych wskazanych przez kupującego w zamówieniu. Zamówienia miały być składane za pośrednictwem faxu. W sprawie asortymentu i cen w § 2 umowy znajdowało się odesłanie do załącznika nr 1. Sprzedający mógł zmieniać ceny towaru, natomiast miał obowiązek powiadamiać pozwaną pisemnie na 14 dni przed datą ich wprowadzenia.

Od chwili zawarcia umowy o współpracy uzgodniono w zakresie ustalania ceny uwzględnianie składnika nazwanego „premia miesięczna”, która stanowiła 1,5% wartości netto towarów sprzedanych w danym miesiącu kalendarzowym, rozliczana maksymalnie w terminie 3 miesięcy po upływie danego miesiąca w oparciu o notę obciążeniową wystawioną na kupującego, płatną w terminie 7 dni od dnia otrzymania noty przez sprzedającego. W praktyce składnik ten był uwzględniany po przez potrącanie kwot stanowiących wyżej podany procent, od kwot faktur sprzedażowych powódki, na co powódka wyraziła pisemną zgodę.

Przedmiotem sprzedaży było świeże zmielone mięso, które charakteryzowało się krótkim terminem ważności. Składnik o nazwie „premia miesięczna” zabezpieczał rentowność zakupów, zaś pozwanej zapewniał, że nie było potrzeby częstego negocjowania cen w sytuacji gdy kupujący w celu dalszej odsprzedaży nie był w stanie, z uwagi na specyfikę towaru, oszacować marży na jednolitym poziomie.

Powódka odrębnie w stosunku do pozwanej przygotowywała cenniki na sprzedawany przez nią towar. Pomiędzy stronami prowadzone były także negocjacje w zakresie cen na poszczególne towary ale tylko w sytuacji prowadzenia akcji promocyjnych przez pozwaną, obejmujących produkty powódki.

Dowody: - kopia umowy o współpracy z 1.04.2004 roku (k. 34–39),

- cenniki powódki (k. 288, 290),

- korespondencja e-mailowa (k. 289),

- zeznanie świadka M. C. (e-protokół z dnia 23 września

2014); zeznanie świadka D. G. (e-protokół z dnia 23 września

2014 roku),

- przesłuchanie powódki w osobach J. S. (e-protokół

z dnia 2 grudnia 2014 roku), Z. D.

(e-protokół z dnia 2 grudnia 2014 roku).

Zawarcie umowy o współpracy pomiędzy stronami poprzedzone było negocjacjami, które ze strony powódki prowadził J. S.. Powódka zawierając umowę z pozwaną miała na celu zwiększenie i rozszerzenie sprzedaży swoich produktów. Pozwana zmierzała do zagwarantowania długofalowej i ustabilizowanej współpracy, bez konieczności każdorazowego negocjowania cen.

Zawarcie umowy o współpracy oraz ustalenie mechanizmów, które zabezpieczały trwałość współpracy, a także gwarantowały powódce otrzymywanie zamówień od pozwanego, a pozwanej minimalizowało ryzyko ponoszenia strat związanych z ewentualnością braku pełnej sprzedaży towaru, który nie mógł być, z uwagi na specyfikę i krótki okres przydatności do spożycia, odsprzedawany innym sprzedawcom, zważając na potrzeby częstych negocjacji cenowych, a w razie ich niepowodzenia, poszukiwania innych dostawców, leżało w interesie obu stron.

Powódka w związku z zawarciem umowy z pozwaną podjęła inwestycje w celu zmechanizowania swojej produkcji i jej zwiększenia.

Wynegocjowane przez strony warunki były ogólnie przyjęte u pozwanej, a reprezentujący powódkę J. S. uznał, że są do zaakceptowania. Powódka dążyła do współpracy z dużym odbiorcą, w odejścia od współpracy z małymi odbiorcami, z którymi nie miała stałych umów, ani gwarancji stałych zamówień. Zmierzała do zwiększenia obrotów.

Od czasu zawarcia umowy o współpracy z pozwaną powódka zrezygnowała ze współpracy z mniejszymi kontrahentami z uwagi na niepewność wynikającą z braku stałych umów, oraz z uwagi na niską opłacalność sprzedaży towaru tym odbiorcom, spowodowaną koniecznością dostarczania towaru do odbiorców własnym transportem. Z innymi odbiorcami powódka miała więcej procesów sądowych o niezapłacone faktury niż zysku z tej działalności

Pozwana stała się głównym odbiorcą produktów powoda. Ponad 90% obrotów powoda stanowiła sprzedaż na rzecz pozwanej. Powódce zależało na utrzymaniu współpracy z pozwaną z uwagi na zobowiązania kredytowe powódki oraz stałość współpracy. Powódka zrezygnowała ze współpracy z drobnymi odbiorcami, z którymi współpracowała wcześniej, ponieważ pozostawała ona nieopłacalna

Dowody: - przesłuchanie powódki w osobach J. S. (e-protokół

z dnia 2 grudnia 2014 roku, e-protokół z dnia 11 września 2015 roku),

Z. D. (e-protokół z dnia 2 grudnia 2014 roku,

e-protokół z dnia 11 września 2015 roku);

- zeznania świadka D. G. (e-protokół z dnia 23 września 2014

roku, oraz e-protokół z dnia 11 września 2015).

Od zawarcia przez strony umowy o współpracy strony zaprzestały prowadzenia negocjacji odnośnie każdorazowej dostawy. Składnik cenotwórczy w postaci tzw. premii miesięcznej w wysokości 1,5%, która w istocie była rabatem posprzedazowym, nie ulegał zmianie i żadna ze stron nie występowała o zmianę jego wysokości. Brak tego składnika powodowałby konieczność angażowania stron w częste ustalania warunków cenowych.

Pozwana współdziałała z powódką w celu zoptymalizowania transportu i obniżenia jego kosztów. Wynikało to z tego, że powódka nie miała swojego działu transportu Wskazywała powódce przewoźników, z którymi stale współpracowała.

Dowody: - zeznania świadka M. C. (e-protokół z dnia 23 września 2014);

- zeznania świadka D. G. (e-protokół z dnia 23 września 2014,

e-protokół z dnia 11 września 2015 roku).

Powódka w toku współpracy handlowej zwracała się do pozwanej o prowadzenie promocji sprzedawanego przez nią towaru.

Pozwana zamieszczała znaczenia opisowe i graficzne produktów sprzedawane przez powódkę w wydawanych przez nią gazetkach promocyjnych po uzyskaniu od powódki oświadczenia o uczestnictwie w promocji. Cena towaru w akcjach promocyjnych była ustalana w oparciu o proponowaną przez powódkę cenę promocyjną.

W gazetkach promocyjnych obowiązujących w czerwcu 2009 roku, w listopadzie 2009 roku, w styczniu 2010 roku, w kwietniu 2010 roku, w sierpniu 2010 roku, we wrześniu 2010 roku, w październiku 2010 roku, w listopadzie 2010 roku, w maju 2011 roku, w sierpniu 2011 roku, we wrześniu 2011 roku, w styczniu 2013 roku, w kwietniu 2013 roku produkty powódki były reklamowane w sposób umożliwiający identyfikację producenta.

Dowody: - korespondencja elektroniczna (k. 291);

- potwierdzenia uczestnictwa w promocji (k. 295,302,309,321,328,337,344,

352,359,366, 373, 378, 383),

- gazetki promocyjne (k. 296-301, 303-308, 310-313, 314, 315-320,329-336,

338-343,353-358, 360-365, 374-377, 384-387, 379-382

- przesłuchanie powódki w osobie Z. D. (e-protokół

z dnia 2 grudnia 2014 roku).

Zgodnie ze szczegółowymi warunkami handlowymi na rok 2008 i 2009 stanowiącymi załącznik nr 5 do współpracy strony ustaliły, że kupującemu będzie przysługiwała od sprzedającego miesięczna premia pieniężna w wysokości 1,5% wartości netto towarów sprzedawanych/dostarczanych w danym miesiącu kalendarzowym, rozliczana maksymalnie w terminie 3 miesięcy po upływie danego miesiąca, w oparciu o notę obciążeniową wystawioną przez kupującego, płatną w terminie 7 dni od dnia otrzymania noty przez sprzedającego.

Od 2013 roku zmieniono nazwę tego składnika na rabat miesięczny. Powódka przedstawiała rozliczenie tego rabatu za poszczególne miesiące 2013 roku, wskazując jego wysokość kwotową i zobowiązując się do wystawienia faktury korygującej na kwotę rabatu.

Rozliczenie pomiędzy stronami w zakresie rabatów miesięcznych faktycznie następowało w oparciu o wystawiony przez sprzedającego, na formularzu pozwanej, dokument informujący o wysokości obrotu netto w danym miesiącu.

Strony ustaliły także, że wszelkie zwroty towarów, dokonane z powodu okoliczności, za które ponosi odpowiedzialność sprzedający, jak również braki w dostawach za które ponosi odpowiedzialność sprzedający, wliczane będą do obrotów, od których naliczane będą premie pieniężne oraz budżet na działania marketingowe i promocyjne.

Dowody: - kopie załączników nr 5 do umowy o współpracy (k. 40-41, 280-283);

- rozliczenia rabatów (k. 284-287),

- zeznania świadka D. G. e-protokół z 11 września 2015).

Od 2010 roku pomiędzy stronami obowiązywały szczególne warunki handlowe, które przewidywały, że kupującemu będzie również przysługiwała od sprzedającego premia pieniężna w wysokości 1.000 złotych w związku z włączeniem przez kupującego nowej placówki do sieci swoich sklepów i tym samym zwiększenia ilości sprzedawanych towarów, liczona od każdego nowego sklepu, rozliczana nie później niż w terminie do 3 miesięcy od końca miesiąca, w którym doszło do otwarcia danej placówki, w oparciu o fakturę marketingową wystawioną przez kupującego, płatną w terminie 7 dni od dnia otrzymania faktury przez sprzedającego. Maksymalna liczba premii pieniężnych tego typu w roku 2010 i 2011 miała wynosić 30 rocznie, a w roku 2012 miała wynosić 50.

Dowody: - szczególne warunki handlowe (k. 44-47)

W okresie trwającej pomiędzy stronami współpracy pozwana wystawiła z tytułu usług marketingowych dotyczących nowo otwartych sklepach na rzecz powoda faktury na kwotę 81.180 złotych z czego:

- w dniu 31 marca 2011r. na kwotę 2.460zł brutto,
- w dniu 29 kwietnia 2011r. na kwotę 3.690zł brutto,
- w dniu 31 maja 2011r. na kwotę 2.460zł brutto,
- w dniu 29 lipca 2011r. na kwotę 2.460zł brutto,
- w dniu 30 września 2011r. na kwotę 4920zł brutto,
- w dniu 31 października 2011r. na kwotę 3.690zł brutto,
- w dniu 30 listopada 2011r. na kwotę 6.150zł brutto,
- w dniu 29 lutego 2012r. na kwotę 6.150zł brutto,
- w dniu 30 marca 2012r. na kwotę 4.920zł brutto,
- w dniu 29 czerwca 2012r. na kwotę 2.460zł brutto,
- w dniu 31 lipca 2012r. na kwotę 4.920zł brutto,
- w dniu 31 sierpnia 2012r. na kwotę 4.920zł brutto,
- w dniu 31 października 2012r. na kwotę 1.230zł brutto,

- w dniu 30 listopada 2012r. na kwotę 7.380zł brutto,
- w dniu 31 grudnia 2012r. na kwotę 8.610zł brutto,
- w dniu 31 stycznia 2013r. na kwotę 8.610zł brutto,
- w dniu 28 lutego 2013r., na kwotę 1.230zł brutto,
- w dniu 30 kwietnia 2013r. na kwotę 3.690zł brutto,
- w dniu 31 maja 2013r. na kwotę 1.230zł brutto.

Dowody: - faktury nr (...),

30/10/068, 30/11/079, 30/02/099, 30/03/084, 30/06/108, 30/07/078,

30/08/071, 30/10/089, 30/11/084, 30/01/062, 30/12/048, 30/02/057,

30/04/074, 30/05/061, (k. 54, 55, 60, 90, 110, 116, 127, 134, 148, 170, 186, 196,

208, 218, 219, 229, 232, 236, 239).

Pozwana w okresie trwającej pomiędzy stronami współpracy wystawiła na rzecz powoda faktury z tytułu premii pieniężnych (rabatów miesięcznych) na łączną kwotę 134 807,16zł z czego:

- w dniu 28 lutego 2011 r. na kwotę 5.324,47zł brutto
- w dniu 31 marca 2011 r. na kwotę 4.570zł brutto
- w dniu 29 kwietnia 2011r. na kwotę 4.448,16zł brutto
- w dniu 31 maja 2011r. na kwotę 4.155,44zł brutto
- w dniu 31 maja 2011r. na kwotę 5.646,66zł brutto
- w dniu 30 czerwca 2011r. na kwotę 4.774,05zł brutto
- w dniu 31 sierpnia 2011r. na kwotę 11.556,49zł brutto
- w dniu 31 października 2011r. na kwotę 14.009,97zł brutto
- w dniu 30 listopada 2011r. na kwotę 6.095,86zł brutto
- w dniu 31 grudnia 2011r. na kwotę 4.898,40zł brutto
- w dniu 30 marca 2012r. na kwotę 15.032,77zł brutto
- w dniu 30 kwietnia 2012r. na kwotę 4.447,36zł brutto
- w dniu 31 maja 2012r. na kwotę 4.365,33zł brutto
- w dniu 29 czerwca 2012r. na kwotę 4.670,78zł brutto
- w dniu 31 lipca 2012r. na kwotę 4.682,65zł brutto
- w dniu 31 sierpnia 2012r. na kwotę 4.888,27zł brutto

- w dniu 28 września 2012r. na kwotę 4.390,76zł brutto
- w dniu 31 października 2012r. na kwotę 4.869,91zł brutto
- w dniu 30 listopada 2012r. na kwotę 4.185,63zł brutto
- w dniu 31 stycznia 2013r. na kwotę 4.537,86zł brutto
- w dniu 31 grudnia 2012r., na kwotę 5.185,94zł brutto
- w dniu 28 lutego 2013r. na kwotę 3.484,60zł brutto
- w dniu 29 marca 2013r. na kwotę 4.585,80zł brutto.

Dowody: - faktury nr (...),

30/06/064, 30/08/067, 30/10/068, 30/12/024, 30/03/084, 30/04/003,

30/05/048, 30/06/108, 30/07/078, 30/08/071, 30/09/037, 30/10/089, 30/11/084,

30/01/062, 30/12/048, 30/02/057, 30/03/055 (k. 48, 54, 55, 61, 62, 84, 96, 116,

133, 148, 158, 164, 170, 186, 196, 202, 208, 218, 219, 229, 232)

Należności z wystawianych przez pozwaną faktur z tytułu usług marketingowych w nowo otwartych sklepach oraz z tytułu premii miesięcznych (rabatów miesięcznych) były regulowane poprzez ich potrącenie z należnościami przysługującymi stronie powodowej z tytułu sprzedaży dostarczanego pozwanej towaru.

Niesporne.

Strony zaprzestały prowadzenia współpracy handlowej w 2013 roku.

Niesporne.

Ocena dowodów.

W sprawie treści umowy stron oraz załączników dotyczących kwestionowanych przez powódkę świadczeń pobranych przez pozwaną, dowodami były dokumenty prywatne, których prawdziwości żadna ze stron nie kwestionowała. Pozwoliły one ustalić treść umowy o współpracy, jej charakter, treść załączników w sprawie elementów świadczeń związanych z dostarczaniem pozwanej towarów przez powódkę, jako sprzedającego, sposób pobierania przez pozwaną świadczeń, o których mowa, stanowiska powódki co do tych świadczeń, w szczególności dyspozycji ich kompensowania z należnościami powódki.

W sprawie czasu uzgodnienia tych świadczeń, a w szczególności świadczenia o pierwotnej nazwie premia miesięczna, oznaczonego w wysokości 1,5% od obrotu pomiędzy stronami, miarodajne okazały się przede wszystkim dowody ze źródeł osobowych, przy czym podstawowe znaczenie miało przesłuchanie powódki. W toku przeprowadzania tego dowodu przyznano, że premia miesięczna liczona w stałym procencie od miesięcznego obrotu, została ustalona już przy zawarciu umowy o współpracy w kwietniu 2004 roku (przesłuchania za powódkę J. S. podczas rozprawy w dniu 2 grudnia 2014 roku). Okoliczność ta ma istotne znaczenie przy ocenie, czy doszło do istnienia uprzywilejowanej pozycji pozwanej wobec powódki i jej ewentualnego wykorzystania przez pozwaną, polegającego na zmodyfikowaniu zasad współpracy w sposób niekorzystny dla powódki, w sytuacji gdy powódka znajdowała się w sytuacji ponoszenia kosztów przeprowadzonych inwestycji, związanych właśnie z zawarciem umowy z pozwaną. Będzie jeszcze o tym mowa niżej.

Przesłuchanie strony powodowej oraz świadków wskazanych przez pozwaną służyło też ustaleniu, w jakich okolicznościach doszło do wzmiankowanych uzgodnień, będących określeniem zasad kształtowania cen towarów

sprzedawanych przez powódkę pozwaną, czy z wprowadzeniem kwestionowanych w pozwie elementów rozliczeń dostaw towarów przez powódkę, jako sprzedającego, wiązały się jakiegokolwiek usługi czy ułatwienia wobec powódki, czy dokonanie wzmiankowanych uzgodnień odbyło się w warunkach przymusu ekonomicznego wobec powódki, polegającego na uzależnieniu możliwości kontynuowania dostaw od przyjęcia warunków przedstawionych przez pozwaną, wreszcie czy istniały inne uwarunkowania co do potrzeby dokonania uzgodnień odrębnie w zakresie premii od obrotu oraz opłaty za usługę w postaci wprowadzenia możliwości sprzedaży towaru z przeznaczeniem do nowej placówki handlowej.

Przedstawiciele powódki przyznali, że zależało im na stałej współpracy z pozwaną, jako lepszej pod różnymi względami od współpracy z pojedynczymi punktami handlowymi (detalistami), co więcej, w celu intensyfikacji tej współpracy, powódka przedsięwzięła nakłady inwestycyjne mające na celu zwiększenie produkcji. Samą też umowę o współpracy z pozwaną zawarła w celu zwiększenia produkcji i zwiększenia obrotów.

Nie można było dać wiary twierdzeniu prezesa zarządu powódki, że zasady współpracy z pozwaną przed zawarciem umowy o współpracy w dniu 1 kwietnia 2004 roku były dla powódki korzystniejsze, zaś w kolejnych latach warunki tej współpracy się pogarszały. Twierdzenia te były gołosłowne, bowiem niczym nie zostały udokumentowane, mimo niewątpliwych możliwości udokumentowania tych twierdzeń dowodami pisemnymi, chociażby w postaci faktur z okresu sprzed 1 kwietnia 2004 roku, czy dokumentów zamówień. Nie da się pogodzić z doświadczeniem życiowym, odnosząc jego zasady do sposobów regulacji stałej współpracy pomiędzy przedsiębiorcami, zwłaszcza handlowej, z licznymi świadczeniami wzajemnymi, twierdzenia prezesa zarządu pozwaną, że zasady współpracy z powódką, gdy nie było pisemnej umowy dającej perspektywę długotrwałej współpracy, o sprecyzowanych warunkach, było korzystniejsze niż określenie umowne reguł kontynuowania współpracy w przyszłości. Trzeba dodać, że twierdzenia te nie przystają też do argumentacji pozwu, w której nie było odwołania się do porównania warunków współpracy zakładających świadczenia, których powódka domagała się zwrotu w niniejszej sprawie, z warunkami istniejącymi przed zawarciem umowy o współpracy i wskazania, że te poprzednie warunki były lepsze.

Wewnętrzna sprzeczność zeznania prezesa zarządu powódki, który nota bene nie uczestniczył w negocjacjach na temat warunków umowy z pozwaną, wyrażała się też tym, że podważając opłacalność współpracy w pozwaną po zawarciu pomiędzy stronami umowy z dnia 1 kwietnia 2004 roku, jednocześnie przyznał on, że współpraca ta była dla powódki zdecydowanie korzystniejsza od dotychczasowej współpracy z innymi przedsiębiorcami, gdzie pojawiały się zatory płatnicze, konieczność sądowego dochodzenia realizowania płatności z faktur wystawianych tym odbiorcom, brak stałej regulacji umownej, gorsze warunki transportu towaru (rozprawa w dniu 2 grudnia 2014 roku). Można dodać, że wiceprezes zarządu powódki J. S., który prowadził negocjacje w sprawie warunków współpracy z powódką, przyznał, że zawierając umowę z powódką dążył do zwiększenia obrotów, to zaś pozwala wnioskować, że wcześniejsze obroty w kontaktach handlowych z powódką były na niższym poziomie niż po dniu 1 kwietnia 2004 roku. Należy ponownie zauważyć, że powódka nie przedstawiła żadnych dowodów pisemnych, które pozwoliłyby zweryfikować twierdzenia powódki na temat przebiegu i zakresu współpracy pomiędzy stronami przez wskazaną datę, a jednocześnie podważyć wskazane wyżej, a dokonane zgodnie z art. 231 k.p.c. wnioski o faktach tej wcześniejszej współpracy.

Na niewiarygodność zeznań powódki w sprawie jej pozycji negocjacyjnej z pozwaną wskazują też fakty składania przez powódkę oświadczeń o uwzględnianiu obowiązku świadczeń z tytułu tzw. premii miesięcznej od obrotu, a także dokonywania przez nią z przeznaczeniem dla powódki wyliczeń kwot do skompensowania z kwotami z faktur powódki. Fakty te wskazują, że powódka nie tylko akceptowała uzgodnienia w sprawie przyjętego sposobu kalkulowania cen jej wyrobów i sposobu prowadzenia rozliczeń, ale też w tym zakresie współdziałała z pozwaną. Warto w tym miejscu odwołać się do zeznania świadka M. C., z których wynika dość logiczny wniosek, że pobieranie premii od obrotu, dokonywane po zakończeniu dostaw i zapłaty za nie, było dla powódki korzystniejsze niż rozliczenie tego składnika rabatowego przy każdej płatności.

Jako ewidentny przykład niewiarygodności dowodu z przesłuchania powódki, a przede wszystkim jej prezesa zarządu Z. Z., w sferze opisywania pozycji powódki i pozwaną w sprawie rozliczeń ich współpracy było oczywiście nieprawdziwe twierdzenie o braku wskazania powódki jako producenta sprzedawanego pozwaną towaru, w gazetkach

promocyjnych pozwanej, wbrew ich treści znajdującej się w aktach sprawy. Sprawa udziału w akcjach promocyjnych nie ma istotnego znaczenia w niniejszej sprawie, bowiem nie przedstawiono jakichkolwiek dowodów na okoliczność ponoszenia kosztów tych promocji przez powódkę, natomiast omawiane zeznanie powódki, o treści oczywiście sprzecznej z treścią tych gazetek, znajdujących się w aktach sprawy, wskazuje na poziom wiarygodności dowodu w niniejszej sprawie.

Konfrontując treść omawianego dowodu, z dowodami z zeznań świadków M. C. i D. G., ku czemu też Sąd w niniejszej sprawie dążył przeprowadzając ponownie dowód z zeznania świadka D. G., w obecności przedstawicieli powódki, i w celu porównania tych dowodów, należy stwierdzić, że dowody te musiały być uznane za bardziej wiarygodne. Przede wszystkim świadkowie ci nie starali się wypowiadać na temat faktów, których nie znają, zeznawali konkretnie, odnosząc się do swojego udziału w czynnościach dotyczących kontraktu z powódką, rzetelnie przedstawiając okoliczności zawarcia umowy z dnia 1 kwietnia 2004 roku, oraz w sprawie uzasadnienia wprowadzenia kwestionowanych przez powódkę elementów rozliczeń pomiędzy stronami przyjętych przez stronę pozwaną. Odnosząc się do stanowiska powódki unikano zarzutów „mętności” wypowiedzi (taki zarzut natomiast przedstawił prezes zarządu powódki po odczytaniu mu fragmentu zeznania D. G.) zajmowano stanowisko co do merytorycznej strony przedstawianej im do odniesienia się treści wynikającej z przesłuchania i oświadczeń powódki. Rzeczowo przedstawili uzasadnienie zawarcia z powódką umowy z dnia 1 kwietnia 2004 roku i uzgodnienia tzw. premii miesięcznej od obrotu. Analiza prawna w tym zakresie zostanie przedstawiona niżej.

Ocena prawna.

Żądanie pozwu można kwalifikować jak roszczenie o zwrot nienależnych pozwanej świadczeń, a więc roszczenie do którego stosuje się przepisy o bezpodstawnym wzbogaceniu (art. 405-410) k.c. w związku z art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W pozwie powódka podniosła argumentację odnoszącą się do naruszenia przez pozwaną rozmaitych dóbr powódki, natomiast nie przedstawiła żądania, które mogłoby być kwalifikowane jako dochodzenie naprawienia szkody, o którym mowa w art. 18 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy.

Powódka twierdziła, że pobranie od niej przez pozwaną opłat, których zasądzenia zwrotu zażądała, stanowiły czyn nieuczciwej konkurencji określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z powołaną regulacją czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Dokonując interpretacji tego przepisu w powiązaniu go z definicją czynu nieuczciwej konkurencji zawartą w art. 3 ust. 1 powołanej ustawy (dalej jako „u.z.n.k.”), jako działania sprzecznego z prawem lub dobrymi obyczajami, zagrażającego interesowi czy naruszającego interes innego przedsiębiorcy lub klienta, należy zauważyć, że do czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. dochodzi wówczas, gdy przedsiębiorca: 1) pobiera inną opłatę niż marża handlowa, 2) od przedsiębiorcy wprowadzającego towar do sprzedaży, 3) za przyjęcie tego towaru, 4) narusza przez to interes tego przedsiębiorcy lub temu interesowi zagraża. Jak widać, wszystkie te elementy muszą wystąpić łącznie, by można było uznać to działanie za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 powołanej ustawy. Trzeba dodać, że ten ostatni przepis, jak trafnie to określiła powódka w pozwie, stanowi definicję o charakterze klauzuli generalnej, której konkretyzację stanowią przepisy określające poszczególne czyny nieuczciwej konkurencji, a mającą zastosowanie wówczas, gdy do inkryminowanego zachowania przedsiębiorcy nie sposób zastosować żadnego z nich.

Powołana regulacja musi być skonfrontowana z przepisami o zasadach zawierania umów, w szczególności w obrocie gospodarczym. Podejmowanie i wykonywanie działalności gospodarczej jest wolne dla każdego na równych prawach, z zachowaniem warunków określonych przepisami prawa (art. 6 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej). Ograniczenia mogą wynikać jedynie z ustawy (w tym jej przepisów, które odnoszą się do klauzul generalnych), bądź z umowy, a rozwiązania umowne mogą być kształtowane przy uwzględnieniu zasady swobody umów (art. 353¹ k.c.), co oznacza, że strony mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) zobowiązania, ustawie ani zasadom współżycia społecznego.

Niewątpliwie sprzeczne z prawem, a często i z zasadami współżycia społecznego, są czyny nieuczciwej konkurencji (Marcin Mioduszewski, Jarosław Sroczyński [w: M. Zdyb – red.] Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, lex 2011). Zaprzeczają one istocie i celom regulacji o swobodzie przedsiębiorczości, która jednak nie zakłada zupełnej dowolności.

Celem regulacji art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest między innymi przeciwdziałanie nadużywaniu przez duże sieci handlowe ich silniejszej pozycji wobec mniejszych przedsiębiorców. Nie chodzi tu o odebranie tym sieciom wpływu na ich pozycję rynkową, natomiast zachowana musi być możliwość oddziaływania ich kontrahentów na swoje w nim uczestnictwo, wyrażone tym, że o zawarciu umowy decyduje jakość towaru, renoma producenta lub sprzedawcy i cena uwzględniająca obiektywne wskaźniki. Wymóg zachowania możliwości przedsiębiorcy na jego sytuację rynkową wynika nie tylko z ogólnej funkcji ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Już sama treść art. 15 ust. 1 u.z.n.k., który dotyczy „utrudniania dostępu do rynku”, zakłada istnienie takiego rodzaju wpływu, a więc stosunku konkurencji sensu largo.

Jak już była mowa, czynem nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest pobranie opłat innych niż marża handlowa wówczas, gdy nabywca towaru przeznaczonego do dalszej sprzedaży uzależnia jego przyjęcie, czy umieszczenie w jego ofercie handlowej, od poniesienia takich dodatkowych świadczeń, a więc gdy kwota uzgodniona pomiędzy sprzedawcą a kupującym, będącym hurtownikiem lub detalistą, różnica pomiędzy ceną sprzedaży a ceną zakupu, odpowiadająca świadczeniom na rzecz sprzedawcy związanym ściśle z obrotem towarowym, jest powiększona o inne jeszcze świadczenia kupującego niż dostarczenie towaru, uzależniające możliwość dokonania sprzedaży. Inne opłaty to te, które takim świadczeniom jak marża handlowa nie odpowiadają, przy czym nie ma znaczenia, w jakim czasie świadczenia te są pobierane lub potrącane (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 2 czerwca 2010 roku, I ACa 294/10).

W sprawach, w których pojawia się zarzut nieuczciwej konkurencji dostawca towaru musi wykazać, że poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży był zobowiązany do ponoszenia dodatkowych świadczeń (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 13 listopada 2008 roku, I ACa 718/08). Ponadto jeżeli na sprzedawcę, również w formie tzw. umów promocyjnych, zostają nałożone obowiązki ponoszenia dodatkowych opłat, należy domniemywać, że w ten sposób uiszczana jest w rzeczywistości zabroniona opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży. Trzeba zauważyć, że nie jest dodatkową opłatą świadczenie, które w rezultacie stanowi upust mieszczący się w przyjętym przez strony transakcji sposobie kalkulowania ceny, nawet gdy jest on stosowany już po dokonanej sprzedaży.

Sprzedający korzysta w przypadku ponoszenia opłat, które prima facie nie są określane jako marża handlowa, z ułatwienia dowodowego w wykazywaniu popełnienia przez kupującego czynu niedozwolonej konkurencji, o jakim mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Wystarczające będzie wykazanie przez niego, że poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży, uiszczal na rzecz kupującego dodatkowe świadczenia w pieniądzu (tzw. dowód prima facie – por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 13 października 2010 roku w sprawie I ACa 707/10). To na odbiorcy towaru, który pobiera dodatkowe świadczenia, spoczywa ciężar dowodu, że podstawy faktycznego ich pobierania są legalne (tak, w wyrokach Sądu Apelacyjnego w Krakowie: z dnia 4 września 2008 roku, I ACa 635/08; z dnia 3 czerwca 2009 roku, I ACa 444/09).

W niniejszej sprawie powódka wskazała na dwie opłaty. Pierwsza została określona jako premia miesięczna, którą określała też jako bonusy od obrotu. Zdaniem powódki nie stanowiła ona czynnika cenotwórczego, a więc nie mogła być traktowana jako upust. Powódka zwróciła uwagę na istnienie w obrocie premii udzielanych sobie wzajemnie przez przedsiębiorców, natomiast jej zdaniem premia miesięczna od obrotu nie miała takiego charakteru, lecz stanowiła warunek nawiązania i kontynuowania współpracy pomiędzy stronami. Wstępnie odnosząc się do żądania zwrotu pobranych przez pozwaną świadczeń z tytułu tej premii należy zwrócić uwagę, że powódka godziła się na ich pobieranie przez około 6 lat, zaś w pozwie nie wyjaśniła przyczyn tego stanu rzeczy. Jej roszczenie obejmuje dopiero następny okres. Powódka nie wskazała przyczyn tego stanu rzeczy.

W związku z powyższym należy uznać, że kwalifikacja omawianych opłat jako czynów nieuczciwej konkurencji, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., opiera się na zarzucie, że pobieranie tych opłat było warunkiem kontynuowania współpracy z powódką, a nie nawiązania tej współpracy.

Mimo to w niniejszej sprawie przedmiotem badania było ustalenie okoliczności uzgodnienia tego świadczenia, które obecnie możemy traktować jako rabat potransakcyjny, a więc czynnik w rozliczeniach pomiędzy sprzedającym a kupującym, którego wysokość została określona procentowo w stosunku procentowym od obrotu (tutaj 1,5%) zatem wysokość kwotowa zależała od tego, ile powódka w okresie miesięcznym sprzedała towaru pozwanej.

Badanie tych okoliczności musiało obejmować uwzględnienie celów jakie stawiały sobie strony zawierając umowę o współpracę w dniu 1 kwietnia 2004 roku, z którą należy łączyć uzgodnienie pobierania premii miesięcznej od obrotu. Powódka wskazała ten cel jako dążenie do zwiększenia obrotów, a więc zwiększenia sprzedaży towarów pozwanej, z jednoczesną rezygnacją ze współpracy z mniejszymi odbiorcami, jako niewygodnej, niepewnej, a często też nieopłacalnej. Z treści omówionych wyżej zeznań świadków i przesłuchania stron należy wnosić, że pozwana ten cel zaakceptowała, natomiast dążyła do utrwalenia współpracy i jej ustabilizowania. Jak to określił świadek D. G., pozwana chciała uniknąć konieczności „rotowania” sprzedawcami (rozprawa w dniu 11 września 2015 roku). W tym celu zrozumiałym jest dążenie pozwanej do stosowania takiego czynnika rozliczeń z powódką, który zabezpieczy pozwaną przed koniecznością częstych negocjacji cenowych, które mogły być wymagane choćby z uwagi na specyfikę towaru sprzedawanego przez powódkę, jako towaru o krótkiej przydatności do spożycia, niedającego się przechować, odsprzedać innym sprzedawcom lub przetworzyć. Powinno być oczywiste, że ryzyko niesprzedania takiego towaru wiązało się z bardziej dolegliwymi konsekwencjami dla pozwanej niż niesprzedania innych towarów. Wydaje się to być oczywiste również dla powódki, o czym świadczy stwierdzenie jej wiceprezesa J. S., że towar produkowała powódka pod konkretne zamówienie. Naturalnym jest wnioskowanie, że czyniła tak by uniknąć ryzyka braku zbycia towaru.

Z powyższego należy wnosić, że uzgodnienie pomiędzy stronami premii miesięcznej od obrotu, nazywanej w orzecznictwie rabatem potransakcyjnym, nie wynikało z uprzywilejowanej pozycji pozwanej i nie służyło pobraniu od powódki opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Obie strony chciały ustabilizować współpracę – powódka chciała mieć jednego odbiorcę, a pozwana mieć stałego dostawcę tego akurat asortymentu, nie „rotować” sprzedawcami. Tym samym uzgodnienie w kształtowaniu rozliczeń cenowych związanych ze sprzedażą powódki czynnika, który obniżał ryzyko pozwanej, którego w sposób uprawniony chciała ona uniknąć, służyło w istocie obu stronom, bowiem powódka zyskała stabilizację i stałość zapotrzebowania na swój towar, przy gwarancji płatności, natomiast pozwana była zwolniona od konieczności stałego i szczegółowego monitorowania przebiegu i opłacalności sprzedaży tego akurat asortymentu, a przez to podejmowania działań, które ograniczałyby ryzyko handlowe, wyższe niż przy innych sprzedażach.

Tym samym nie można przyjąć, że uzgodnienie omawianego czynnika w postaci premii od miesięcznego obrotu, mającego charakter rabatu potransakcyjnego, było nieekwiwalentne wobec powódki. Ekwiwalent ten nie musi się wiązać z rzeczywistymi usługami, może też polegać na tym, że sprzedający uzyskuje pewność dostaw i stałość uzgodnionych warunków cenowych, a więc unika konieczności przeprowadzania częstych, z niepewnym skutkiem negocjacji cenowych. Biorąc pod uwagę specyfikę towaru dostarczanego przez powódkę, korzyść ta była skierowana wyłącznie do powódki. To dzięki takim uzgodnieniom pozwana mogła, do czego zresztą dążyła, podjąć współpracę ze stałym odbiorcą, określonego asortymentu (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 27 lutego 2009 roku, I ACa 94/09), a tym samym spełnić oczekiwania powódki co do stałej współpracy właśnie z tym, a nie z innym dostawcą. Warto zauważyć, że powódka nie wskazała na okoliczności, które świadczyłyby o tym, że pozwana – jak to twierdził wiceprezes powodowej spółki (...) – oświadczała powódce, że inni dostawcy „czekają w kolejce”.

Jak widać, nie zawsze uzgodnienie rabatu potransakcyjnego, również pobieranego na podstawie rozliczeń późniejszych stanowi opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży. Nie jest tak wówczas, gdy rabat ten nie został sprzedawcy narzucony, a uzgodnienia dają obu stronom korzyści (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24 czerwca 2014 roku, I CSK 431/13). Nie można mówić o narzuceniu tego czynnika, gdy kupujący chce utrwalić współpracę z konkretnym sprzedawcą, i tylko w tym celu dąży do stabilizacji cenowej, oczywiście z ograniczeniem własnego ryzyka,

choćby z uwagi na specyfikę produktu, gdy należy on do towaru nie nadającego się do dalszej odsprzedaży z uwagi na krótki okres przydatności do spożycia.

Trzeba dodać, że procentowe ukształtowanie wysokości premii miesięcznej, będącej rabatem potransakcyjnym, nie sprzeciwia się jej kwalifikowaniu jako elementu marży handlowej (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 lipca 2015 roku, I CSK 587/14). Z reguły brak jest podstaw do traktowania jako opłat, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., tzw. opłat półkowych, premii liczonej od obrotu (por wyrok Sądu Najwyższego z dnia 17 kwietnia 2015 roku, I CSK 136/14). Jest to o tyle naturalne, że uzyskanie przez sprzedawcę wysokiego obrotu wiąże się z sumarycznym zyskiem na takim poziomie, który pozwala na określeniu ceny uwzględniającej go procentowo na zmniejszonym poziomie.

Inną ocenę należy przedstawić w odniesieniu do świadczeń w postaci opłaty o nazwie usługa marketingowa w nowo otwartych sklepach. Z tą opłatą pobieraną od powódki nie wiązało się żadne świadczenie pozwanej. Powódka nie dostarczała towaru do konkretnych sklepów, lecz do magazynów pozwanej, toteż otwarcie nowego sklepu nie wiązało się z udostępnieniem powódce nowego punktu odbioru towarów. Pozwana nie przedstawiła też jakichkolwiek dowodów, który wskazywałyby na zwiększenie sprzedaży powódki w związku z otwieraniem nowych placówek przez pozwaną.

Tym samym opłaty określone jako usługa marketingowa w nowo otwartych sklepach muszą być traktowane jako opłaty bez jakiegokolwiek korzyści po stronie powódki a przez to spełnione jest domniemanie, że są to tzw. opłaty półkowe. Uzasadnione jest wobec tego, na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w związku z art. 410 k.c. i art. 405 k.c., żądanie powódki zasądzenia kwot stanowiących wielkość pobranych z tego tytułu opłat, wynikających z faktur o numerach: (...).

O odsetkach od sumy kwot z wymienionych faktur, określonych jako usługa marketingowa w nowo otwartych sklepach, orzeczono na podstawie art. 481 § 1 i 2 k.c., przy czym termin wymagalności roszczenia przyjęto w oparciu o art. 455 k.c. W świetle tego przepisu roszczenie powódki należało traktować jako bezterminowe, a więc termin spełnienia świadczenia zależał od wezwania. Powódka nie przedstawiła wezwania pozwanej do zapłaty dochodzonej kwoty, toteż należało uznać, że termin wymagalności należy określić biorąc pod uwagę doręczenie pozwu i termin spełnienia świadczenia określony w nakazie zapłaty w postępowaniu upominawczym z dnia 9 kwietnia 2014 roku. Termin ten upłynął w dniu 6 maja 2014 roku, dlatego należało zasądzić odsetki od dnia następnego.

W pozostałej części należało powództwo oddalić. Powyższe rozstrzygnięcie ma wpływ na orzeczenie o kosztach procesu. Zgodnie z art. 100 k.p.c. należało uznać, że koszty powinny być stosunkowo rozdzielone, przy czym szczegółowe wyliczenie pozostawiono referendarzowi sądowemu (art. 108 § 1 k.p.c.). Ponieważ pełnomocnik powódki przedstawił spis kosztów, należało wskazać kryteria określenia wysokości kosztów powódki odnosząc się do tego zestawienia. Dokonując tego należało stwierdzić, przyznając prawo strony do domagania się zwrotu kosztów dojazdu do sądu przez jej pełnomocnika, że składając rozliczenie kosztów podróży samochodem bezpodstawnie przyjęto maksymalną stawkę określoną w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 25 marca 2002 roku w sprawie warunków ustalania oraz sposobu dokonywania zwrotu kosztów używania do celów służbowych samochodów osobowych, motocykli i motorowerów niebędących własnością pracodawcy. Abstrahując od kwestii adekwatności tej regulacji do rozliczania kosztów podróży pełnomocników stron w celu stawienia się w Sądzie, należy stwierdzić, że powódka nie wskazała jakiegokolwiek uzasadnienia dla stosowania stawek maksymalnych. Z tego względu, opierając się na znanych sądowi urzędowo zasadach rozliczania takich podróży, przyjęto stawkę w wysokości 0,60 złotych za 1 kilometr, warto przy tym zauważyć, że dokumenty świadczące o przejazdach wskazują na to, że cel przejazdów nie ograniczał się do udziału w rozprawie w niniejszym postępowaniu. Nadto nie ma podstaw do przyjęcia, że koszty noclegów pełnomocnika powódki były kosztami celowymi. Tutejszy Sąd wyznaczał rozprawy przy uwzględnieniu konieczności odbycia podróży przez pełnomocnika powódki, a więc ażeby możliwe było dotarcie do sądu bez konieczności korzystania z noclegów. Niezależnie od tego, zachodziła możliwość podróży koleją przy skorzystaniu z miejsca w wagonie sypialnym. Koszt powyższego odpowiadałby kosztowi podróży samochodem, również według wskazań przedstawionych wyżej. Nie ma też podstaw do uwzględnienia wniosków o przyznanie wynagrodzeń w kwotach przekraczających stawki minimalne. Aktywność stron i ich pełnomocników nie miała

nadzwyczajnego charakteru, natomiast przyczyniła się raczej (chodzi tu o aktywność pełnomocnika powódki) do przedłużenia postępowania, a nie do jego sprawnego przeprowadzenia.

Żądanie pozwu, które można kwalifikować jak roszczenie o zwrot nienależnych pozwanej świadczeń, a więc roszczenie do którego stosuje się przepisy o bezpodstawnym wzbogaceniu (art. 405-410) k.c. w związku z art. 18 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W pozwie powódka podniosła argumentację odnoszącą się do naruszenia przez pozwaną rozmaitych dóbr powódki, natomiast nie przedstawiła żądania, które mogłoby być kwalifikowane jako dochodzenie naprawienia szkody, o którym mowa w art. 18 ust. 1 pkt 4 powołanej ustawy.

Powódka twierdziła, że pobranie od niej przez pozwaną opłat, których zasądzenia zwrotu zażądała, stanowiły czyn nieuczciwej konkurencji określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z powołaną regulacją czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Dokonując interpretacji tego przepisu w powiązaniu go z definicją czynu nieuczciwej konkurencji zawartą w art. 3 ust. 1 powołanej ustawy (dalej jako „u.z.n.k.”), jako działania sprzecznego z prawem lub dobrymi obyczajami, zagrażającego interesowi czy naruszającego interes innego przedsiębiorcy lub klienta, należy zauważyć, że do czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. dochodzi wówczas, gdy przedsiębiorca: 1) pobiera inną opłatę niż marża handlowa, 2) od przedsiębiorcy wprowadzającego towar do sprzedaży, 3) za przyjęcie tego towaru, 4) narusza przez to interes tego przedsiębiorcy lub temu interesowi zagraża. Jak widać, wszystkie te elementy muszą wystąpić łącznie, by można było uznać to działanie za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 powołanej ustawy. Trzeba dodać, że ten ostatni przepis, jak trafnie to określiła powódka w pozwie, stanowi definicję o charakterze klauzuli generalnej, której konkretyzację stanowią przepisy określające poszczególne czyny nieuczciwej konkurencji, a mającą zastosowanie wówczas, gdy do inkryminowanego zachowania przedsiębiorcy nie sposób zastosować żadnego z nich.

Powołana regulacja musi być skonfrontowana z przepisami o zasadach zawierania umów, w szczególności w obrocie gospodarczym. Podejmowanie i wykonywanie działalności gospodarczej jest wolne dla każdego na równych prawach, z zachowaniem warunków określonych przepisami prawa (art. 6 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej). Ograniczenia mogą wynikać jedynie z ustawy (w tym jej przepisów, które odnoszą się do klauzul generalnych), bądź z umowy, a rozwiązania umowne mogą być kształtowane przy uwzględnieniu zasady swobody umów (art. 353¹ k.c.), co oznacza, że strony mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) zobowiązania, ustawie ani zasadom współżycia społecznego.

Niewątpliwie sprzeczne z prawem, a często i z zasadami współżycia społecznego, są czyny nieuczciwej konkurencji (Marcin Mioduszewski, Jarosław Sroczyński [w: M. Zdyb – red.] Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, lex 2011). Zaprzeczają one istocie i celom regulacji o swobodzie przedsiębiorczości, która jednak nie zakłada zupełnej dowolności.

Celem regulacji art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest między innymi przeciwdziałanie nadużywaniu przez duże sieci handlowe ich silniejszej pozycji wobec mniejszych przedsiębiorców. Nie chodzi tu o odebranie tym sieciom wpływu na ich pozycję rynkową, natomiast zachowana musi być możliwość oddziaływania ich kontrahentów na swoje w nim uczestnictwo, wyrażone tym, że o zawarciu umowy decyduje jakość towaru, renoma producenta lub sprzedawcy i cena uwzględniająca obiektywne wskaźniki. Wymóg zachowania możliwości przedsiębiorcy na jego sytuację rynkową wynika nie tylko z ogólnej funkcji ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Już sama treść art. 15 ust. 1 u.z.n.k., który dotyczy „utrudniania dostępu do rynku”, zakłada istnienie takiego rodzaju wpływu, a więc stosunku konkurencji sensu largo.

Jak już była mowa, czynem nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest pobranie opłat innych niż marża handlowa wówczas, gdy nabywca towaru przeznaczonego do dalszej sprzedaży uzależnia jego przyjęcie, czy umieszczenie w jego ofercie handlowej, od poniesienia takich dodatkowych świadczeń, a więc gdy kwota uzgodniona pomiędzy sprzedawcą a kupującym, będącym hurtownikiem lub detalistą, różnica pomiędzy ceną sprzedaży a ceną

zakupu, odpowiadająca świadczeniom na rzecz sprzedawcy związanym ściśle z obrotem towarowym, jest powiększona o inne jeszcze świadczenia kupującego niż dostarczenie towaru, uzależniająca możliwość dokonania sprzedaży. Inne opłaty to te, które takim świadczeniom jak marża handlowa nie odpowiadają, przy czym nie ma znaczenia, w jakim czasie świadczenia te są pobierane lub potrącane (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 2 czerwca 2010 roku, I ACa 294/10).

W sprawach, w których pojawia się zarzut nieuczciwej konkurencji dostawca towaru musi wykazać, że poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży był zobowiązany do ponoszenia dodatkowych świadczeń (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 13 listopada 2008 roku, I ACa 718/08). Ponadto jeżeli na sprzedawcę, również w formie tzw. umów promocyjnych, zostają nałożone obowiązki ponoszenia dodatkowych opłat, należy domniemywać, że w ten sposób uiszczana jest w rzeczywistości zabroniona opłata za przyjęcie towaru do sprzedaży. Trzeba zauważyć, że nie jest dodatkową opłatą świadczenie, które w rezultacie stanowi upust mieszczący się w przyjętym przez strony transakcji sposobie kalkulowania ceny, nawet gdy jest on stosowany już po dokonanej sprzedaży.

Sprzedający korzysta w przypadku ponoszenia opłat, które prima facie nie są określane jako marża handlowa, z ułatwienia dowodowego w wykazywaniu popełnienia przez kupującego czynu niedozwolonej konkurencji, o jakim mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Wystarczające będzie wykazanie przez niego, że poza obowiązkami wynikającymi z typowej umowy sprzedaży, uiszczal na rzecz kupującego dodatkowe świadczenia w pieniądzu (tzw. dowód prima facie – por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 13 października 2010 roku w sprawie I ACa 707/10). To na odbiorcy towaru, który pobiera dodatkowe świadczenia, spoczywa ciężar dowodu, że podstawy faktycznego ich pobierania są legalne (tak, w wyrokach Sądu Apelacyjnego w Krakowie: z dnia 4 września 2008 roku, I ACa 635/08; z dnia 3 czerwca 2009 roku, I ACa 444/09).

W niniejszej sprawie powódka wskazała na dwie opłaty. Pierwsza została określona jako premia miesięczna, którą określała też jako bonusy od obrotu. Zdaniem powódki nie stanowiła ona czynnika cenotwórczego, a więc nie mogła być traktowana jako upust. Powódka zwróciła uwagę na istnienie w obrocie premii udzielanych sobie wzajemnie przez przedsiębiorców, natomiast jej zdaniem premia miesięczna od obrotu nie miała takiego charakteru, lecz stanowiła warunek nawiązania i kontynuowania współpracy pomiędzy stronami. Wstępnie odnosząc się do żądania zwrotu pobranych przez pozwaną świadczeń z tytułu tej premii należy zwrócić uwagę, że powódka godziła się na ich pobieranie przez około 6 lat, zaś w pozwie nie wyjaśniła przyczyn tego stanu rzeczy. Jej roszczenie obejmuje dopiero następny okres. Powódka nie wskazała przyczyn tego stanu rzeczy.

W związku z powyższym należy uznać, że kwalifikacja omawianych opłat jako czynów nieuczciwej konkurencji, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., opiera się na zarzucie, że pobieranie tych opłat było warunkiem kontynuowania współpracy z powódką, a nie nawiązania tej współpracy.

Mimo to w niniejszej sprawie przedmiotem badania było ustalenie okoliczności uzgodnienia tego świadczenia, które obecnie możemy traktować jako rabat potransakcyjny, a więc czynnik w rozliczeniach pomiędzy sprzedającym a kupującym, którego wysokość została określona procentowo w stosunku procentowym od obrotu (tutaj 1,5%) zatem wysokość kwotowa zależała od tego, ile powódka w okresie miesięcznym sprzedawała towaru pozwanej.

Badanie tych okoliczności musiało obejmować uwzględnienie celów jakie stawiały sobie strony zawierając umowę o współpracy w dniu 1 kwietnia 2004 roku, z którą należy łączyć uzgodnienie pobierania premii miesięcznej od obrotu. Powódka wskazała ten cel jako dążenie do zwiększenia obrotów, a więc zwiększenia sprzedaży towarów pozwanej, z jednoczesną rezygnacją ze współpracy z mniejszymi odbiorcami, jako niewygodnej, niepewnej, a często też nieopłacalnej. Z treści omówionych wyżej zeznań świadków i przesłuchania stron należy wnosić, że pozwana ten cel zaakceptowała, natomiast dążyła do utrwalenia współpracy i jej ustabilizowania. Jak to określił świadek D. G., pozwana chciała uniknąć konieczności „rotowania” sprzedawcami (rozprawa w dniu 11 września 2015 roku). W tym celu zrozumiałym jest dążenie pozwanej do stosowania takiego czynnika rozliczeń z powódką, który zabezpieczy pozwaną przed koniecznością częstych negocjacji cenowych, które mogły być wymagane choćby z uwagi na specyfikę

towaru sprzedawanego przez powódkę, jako towaru o krótkiej przydatności do spożycia, niedającego się przechować, odsprzedać innym sprzedawcom lub przetworzyć. Powinno być oczywiste, że ryzyko niesprzedania takiego towaru wiązało się z bardziej dolegliwymi konsekwencjami dla pozwanej niż niesprzedania innych towarów. Wydaje się to być oczywiste również dla powódki, o czym świadczy stwierdzenie jej wiceprezesa J. S., że towar produkowała powódka pod konkretne zamówienie. Naturalnym jest wnioskowanie, że czyniła tak by uniknąć ryzyka braku zbycia towaru.

Z powyższego należy wnosić, że uzgodnienie pomiędzy stronami premii miesięcznej od obrotu, nazywanej w orzecznictwie rabatem potransakcyjnym, nie wynikało z uprzywilejowanej pozycji pozwanej i służyło pobraniu od powódki opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Obie strony chciały ustabilizować współpracę – powódka chciała mieć jednego odbiorcę, a pozwaną mieć stałego dostawcę tego akurat asortymentu, nie „rotować” sprzedawcami. Tym samym uzgodnienie w kształtowaniu rozliczeń cenowych związanych ze sprzedażą powódki czynnika, który obniżał ryzyko pozwanej, którego w sposób uprawniony chciała ona uniknąć, służyło w istocie obu stronom, bowiem powódka zyskała stabilizację i stałość zapotrzebowania na swój towar, przy gwarancji płatności, natomiast pozwana była zwolniona od konieczności stałego i szczegółowego monitorowania przebiegu i opłacalności sprzedaży tego akurat asortymentu, a przez to podejmowania działań, które ograniczałyby ryzyko handlowe, wyższe niż przy innych sprzedażach.

Tym samym nie można przyjąć, że uzgodnienie omawianego czynnika w postaci premii od miesięcznego obrotu, mającego charakter rabatu potransakcyjnego, było nieekwiwalentne wobec powódki. Ekwiwalent ten nie musi się wiązać z rzeczywistymi usługami, może też polegać na tym, że sprzedający uzyskuje pewność dostaw i stałość uzgodnionych warunków cenowych, a więc unika konieczności przeprowadzania częstych, z niepewnym skutkiem negocjacji cenowych. Biorąc pod uwagę specyfikę towaru dostarczanego przez powódkę, korzyść ta była skierowana wyłącznie do powódki. To dzięki takim uzgodnieniom pozwana mogła, do czego zresztą dążyła, podjąć współpracę ze stałym odbiorcą, określonego asortymentu (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 27 lutego 2009 roku, I A Ca 94/09), a tym samym spełnić oczekiwania powódki co do stałej współpracy właśnie z tym, a nie z innym dostawcą. Warto zauważyć, że powódka nie wskazała na okoliczności, które świadczyłyby o tym, że pozwana – jak to twierdził wiceprezes powodowej spółki (...) – oświadczała powódce, że inni dostawcy „czekają w kolejce”.

Jak widać, nie zawsze uzgodnienie rabatu potransakcyjnego, również pobieranego na podstawie rozliczeń późniejszych stanowi opłatę za przyjęcie towaru do sprzedaży. Nie jest tak wówczas, gdy rabat ten nie został sprzedawcy narzucony, a uzgodnienia dają obu stronom korzyści (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24 czerwca 2014 roku, I CSK 431/13). Nie można mówić o narzuceniu tego czynnika, gdy kupujący chce utrwalić współpracę z konkretnym sprzedawcą, i tylko w tym celu dąży do stabilizacji cenowej, oczywiście z ograniczeniem własnego ryzyka, choćby z uwagi na specyfikę produktu, gdy należy on do towaru nie nadającego się do dalszej odsprzedaży z uwagi na krótki okres przydatności do spożycia.

Trzeba dodać, że procentowe ukształtowanie wysokości premii miesięcznej, będącej rabatem potransakcyjnym, nie sprzeciwia się jej kwalifikowaniu jako elementu marży handlowej (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 lipca 2015 roku, I CSK 587/14). Z reguły brak jest podstaw do traktowania jako opłat, o którym mowa w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., tzw. opłat półkowych, premii liczonej od obrotu (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 17 kwietnia 2015 roku, I CSK 136/14). Jest to o tyle naturalne, że uzyskanie przez sprzedawcę wysokiego obrotu wiąże się z sumarycznym zyskiem na takim poziomie, który pozwala na określeniu ceny uwzględniającej go procentowo na zmniejszonym poziomie.

Inną ocenę należy przedstawić w odniesieniu do świadczeń w postaci opłaty o nazwie usługa marketingowa w nowo otwartych sklepach. Z tą opłatą pobieraną od powódki nie wiązało się żadne świadczenie pozwanej. Powódka nie dostarczała towaru do konkretnych sklepów, lecz do magazynów pozwanej, toteż otwarcie nowego sklepu nie wiązało się z udostępnieniem powódce nowego punktu odbioru towarów. Pozwana nie przedstawiła też jakichkolwiek dowodów, który wskazywałyby na zwiększenie sprzedaży powódki w związku z otwieraniem nowych placówek przez pozwaną.

Tym samym opłaty określone jako usługa marketingowa w nowo otwartych sklepach muszą być traktowane jako opłaty bez jakiegokolwiek korzyści po stronie powódki, tym samym spełnione jest domniemanie, że są to tzw. opłaty półkowe. Uzasadnione jest wobec tego, na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 5 u.z.n.k. w związku z art. 410 k.c. i art. 405 k.c., żądanie powódki zasądzenia kwot stanowiących wielkość pobranych z tego tytułu opłat, wynikających z faktur o numerach: (...).

O odsetkach od sumy kwot z wymienionych faktur, określonych jako usługa marketingowa w nowo otwartych sklepach, orzeczono na podstawie art. 481 § 1 i 2 k.c., przy czym termin wymagalności roszczenia przyjęto w oparciu o art. 455 k.c. W świetle tego przepisu roszczenie powódki należało traktować jako bezterminowe, a więc termin spełnienia świadczenia zależało od wezwania. Powódka nie przedstawiła wezwania pozwanej do zapłaty dochodzonej kwoty, toteż należało uznać, że termin wymagalności należy określić biorąc pod uwagę doręczenie pozwu i termin spełnienia świadczenia określony w nakazie zapłaty w postępowaniu upominawczym z dnia 9 kwietnia 2014 roku. Termin ten upłynął w dniu 6 maja 2014 roku, dlatego należało zasądzić odsetki od dnia następnego.

W pozostałej części należało powództwo oddalić. Powyższe rozstrzygnięcie ma wpływ na orzeczenie o kosztach procesu. Zgodnie z art. 100 k.p.c. należało uznać, że koszty powinny być stosunkowo rozdzielone, przy czym szczegółowe wyliczenie pozostawiono referendarzowi sądowemu (art. 108 § 1 k.p.c.). Ponieważ pełnomocnik powódki przedstawił spis kosztów, należało wskazać kryteria określenia wysokości kosztów powódki odnosząc się do tego zestawienia. Dokonując tego należało stwierdzić, przyznając prawo strony do domagania się zwrotu kosztów dojazdu do sądu przez jej pełnomocnika, że składając rozliczenie kosztów podróży samochodem bezpodstawnie przyjęto maksymalną stawkę określoną w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 25 marca 2002 roku w sprawie warunków ustalania oraz sposobu dokonywania zwrotu kosztów używania do celów służbowych samochodów osobowych, motocykli i motorowerów niebędących własnością pracodawcy. Abstrahując od kwestii adekwatności tej regulacji do rozliczania kosztów podróży pełnomocników stron w celu stawienia się w Sądzie, należy stwierdzić, że powódka nie wskazała jakiegokolwiek uzasadnienia dla stosowania stawek maksymalnych. Z tego względu, opierając się na znanych sądowi urzędowo zasadach rozliczania takich podróży, przyjęto stawkę w wysokości 0,60 złotych za 1 kilometr, warto przy tym zauważyć, że dokumenty świadczące o przejazdach wskazują na to, że cel przejazdów nie ograniczał się do udziału w rozprawie w niniejszym postępowaniu. Nadto nie ma podstaw do przyjęcia, że koszty noclegów pełnomocnika powódki były kosztami celowymi. Tutejszy Sąd wyznaczał rozprawy przy uwzględnieniu konieczności odbycia podróży przez pełnomocnika powódki, a więc ażeby możliwe było dotarcie do sądu bez konieczności korzystania z noclegów. Niezależnie od tego, zachodziła możliwość podróży koleją przy skorzystaniu z miejsca w wagonie sypialnym. Koszt powyższego odpowiadałby kosztowi podróży samochodem, również według wskazań przedstawionych wyżej. Nie ma też podstaw do uwzględnienia wniosków o przyznanie wynagrodzeń w kwotach przekraczających stawki minimalne. Aktywność stron i ich pełnomocników nie miała nadzwyczajnego charakteru, natomiast przyczyniła się raczej (chodzi tu o aktywność pełnomocnika powódki) do przedłużenia postępowania, a nie do jego sprawnego przeprowadzenia.