

Wstęp

Zgodnie z art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w szczególności przez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Wskazany przepis został wprowadzony do systemu prawa polskiego ustawą z 5.7.2002 r. o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Jego wprowadzenie miało na celu wyeliminować zjawisko pobierania tzw. opłat półkowych, tj. opłat pobieranych przez sieci handlowe od ich dostawców w zamian za możliwość nawiązania i kontynuowania współpracy.

Celem wprowadzenia przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU stała się ochrona dostawców przed opłatami dodatkowymi, poza marżą handlową, pobieranymi przez sklepy wielkopowierzchniowe. W orzecznictwie wskazuje się, że przepis art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU dotyczy w szczególności relacji występujących pomiędzy dostawcami towaru a właścicielami dużych obiektów handlowych, czy też przedsiębiorcami prowadzącymi handel sieciowy, cechującymi się znaczącą pozycją na rynku handlu detalicznego¹. Wskazany delikt prowadzi do uzyskiwania przez sprzedawców detalicznych nie tylko zysku wynikającego z narzuconej marży, ale także dodatkowych dochodów kosztem dostawców, którzy zmuszeni są rezygnować ze znacznej części swoich dochodów związanych z dostarczeniem towarów².

W monografii w sposób wyczerpujący przedstawiony zostanie charakter prawny opłat półkowych. Problematyka opłat półkowych jest obecna w prawie UE, gdzie występuje praktyka tzw. odwróconej marży. W prawie polskim kwalifikacja opłaty półkowej jako opłaty niedozwolonej została całkowicie przejęta przez sądy. Odmienność stanowisk sądów wpływa niekorzystnie na interesy dostawców, co jest szczególnie widoczne w przypadku kwalifikacji rabatu retroaktywnego.

Charakter prawny opłaty z tytułu przyjęcia danego towaru do sprzedaży, potocznie nazywanej opłatą półkową, wzbudza wiele kontrowersji. Wynika to z niejednolitej interpretacji art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU. Praktyka stosowania tego przepisu pokazuje, że jego wykładnia przez sądy wpływa na odzyskanie lub nie wniesionych opłat półkowych. Dodatkowo zarówno judykatura, jak i doktryna nie są zgodne co do interpretacji art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU. Warto zauważyć, że nawet interwencja Trybunału Konstytucyjnego,

¹ E. Nowińska, *M. du Vall*, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Warszawa 2008, s. 193; J. Szwaja, w: J. Szwaja (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*. Komentarz, Warszawa 2006, s. 601.

² Wyr. SA w Poznaniu z 13.11.2008 r., I ACa 718/08, niepubl.

który badał konstytucyjność art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU, nie wpłynęła na zmianę linii interpretacyjnej.

Wyrokiem z 16.10.2014 r.³ Trybunał Konstytucyjny sformułował szereg twierdzeń i zaleceń w zakresie art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU, odrębnych od dotychczasowej wykładni i praktyki stosowania tego przepisu. Trybunał Konstytucyjny we wspomnianym wyroku, badając art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU pod kątem zgodności z art. 20 i 22 Konstytucji RP, tj. z przepisami konstytuującymi zasadę swobody działalności gospodarczej, stwierdził jego zgodność z przepisami Konstytucji RP, potwierdził, że swoboda działalności gospodarczej może być ograniczona jedynie z uwagi na ważny interes publiczny, gdy jest to konieczne w demokratycznym państwie dla jego bezpieczeństwa lub porządku publicznego i tylko w taki sposób, który nie narusza jej istoty. Przyjął, że nie każda opłata pobierana przez sieć jest czynem nieuczciwej konkurencji.

W monografii przedstawiona zostanie wykładnia art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU z uwzględnieniem istotnych elementów składających się na pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na utrudnieniu dostępu do rynku przez narzucanie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Należą do nich: klauzula generalna czynu nieuczciwej konkurencji, przesłanka utrudniania dostępu do rynku, ekwiwalentność świadczeń stron umowy.

Z punktu widzenia oceny charakteru opłaty dodatkowej istotne znaczenie ma rodzaj (typ) świadczenia pobieranego od dostawców za przyjęcie towaru do sprzedaży. Wskazany czyn występuje w trzech postaciach: tzw. opłaty za wejście (półkowej), opłaty za usługi dodatkowe oraz opłaty od obrotu⁴. Z uwagi na różnorodność stanów faktycznych potencjalnie kwalifikowanych jako czyn nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU, niezbędne staje się wskazanie jego właściwej wykładni, zwłaszcza na tle aktualnych problemów, co do zakresu jego stosowania⁵.

Kluczowe znaczenie ma zbadanie, czy w zależności od charakteru – rodzaju opłaty półkowej inne będą okoliczności wpływające na kwalifikację opłaty dodatkowej jako niedozwolonej opłaty półkowej. W celu ukazania praktycznych problemów, jakie wiążą się ze stosowaniem art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU, niezbędne staje się dokonanie charakterystyki kategorii (typów) tych opłat. Jak ukazuje orzecznictwo, stosunkowo często opłaty dodatkowe (opłaty np. z tytułu promowania produktów w sklepie, odpowiedniego jego eksponowania lub wywieszenia dodatkowych tablic reklamowych) w rzeczywistości będą stanowiły element stosunku prawnego pomiędzy dostawcą zainteresowa-

³ SK 20/12, OTK-A 2014, Nr 9, poz. 102.

⁴ Tak zob. *T. Dyś*, Nieuczciwa konkurencja: opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, MoP 2003, Nr 14, s. 644 i n.; *T. Skoczny*, w: *J. Szwejca* (red.), Ustawa, 2006, s. 603; *J. Sroczyński*, w: *M. Sieradzka*, *M. Zdyb* (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2011, komentarz do art. 15, tezy 94 i 95.

⁵ *T. Skoczny*, Pobieranie tzw. opłat półkowych w Polsce. Konieczność zmiany przepisów czy ich interpretacji?, iKAR 2013, Nr 2, s. 5 i n. (por. też Nr 2 w całości poświęcony tej problematyce); zob. też *D. du Cane*, Obecny stan prawa w kwestii tzw. opłat półkowych, Głosa 2012, Nr 3, s. 112–113.

nym wypromowaniem swojego produktu a sprzedawcą⁶. Usługi marketingowe mogą zatem być fikcyjne lub też uzasadniają opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży. Przewidziany w art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU delikt pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży może przybrać postać, zawieranych obok umowy sprzedaży tego towaru do dużej sieci handlowej, tzw. porozumień marketingowo-promocyjnych⁷.

Ustawodawca zakazał pobierania dodatkowych opłat w celu utrudnienia dostępu do rynku. Konieczne staje się wyjaśnienie, czy niezbędne jest udowodnienie utrudnienia dostępu do rynku, czy też należy przyjąć domniemanie utrudnienia dostępu do rynku. W zależności od tego inaczej będzie przedstawiał się ciężar dowodu. W ramach powyższego konieczne jest ustalenie, czy wystarczające z punktu widzenia jego stosowania staje się stwierdzenie pobierania nieuczciwej opłaty, czy niezbędne jest utrudnienie dostępu do rynku wskutek jej pobrania. Ma to kluczowe znaczenie przy rozstrzygnięciu zasadności żądania zwrotu opłat pobranych przez przedsiębiorcę od swojego dostawcy, albowiem analiza dotychczasowego orzecznictwa sądowego wypracowanego na tle stosowania art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU budzi poważne wątpliwości. Wykładnia jego treści została ukierunkowana na kwalifikowanie jako deliktu nieuczciwej konkurencji pobierania innych niż marża opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, jednak bez szczegółowej analizy pod kątem różnych typów opłat. Oczywiście można znaleźć uzasadnienie dla takiej kwalifikacji w nieudanym brzmieniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU⁸. Takie rozumienie tego przepisu nie znajduje jednak podstaw nie tylko w jego wykładni, ale przede wszystkim w celu jego wprowadzenia do ZNKU.

Określony typ opłaty półkowej wpływa na ocenę przesłanek dopuszczalności ich pobierania. W orzecznictwie sądowym wykształciły się już przesłanki ekwiwalentności i celowości tych usług.

Najwięcej kontrowersji wywołuje kwalifikacja rabatów retroaktywnych jako opłat półkowych. Bowiern przyjmuje się, że rabat jest elementem ceny i stanowi mechanizm jej kształtowania. Wyprecyzowane zostaną elementy, których wystąpienie wyłącza możliwość kwalifikacji premii pieniężnej jako niedozwolonej opłaty półkowej.

Z uwagi na brak jednolitej kwalifikacji tego rodzaju opłaty niezbędne staje się dokonanie charakterystyki marży handlowej. Zastosowanie narzędzi ekonomicznych pozwala w tym zakresie ustalić różnice między dozwoloną marżą handlową a opłatą półkową. Zwłaszcza że potoczna nazwa „opłata półkowa” jako niedozwolona opłata za przyjęcie towaru nie znajduje odzwierciedlenia w umowach zawieranych pomiędzy kupującym a dostawcą.

Trzeba podkreślić, że pobieranie opłat dodatkowych (innych niż marża handlowa) może zostać zakwalifikowane jako czyn nieuczciwej konkurencji w świetle klauzuli ge-

⁶ Tak zob. *E. Nowińska, M. du Vall*, Komentarz do ustawy, 2008, s. 195.

⁷ Wyr. SN z 12.6.2006 r., III CSK 23/08, Biul. SN 2008, Nr 9, s. 9.

⁸ Zob. *K. Szczepanowska-Kozłowska*, Głosa do wyr. SN z 26.1.2006 r., II CK 378/05. Pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży Głosa 2007, Nr 2, s. 108.

neralnej, jak też deliktu nazwanego z art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU. Przypomnijmy, że przed nowelizacją ZNKU⁹ opłaty dodatkowe – nazywane „opłatami półkowymi”, były kwalifikowane jako czyny nieuczciwej konkurencji w oparciu o klauzulę nieuczciwej konkurencji. Postępowanie przedsiębiorcy polegające na pobieraniu opłaty za przyjęcie towarów było sprzeczne z klauzulą dobrych obyczajów.

Kwalifikacja określonej opłaty w kontekście czynu nieuczciwej konkurencji wymaga po pierwsze odniesienia do wyznaczników tego pojęcia. Po drugie niezbędne staje się wyspecyfikowanie tych przesłanek, które świadczą o niedozwolonym charakterze pobieranej opłaty. Pojawia się również pytanie, czy kryteria z art. 3 ust. 1 ZNKU mogą być stosowane jako uzupełnienie art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU, czy też jedynie wówczas, gdy czyn nie wypełnia znamion ustawowych „opłaty półkowej”. Czy aktualnie określone zachowanie także może podlegać ocenie w oparciu o art. 3 ust. 1 ZNKU? Tym samym, czy klauzula dobrych obyczajów z art. 3 ust. 1 ZNKU stanowi wystarczającą podstawę do takiego zakwalifikowania postępowania przedsiębiorcy¹⁰?

Niejednolitość stanowiska orzecznictwa sądowego w kwestii interpretacji przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU wymaga omówienia zwłaszcza tych wyroków, które zmieniają dotychczasową, niekorzystną linię orzecznictwa w tym przedmiocie.

Warto zastanowić się, czy jednak stosowanie przepisu art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU nie poszło za daleko. Analiza orzecznictwa sądowego ukazuje wielość poszczególnych typów opłat innych niż marża handlowa, a to wymaga przeprowadzenia ich wnikliwej analizy. Automatyzm orzekania w sprawach pobierania opłat innych niż marża handlowa, bez szczegółowego badania konkretnego przypadku, nie tylko prowadzi do wypaczenia celu jego wprowadzenia. Zmierza też do kwalifikacji jako deliktów wszystkich innych niż marża opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Kluczowe zatem staje się też uporządkowanie dotychczasowych stanowisk oraz ukazanie praktycznych problemów pojawiających się przy stosowaniu art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU, co dotyczy także dochodzenia roszczeń w oparciu o art. 18 ust. 1 pkt 5 ZNKU.

Warszawa, grudzień 2016 r.

Małgorzata Sieradzka

⁹ Dodany na podstawie art. 1 pkt 3 ZmZNKU, obowiązuje od 10.11.2002 r.

¹⁰ Wyr. SN z 9.1.2008 r., II CK 4/07, Legalis; wyr. SN z 26.1.2006 r., II CK 378/05, Wokanda 2006, Nr 6, s. 8.