

## **Ustawowe prawo odstąpienia od umowy dystrybucji - przesłanki i skutki jego realizacji**

Przejdź do produktu na [ksiegarnia.beck.pl](https://ksiegarnia.beck.pl)

# Rozdział I. Umowa dystrybucji w prawie polskim

## § 1. Umowa dystrybucji umową nienazwaną

Umowa dystrybucji pozostaje w polskim prawie umową nienazwaną. Nie można jej zaliczyć do umów nazwanych, bowiem ustawodawca nie zdecydował się dotąd na określenie jej *essentialia negotii* w drodze ustawy, nie określił także jej nazwy drogą ustawową<sup>1</sup>.

Za umowy nienazwane uznaje się umowy, które nie zostały w sposób szczegółowy uregulowane przez przepisy prawa cywilnego i dla których nie istnieją przepisy, które byłyby właściwe wyłącznie dla danego typu umowy<sup>2</sup>. Należy przy tym podzielić poglądy, które odmawiają zasadności wyróżnianiu trzeciej kategorii umów – umów mieszanych<sup>3</sup>. Jeśli jakiś typ umowy nie został wprawdzie uregulowany ustawowo, ale jest zawierany w obrocie w sposób po-

---

<sup>1</sup> Określenie nazwy i *expressis verbis* co najmniej elementów przedmiotowo istotnych umowy w ustawie powszechnie uważa się za wyznaczniki umowy nazwanej – por. *W.J. Katner*, w: System PrPryw, t. 9, Prawo zobowiązań – umowy nienazwane (red. *W.J. Katner*), Warszawa 2018, s. 6–7 (dalej: System PrPryw); *Z. Radwański*, Teoria umów, Warszawa 1977, s. 209 i n.; *Z. Radwański*, *I. Panowicz-Lipska*, Zobowiązania – część szczegółowa, Warszawa 2013, s. 7–8; *J. Rajski*, *W.J. Kocot*, *K. Zaradkiewicz*, Prawo kontraktów handlowych, Warszawa 2007, s. 37 i n.; *W. Czachórski*, *A. Brzozowski*, *M. Saffjan*, *E. Skowrońska-Bocian*, Zobowiązania. Zarys wykładu, Warszawa 2009, s. 133–134; *S. Włodyka*, *M. Spyra*, w: System Prawa Handlowego, t. 5, Prawo umów handlowych (red. *M. Stec*), Warszawa 2017, s. 33–34 (dalej: System PrHandl). *M. Romanowski* proponuje, aby umowę nazwaną definiować jako umowę, „która posiada wyodrębnioną regulację prawną, pozwalającą odtworzyć jej nazwę oraz elementy składające się na jej pełną treść, co obejmuje typowe prawa i obowiązki obu stron umowy, nieograniczone wyłącznie do *essentialia negotii*, ale obejmujące także *naturalia negotii* i *accidentalialia negotii*” – *M. Romanowski*, Czy należy regulować umowy nienazwane, SPP 2009, Nr 2, s. 121, s. 133.

<sup>2</sup> Por. *B. Gawlik*, Pojęcie umowy nienazwanej, SC, t. XVIII, 1971, s. 13.

<sup>3</sup> Por. *B. Gawlik*, Umowy mieszane – konstrukcja i ocena prawna, Pal. 1974, Nr 5, s. 28 i n.; *W.J. Katner*, w: System PrPryw, t. 9 (red. *W.J. Katner*), s. 13–14; *Z. Radwański*, Teoria, s. 241–242. Por. także poglądy nt. umów mieszanych przedstawione przez: *K.P. Sokołowski*, Czynności prawne mieszane, PS 2010, Nr 7–8, s. 132–150.

wtarzalny, może to prowadzić do powstania empirycznego typu umowy nienazwanej, odpowiadającego najczęściej spotykanej treści umowy danego rodzaju<sup>4</sup>. Dla zaistnienia empirycznego typu umowy wymaga się: powtarzalności pewnego kształtu umowy w praktyce, niepokrywania się takiej umowy z innymi typami umów, wykazywania przez dane umowy cech wspólnych, które odróżniają je dostatecznie od innych umów<sup>5</sup>. Mowa jest wtedy także o nienormatywnym typie umowy – wyznaczanym przez czynniki pozanormatywne, w tym przypadku przez praktykę gospodarczą<sup>6</sup>.

Można stwierdzić, że w przypadku umowy dystrybucji mamy do czynienia z takim właśnie empirycznym typem umowy nienazwanej, która zawierana jest na tyle często, że możliwe jest wskazanie jej charakterystycznych elementów. Zgodnie z przeważającym poglądem nie można wyróżnić w umowie nienazwanej, a więc również w umowie dystrybucji, *essentialia negotii*<sup>7</sup>. Pojawiają się natomiast elementy, które przesądzać będą o uznaniu zawartej w obrocie umowy za umowę dystrybucji. Jednocześnie umowy określone przez strony jako „umowy dystrybucji”, „umowy dystrybucyjne”, „umowy dealerskie” albo inaczej określone umowy kwalifikowane jako umowy dystrybucji zawierają także różne postanowienia dodatkowe, które mogą pojawić się w umowie dystrybucji, ale nie przesądzają o uznaniu danej umowy za umowę dystrybucji. Dodatkowo występują różne modele relacji stron umów dystrybucji. Możliwe jest jednak wskazanie pewnych powtarzalnych elementów, dzięki którym umowa dystrybucji została wyodrębniona spośród innych umów o świadczenie usług zawieranych w obrocie.

Umowa dystrybucji nazywana jest także umową dealerską oraz, zwłaszcza w razie zastrzeżenia w niej wyłączności na rzecz dystrybutora, umową wyłącznej koncesji handlowej<sup>8</sup>. Definiowana jest w doktrynie i orzecznictwie jako

---

<sup>4</sup> Por. W. Czachórski, A. Brzozowski, M. Saffjan, E. Skowrońska-Bocian, *Zobowiązania*, s. 134; B. Gawlik, *Pojęcie umowy*, s. 30 i n.; Z. Radwański, *Teoria*, s. 247–248; Z. Radwański, I. Pano-wicz-Lipska, *Zobowiązania*, s. 9.

<sup>5</sup> Por. S. Włodyka, *Spór o pojęcie kooperacji gospodarczej i umowy kooperacyjnej*, PiP 1986, Nr 3, s. 42.

<sup>6</sup> Por. S. Włodyka, M. Spyra, w: *System PrHandl*, t. 5, s. 31–34; T. Dybowski, w: *System Prawa Cywilnego*, t. 3, cz. 1, *Prawo zobowiązań – część ogólna* (red. Z. Radwański), Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk–Łódź 1981 (dalej: *System PrCyw*).

<sup>7</sup> Por. W.J. Katner, w: *System PrPryw*, t. 9 (red. W.J. Katner), s. 16; Z. Radwański, *Teoria*, s. 249–250.

<sup>8</sup> Por. A. Koch, w: A. Koch, J. Napierala, *Umowy w obrocie gospodarczym*, Warszawa 2013, s. 160; *tenże*, *Umowa wyłącznej koncesji handlowej w eksporcie*, Poznań 1982; w prawie francuskim i belgijskim *la concession exclusive* – por. np. L. Amiel-Cosme, *Les réseaux de distribution*,

umowa, na podstawie której dostawca zobowiązany jest do stałego dostarczenia drugiej stronie oznaczonych towarów, a dystrybutor (dealer) zobowiązuje się do ich stałego nabywania w celu dalszej odsprzedaży, jednocześnie dbając o interesy ekonomiczne dostawcy poprzez zapewnienie utrzymania i dalszego rozwoju pozycji towarów dostawcy<sup>9</sup>. Dodatkowo wg części poglądów jednym z charakterystycznych elementów składających się na generalny model tej umowy jest element wyłączności zaopatrywania się przez dystrybutora u dostawcy lub prawa wyłączności zastrzeżonego dla dystrybutora wobec określonego obszaru lub grupy klientów<sup>10</sup>.

Umowa dystrybucji nie powinna być jednak ograniczana wyłącznie do takiej umowy, w której zastrzeżono prawo wyłączności na rzecz dystrybutora<sup>11</sup>. Dystrybucja wyłączna (koncesja wyłączna) stanowi bowiem jeden z podtypów umowy dystrybucji spotykanych w obrocie. W umowie o dystrybucję wy-

---

Paris 1995, s. 19–21; *T.E. Carboneau*, Exclusive Distributorship Agreements in French Law, *International and Comparative Law Quarterly*, vol. 28, Jan. 1979, s. 91 i n.; *L. du Jardin*, Les contrats de distribution sélective, *Bruxelles* 2014, s. 41 i n.

<sup>9</sup> Por. m.in.: *A. Koch*, w: *A. Koch, J. Napierała*, Umowy w obrocie, s. 161; *W.J. Kocot*, w: *System PrPryw*, t. 9 (red. *W.J. Katner*), s. 213 i n.; *R. Stefanicki*, Umowa dystrybucji wyłącznej w świetle ustawodawstwa polskiego na tle prawnoporównawczym, *AUwr PPIA* 2004, LXIV s. 202; podobnie: *M. Krajewski*, w: *System Prawa Handlowego*, t. 5B, Prawo umów handlowych (red. *M. Stec*), Warszawa 2020, s. 207–208, który poza zobowiązaniem jednej strony do sprzedaży określonych dóbr, drugiej strony do ich nabywania i odsprzedaży innym podmiotom we własnym imieniu i na własny rachunek jako element niezbędny wskazuje trwały charakter stosunku prawnego stron. W orzecnictwie por.: wyr. SN z 14.1.1997 r., I CKN 52/96, OSNC 1997, Nr 6–7, poz. 78; wyr. SN z 8.12.2016 r., I CSK 825/15, OSNC 2017, Nr 7–8, poz. 93, s. 141; wyr. SN z 15.6.2018 r., I CSK 494/17, Legalis; wyr. SN z 5.10.2018 r., I CSK 611/17, Biul. SN 2019, Nr 3; OSNC 2019, Nr 7–8, poz. 85. Zbliżony zestaw praw i obowiązków stron umowy dystrybucji przewidują wzory umów opracowane przez Międzynarodową Izbę Handlową dla międzynarodowych umów dystrybucji – por. szerzej: *E. Rott-Pietrzyk*, w: *System Prawa Handlowego*, t. 9, Międzynarodowe prawo handlowe (red. *W. Popiołek*), Warszawa 2013, s. 1148. Podobnie umowa ta definiowana jest także w regulach modelowych, w szczególności w Draft Common Frame of Reference, o czym szerzej w dalszej części.

<sup>10</sup> Por. *A. Koch*, w: *A. Koch, J. Napierała*, Umowy w obrocie, s. 161; *A. Ronzano, N. Huet*, Les différents types de contrats – cadres de distribution en France, w: *Le contrat-cadre. 2 – La distribution* (ed. *A. Sayag*), Paris 1995, s. 7–95; *H. Beale*, Le droit anglais de la distribution: le contrat – cadre ignoré?, w: *Le contrat-cadre. 2 – La distribution* (ed. *A. Sayag*), Paris 1995, s. 174–176; *J. Groyder*, *EU Distribution Law*, Oxford–Portland 2005, s. 66; *L.A. DiMatteo*, *International Contracting: Law and Practice*, the Hague–London–Boston 2000, s. 312; *L. Amiel-Cosme*, *Les réseaux*, s. 21. W orzecnictwie polskich sądów por. wyr. SN z 6.7.2005 r., III CK 3/05, Legalis.

<sup>11</sup> Tak też: *M. Krajewski*, w: *System PrHandl*, t. 5B (red. *M. Stec*), s. 208–209; wyr. SN z 8.12.2016 r., I CSK 825/15, OSNC 2017, Nr 7–8, poz. 93, s. 141; wyr. SN z 15.6.2018 r., I CSK 494/17, Legalis.

łącną dystrybutorowi przyznawana jest wyłączność – zwana także koncesją – na sprzedaż pewnej kategorii towarów, w ten sposób, że dostawca (zwany koncesjonerem lub koncedentem) zobowiązuje się do niesprzedawania towarów innym podmiotom niż dystrybutor (zwany koncesjonariuszem)<sup>12</sup> oraz do tego, że nie będzie w ogóle nawiązywać współpracy z innymi pośrednikami na danym terytorium – nie tylko dystrybutorami, ale także np. agentami<sup>13</sup>. Sam producent może przy tym zastrzegać sobie prawo do bezpośredniej sprzedaży na terytorium przyznanym dystrybutorowi. Możliwe jest również uzależnienie przyznanego dystrybutorowi prawa wyłączności od osiągnięcia przez niego określonych w umowie wyników<sup>14</sup>. W zamian za przyznaną wyłączność dystrybutor może zobowiązać się do niesprzedawania konkurencyjnych towarów (usług) pochodzących od innych producentów<sup>15</sup>.

Poza tym spotkać można dystrybucję ekstensywną, w której dostawca korzysta z usług szerokiej rzeszy podmiotów, a także umowę dystrybucji selektywnej, która charakteryzuje się ograniczeniem liczby pośredników na danym rynku<sup>16</sup>. Dostawca dokonuje selekcji dystrybutorów, współpracując wyłącznie z takimi, którzy są w stanie zapewnić wymagany sposób dalszej sprzedaży produktów klientom<sup>17</sup>. Selekcja pośredników powinna odbywać się na podstawie kryteriów o obiektywnym charakterze, które są ściśle określone i jednolite dla wszystkich. W związku z takim rozumieniem istoty dystrybucji selektywnej umowa dystrybucji wyłącznej jest w doktrynie i orzecznictwie rozumiana jako rodzaj umowy dystrybucji selektywnej<sup>18</sup>. Często sytuacja na rynku – przede wszystkim jego rozmiar – może powodować, że równowaga w długim okresie będzie występować tylko wtedy, gdy na rynku pozostanie jeden dystrybu-

---

<sup>12</sup> Krytycznie wobec używania nazewnictwa: koncesja, koncesjoner/koncedent oraz koncesjonariusz z uwagi na konotacje tych terminów z prawem publicznym: *J. Lic*, Konstrukcja cywilnoprawna umów dystrybucyjnych, w: *Umowy gospodarcze. Zagadnienia wybrane* (red. *J. Gospodarek*), Warszawa 2010, s. 319 i n.; *M. Krajewski*, w: *System PrHandl*, t. 5B (red. *M. Stec*), s. 250.

<sup>13</sup> Por. *W.J. Kocot*, w: *System PrPryw*, t. 9 (red. *W.J. Katner*), s. 237; *A. Koch*, Umowa wyłącznej, s. 122 i n.

<sup>14</sup> Por. *L.A. DiMatteo*, *International Contracting*, s. 318.

<sup>15</sup> Por. wyr. SA w Warszawie z 15.5.2015 r., VI ACa 1937/13, *Legalis*, w którym Sąd uznał, że z samego zastrzeżenia wyłączności na rzecz dystrybutora nie można wywodzić obowiązku powstrzymywania się od sprzedaży produktów konkurencyjnych; z uwagi na odrębności między umową dystrybucji a umową agencyjną nie można, w ocenie sądu, takiego obowiązku wywodzić z obowiązku lojalności stron umowy agencyjnej przewidzianego w art. 760 KC.

<sup>16</sup> Por. *G. Grzybczyk*, *Różne formy pośrednictwa*, *Rej.* 1998, Nr 2, s. 55.

<sup>17</sup> Por. *P. le Tourneau, M. Zoïa*, *Les contrats de concession. Distribution selective. Concession exclusive. Distribution automobile. Droit interne et communautaire*, Paris 2010, s. 7.

<sup>18</sup> Por. *W.J. Kocot*, w: *System PrPryw*, t. 9 (red. *W.J. Katner*), s. 236–237.

tor<sup>19</sup>. W praktyce dystrybutor selektywny może faktycznie pozostać jako jedyny na rynku, jednak w przypadku, gdy umowa z dostawcą nie gwarantuje mu wyłączności na określonym w niej terytorium lub w stosunku do określonej grupy osób, w literaturze obcej mówi się nadal o dystrybucji selektywnej. Natomiast w przypadku, gdy prawo wyłączności zagwarantowano kilku dystrybutorom, orzecznictwo sądów belgijskich posługuje się określeniem wyłączności dzielonej (*exclusivité partagée*), uznając takie umowy za umowy dystrybucji wyłącznej<sup>20</sup>. Istotnym elementem pojawiającym się w umowach dystrybucji selektywnej jest również to, że dystrybutor selektywny ma zwykle prawo sprzedaży produktów pochodzących od różnych dostawców<sup>21</sup>. Dystrybucja selektywna stosowana jest w przypadku dóbr, których sprzedaż wymaga posiadania pewnych kwalifikacji, co ma miejsce np. w przypadku samochodów albo wyrobów jubilerskich<sup>22</sup>. Charakterystyczny dla dystrybucji selektywnej jest zakaz odsprzedaży towarów dystrybutorom nienależącym do danej sieci<sup>23</sup>.

Umowy dystrybucji wyłącznej powodują powstanie ściślejszych związków między stronami niż umowy, które tego elementu nie zawierają. Większe znaczenie w ich przypadku ma lojalna współpraca dystrybutora i dostawcy. W takim modelu współpracy dystrybutor, choć w sensie prawnym pozostaje odrębnym przedsiębiorcą, jest zależny od dystrybutora ekonomicznie. Zależność ta wynika z kontrolowania przez dostawcę asortymentu oraz wielkości dostaw, a także z wymogu realizowania stworzonej przez niego polityki handlowej. Pomimo tej zależności dystrybutor ponosi samodzielnie ryzyko gospodarcze prowadzonej działalności, ponieważ zawiera umowy z klientami w imieniu własnym i na własny rachunek, czym różni się od pozostałych pośredników handlowych funkcjonujących na rynku, takich jak agenci i komisanci. Dodatkowe ryzyko wiąże się z także z nakładami, jakich dystrybutor wyłączny lub selektywny musi dokonywać w celu przyjęcia do sieci dystrybucji<sup>24</sup>.

Spotyka się także rodzaje dystrybucji wyróżniane z uwagi na inne kryterium – towarów, przy których sprzedaży pośredniczy dystrybutor. W razie

---

<sup>19</sup> Por. C.J. Goetz, R.E. Scott, Principles of Relational Contracts, Virginia Law Review 1981, Nr 6, vol. 67.

<sup>20</sup> Por. L. du Jardin, Les contrats, s. 47–49.

<sup>21</sup> L. Amiel-Cosme, Les réseaux, s. 32 – na podstawie orzecznictwa sądów francuskich.

<sup>22</sup> Por. E. Niemyska, Umowy dystrybucyjne – między swobodą kontraktową a podziałem rynku, [http://www.paih.gov.pl/prawo/prawo\\_konkurencji/artykuly/umowy\\_dystrybucyjne#](http://www.paih.gov.pl/prawo/prawo_konkurencji/artykuly/umowy_dystrybucyjne#) (dostęp: 12.7.2017 r.).

<sup>23</sup> Por. M. Marek, Wyłączenie dystrybucji selektywnej spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję, iKAR 2016, Nr 7(5), s. 9.

<sup>24</sup> Por. W.J. Kocot, w: System PrPryw, t. 9 (red. W.J. Katner), s. 216.

dystrybucji obejmującej towary pochodzące wyłącznie od jednego producenta mówi się o dystrybucji kwalifikowanej, natomiast w razie nabywania przez dystrybutora towarów z kilku źródeł – o dystrybucji zwykłej<sup>25</sup>. W umowie dystrybucji należy określić produkty, ewentualnie usługi, które stanowić mają przedmiot dystrybucji.

Elementem typowym dla tego rodzaju umów jest także określenie globalnych wartości dostaw dystrybuowanych towarów oraz reguł, które mają usprawnić wykonywanie umowy dystrybucji i umów sprzedaży będących umowami realizacyjnymi<sup>26</sup>. Umowa dystrybucji zawiera także pewne, w ogólny sposób określone, zasady, na jakich zawierane będą przyszłe umowy sprzedaży, oraz często określa minimalne ilości lub wartości towarów (usług). Istotną rolę pełnią również obowiązki informacyjne obciążające obie strony<sup>27</sup>. Dystrybutor przed rozpoczęciem właściwej współpracy ma obowiązek dokonania nakładów w celu świadczenia usług (często uzyskanie i odpowiednie wyposażenie lokalu, w którym dystrybuowane produkty bądź usługi będą oferowane nabywcom, pozyskanie i odpowiednie wyszkolenie personelu, zorganizowanie warsztatu serwisowego itp.), dlatego szczególnie istotne będą informacje przekazywane dystrybutorowi w trakcie negocjacji przed zawarciem umowy dystrybucji i przy jej zawarciu.

Obowiązki stron umowy dystrybucji podzielić można na obowiązki związane z nabywaniem produktów (bądź usług), które stanowić mają przedmiot umowy dystrybucji, oraz pozostałe obowiązki, które związane są z odsprzedażą i promowaniem produktów (usług) dostawcy na rynku i pozyskiwaniem klientów<sup>28</sup>. Jedynie łącznie obowiązki te składają się na umowę dystrybucji i realizować mogą specyficzny dla tej umowy cel, jakim jest zyskanie, poszerzenie albo utrzymanie rynku zbytu dla produktów lub usług dostawcy<sup>29</sup>.

Obowiązki stron związane z nabywaniem produktów bądź usług realizują się poprzez zobowiązanie do zawierania wykonawczych umów sprzedaży. Z powodu przewidzianego w treści umowy obowiązku nabywania produktów lub usług umowa dystrybucji traktowana jest niejednokrotnie jako umowa sprzedaży albo umowa o dzieło, ewentualnie umowa pokrewna dla tych umów.

---

<sup>25</sup> Por. *ibidem*, s. 218.

<sup>26</sup> Por. K. Kruczałak, *Umowy w obrocie handlowym krajowym i międzynarodowym*. Komentarz. Wzory. Objasnienia, Warszawa 1999, s. 249.

<sup>27</sup> Por. L.A. DiMatteo, *International Contracting*, s. 315.

<sup>28</sup> Por. wyr. SN z 8.12.2016 r., I CSK 825/15, OSNC 2017, Nr 7–8, poz. 93, s. 141; wyr. SN z 15.6.2018 r., I CSK 494/17 oraz art. IV.E.-5:101, art. IV.E.-5:301 DCFR.

<sup>29</sup> Por. W.J. Kocot, w: *System PrPryw*, t. 9 (red. W.J. Katner), s. 213–216.

Jednak z uwagi na wskazany wyżej cel gospodarczy umowy dystrybucji umowa ta powinna być odróżniana od wskazanych typów umów nazwanych.

Umowy sprzedaży zawierane pomiędzy dystrybutorem a dostawcą w wykonaniu umowy dystrybucji nie mają na celu definitywnego nabycia własności przedmiotu tych umów przez dystrybutora. Dystrybutor nabywa bowiem produkty lub usługi w celu późniejszego ich oferowania nabywcom na rynku, na którym działa. Nabycie własności produktów – towarów sprzedawanych później na rynku – ma więc w tym znaczeniu charakter tymczasowy, czego świadomość mają obie strony umowy. Zakłada się, że przedmiot umowy sprzedaży nabywany jest w celu późniejszego zbycia, a ponadto niekiedy przewiduje się możliwość zwrotnego przeniesienia własności poprzez zagwarantowanie dystrybutorowi uprawnienia do zwrotnej odsprzedaży produktów, gdy nie zostaną one sprzedane nabywcom na rynku. Dlatego umowy te nie zawsze będą odpowiadać kodeksowemu modelowi umowy sprzedaży. Dodatkowo mogą przewidywać realizację przez dystrybutora obowiązków nie polegających na zapłacie ceny, ale związanych z usługami pośrednictwa, za które z kolei wynagrodzenie będzie uiszczać dostawca, co może powodować, że umowy te będą stanowić umowy mieszane, zawierające elementy charakterystyczne także dla umów o świadczenie usług<sup>30</sup>. Z tym zastrzeżeniem umowy wykonawcze będą nazywane umowami sprzedaży.

Umowa dystrybucji, będąca umową kreującą zobowiązanie do stałego dostarczania dystrybutorowi produktów (usług), wykazuje również pewne cechy, które czynią ją podobną do umowy dostawy. Umowa dostawy jest umową nazwaną, definiowaną w Kodeksie cywilnym jako umowa, na podstawie której dostawca zobowiązuje się do wytworzenia rzeczy oznaczonych tylko co do gatunku oraz do ich dostarczania częściami albo okresowo, a odbiorca zobowiązuje się do odebrania tych rzeczy i do zapłacenia ceny. W literaturze wskazuje się, że elementem odróżniającym umowę dostawy od umowy dystrybucji jest to, że dostawca zobowiązuje się do wytworzenia rzeczy, podczas gdy w umowie dystrybucji strona sprzedająca towary dystrybutorowi nie musi być ich wytwórcą<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> Por. *ibidem*, s. 221–222.

<sup>31</sup> Por. E. Habryn-Chojnacka, w: Kodeks cywilny, t. II. Komentarz. Art. 450–1088 (red. M. Gutowski), Warszawa 2019, art. 605, Nb 5 (dalej: Gutowski, Komentarz KC); K. Zaradkiewicz, w: Kodeks cywilny, t. II. Komentarz. Art. 450–1088, Przepisy wprowadzające (red. K. Pietrzykowski), Warszawa 2021, art. 605, Nt 13 (dalej: Pietrzykowski, Komentarz KC); J. Jezioro, w: Kodeks cywilny. Komentarz (red. E. Gniewek, P. Machnikowski), Warszawa 2019, art. 605, Nb 12 (dalej: Gnie-



Należy dodać, iż kolejnym odróżniającym elementem będzie tu, podobnie jak w przypadku porównania umowy dystrybucji z umową sprzedaży lub umową o dzieło, cel tej umowy, którym jest późniejsza odsprzedaż towarów w określony sposób, promujący je na oznaczonym obszarze lub u oznaczonych nabywców, podczas gdy cel umowy dostawy ogranicza się do okresowego dostarczania odbiorcy rzeczy przez dostawcę za umówioną cenę<sup>32</sup>. Dystrybutor ma obowiązek dokonywania zamówień co najmniej odpowiadających minimalnym wartościom wskazanym w umowie i utrzymania rezerwy towarów w magazynie, a w razie zrealizowania dostawy powinien zapłacić cenę i odebrać towar. Natomiast dostawca (dający zlecenie) ma obowiązek zapewnienia ciągłości dostaw. Gdy umowa określa minimalne wartości zamówień, zobowiązany jest dokonać dostawy towaru<sup>33</sup>.

Jak wskazano wcześniej, elementem niezbędnym dla zakwalifikowania umowy jako umowy dystrybucji jest występowanie w niej obowiązków związanych z promowaniem produktów (usług) sprecyzowanych w umowie na określonym w niej obszarze lub wobec wskazanych odbiorców<sup>34</sup>. Obowiązki te mogą mieć różną treść i obciążają głównie, choć nie tylko, dystrybutora. Ich wspólnym elementem jest cel, jakiemu mają służyć – promocja towarów.

Jak sygnalizowano wcześniej, główne obowiązki dystrybutora wiążą się z odsprzedażą i promocją produktów (ewentualnie usług) dostawcy. Podobnie jak w przypadku umowy agencyjnej, dystrybutor jako pośrednik powinien podejmować liczne czynności, które doprowadzić mają do zawarcia umów z odbiorcami końcowymi towarów lub usług. Czynności te mogą polegać w szczególności na podejmowaniu różnych akcji promocyjnych oraz na nakłanianiu klientów do nabywania towarów lub usług poprzez przedstawianie im propozycji lub ofert zawarcia umowy, prowadzenie z nimi negocjacji. Katalog tych czynności ma jednak charakter otwarty i – tak jak w przypadku innych form pośrednictwa – nie jest możliwe wymienienie ich w sposób wyczerpujący ani wskazanie minimalnego zakresu działań, które powinien wykonywać dystrybutor<sup>35</sup>. Czynności dystrybutora związane z pośrednictwem powinny łącznie

---

wek, Machnikowski, Komentarz KC); P. Sobolewski, Kodeks cywilny. Komentarz (red. K. Osajda), BeckOK, Warszawa 2020, art. 605, Nt 13 (dalej: Osajda, Komentarz KC).

<sup>32</sup> Por. wyr. SN z 6.7.2005 r., III CK 3/05, Legalis, a także uzasadnienie wyr. SN z 4.12.2013 r., II CSK 155/13, Legalis.

<sup>33</sup> Por. R. Stefanicki, Umowa, s. 204; G. Grzebczyk, Różne formy, s. 56.

<sup>34</sup> Por. post. SA w Krakowie z 10.9.2012 r., I ACz 1279/12, niepubl.

<sup>35</sup> Por. na tle rozważań o umowie agencyjnej: E. Rott-Pietrzyk, w: System PrHandl, t. 5B (red. M. Stec), s. 83; T. Wiśniewski, Umowa agencyjna według kodeksu cywilnego, Warszawa 2001, s. 27.

prowadzić do celu, jakim jest zawieranie umów z klientami<sup>36</sup>. Często spotyka się rozwiązania przewidujące sporządzanie planów marketingowych i projektów materiałów promocyjnych przez dystrybutora, które podlegają zatwierdzeniu przez dostawcę<sup>37</sup>.

Przedsiębiorca, który decyduje się na świadczenie usług pośrednictwa za pomocą kontraktu dystrybucji, obowiązany jest w ramach budowania odpowiedniego obrazu dystrybuowanych produktów do zapewnienia określonego, często narzuconego przez dostawcę, sposobu obsługi klientów, który zapewni wysoki poziom sprzedaży, w tym zagwarantowania wymaganych kwalifikacji personelu, zorganizowania wyspecjalizowanych punktów sprzedaży i niejednokrotnie punktów serwisowych, w tym serwisu gwarancyjnego<sup>38</sup>, ponadto ponoszenia nakładów na reklamę i prowadzenia badań rynku, a następnie przekazywania dostawcy informacji o wynikach sprzedaży i oczekiwaniach nabywców<sup>39</sup>. To dystrybutor powinien zorganizować logistykę i transport, formalności transportowe oraz powinien samodzielnie prowadzić zbieranie zamówień<sup>40</sup>, choć sposób, w jaki te elementy działalności są zorganizowane, również może być określony przez dostawcę. W przypadku specjalistycznych branż, takich jak branża farmaceutyczna, dystrybutor może być zobowiązany do wykonywania specyficznych dla danej branży czynności – przykładowo czynności z zakresu bezpieczeństwa leków, ich rejestracji, przepakowania i znakowania czy prowadzenia systemu informacji medycznej<sup>41</sup>.

Dostawca powinien udzielać wskazówek i zaleceń dystrybutorowi, w szczególności co do wystroju lokalu i obsługi klientów; często ma przy tym zagwarantowane prawo do kontroli sposobu, w jaki dystrybutor świadczy swoje usługi, w tym weryfikacji standardów obsługi klientów<sup>42</sup>. Obciążający dystrybutora obowiązek poddania się kontroli dostawcy w toku świadczenia usług stanowi dodatkowy element odróżniający tę umowę od umowy dostawy, przy

---

<sup>36</sup> Por. na tle rozważań o umowie agencyjnej: *D. Bucior*, Pośredniczenie i zawieranie umów jako przedmiot zobowiązania agenta, *St.Prawn.KUL* 2010, Nr 1, s. 7–39.

<sup>37</sup> Por. *M. Krajewski*, w: *System PrHandl*, t. 5B (red. *M. Stec*), s. 238.

<sup>38</sup> Obowiązki związane z usuwaniem wad produktów sprzedawanych odbiorcom stanowią obowiązki związane z umowami sprzedaży zawieranymi z tymi odbiorcami, jednak wymogi w zakresie minimalnego standardu obsługi w tym zakresie mogą zostać określone już w umowie dystrybucji.

<sup>39</sup> *R. Stefanicki*, *Umowa*, s. 204.

<sup>40</sup> Por. *W.J. Kocot*, w: *System PrPryw*, t. 9 (red. *W.J. Katner*), s. 226–227.

<sup>41</sup> Por. *J. Kruk-Kubarska*, Umowy dystrybucyjne na obszar Unii Europejskiej: ograniczenia konkurencji w postanowieniach o prawach własności intelektualnej, *iKAR* 2019, Nr 4(8), s. 65.

<sup>42</sup> Por. *K. Kruczalak*, *Umowy w obrocie*, s. 249–250.

której zgodnie z art. 608 KC to odbiorca ma prawo do kontroli i nadzoru toku produkcji towarów<sup>43</sup>.

Obie strony zobowiązane są do współpracy oraz do zachowania wzajemnej lojalności, co oznacza m.in. zakaz podejmowania działań, które mogłyby być niekorzystne dla interesów kontrahenta i mogłyby godzić w jego dobre imię lub narażać go na straty<sup>44</sup>. Z obowiązkiem lojalności związane są obowiązki informacyjne zarówno na etapie zawierania umowy, jak i w trakcie jej realizacji. Dostawca powinien zwłaszcza informować dystrybutora o cechach produktów (usług), a w trakcie obowiązywania umowy o ewentualnym spadku swoich możliwości w zakresie realizowania dostaw. Z kolei dystrybutor obciążony jest często obowiązkiem przekazywania dostawcy informacji o sytuacji na rynku, na którym działa, dotyczących w szczególności preferencji klientów lub działań podejmowanych przez konkurencję. Dostawca powinien także zostać poinformowany o planowanym istotnym zmniejszeniu zamówień<sup>45</sup>. Jako jeden z istotnych elementów mieszczących się w ramach obowiązku lojalności wskazuje się również obowiązek poufności, obejmujący przede wszystkim zakaz ujawniania tajemnic przedsiębiorstwa dostawcy, o których wiedzę dystrybutor może uzyskać w czasie realizacji umowy<sup>46</sup>. Zakaz ujawniania, wykorzystywania i pozyskiwania informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa wynika ponadto z przepisów ustawy z 16.4.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji<sup>47</sup>.

---

<sup>43</sup> Por. wyr. SN z 6.7.2005 r., III CK 3/05, Legalis.

<sup>44</sup> Jako przykład takich obowiązków dystrybutora związanych z wymogiem lojalności *W.J. Kocot* podaje ograniczenia związane z pozyskiwaniem klientów dla towarów konkurujących na rynku i redystrybucji towarów na inne rynki zajęte przez innych pośredników dostawcy, zakaz podejmowania działań naruszających renomę dostawcy czy nakaz ochrony praw na dobrach niematerialnych dostawcy – por. *W.J. Kocot*, w: System PrPryw, t. 9 (red. *W.J. Katner*). Por. także: *M. Krajewski*, w: System PrHandl, t. 5B (red. *M. Stec*), s. 232, który wskazuje, że obowiązek obu stron dbania o renomę produktu, jak i obowiązek zachowania wzajemnej lojalności może być wywodzony z przepisów ogólnych o kształtowaniu treści stosunku prawnego oraz sposobie realizacji zobowiązań.

<sup>45</sup> Por. *W.J. Kocot*, w: System PrPryw, t. 9 (red. *W.J. Katner*), s. 265–266.

<sup>46</sup> Por. nt. umowy agencyjnej: *K. Kopaczyńska-Pieczniak*, w: Kodeks cywilny. Komentarz, t. III. Zobowiązania – część szczególna (red. *A. Kidyba*), Lex 2014, art. 760, Nb 4 (dalej: *Kidyba*, Komentarz KC); *D. Bucior*, w: Kodeks cywilny. Komentarz, t. IV, Zobowiązania. Część szczególna (art. 535–764<sup>9</sup>) (red. *M. Habdas*, *M. Frasz*), Warszawa 2018, art. 758 KC, Nb 10 (dalej: *Habdas*, *Frasz*, Komentarz KC).

<sup>47</sup> T.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 1913. Por. na ten temat: *M. Krajewski*, w: System PrHandl, t. 5B (red. *M. Stec*), s. 240.

Z faktem funkcjonowania dystrybutorów w sieciach dystrybucyjnych wiążą się obowiązki dbałości o reputację sieci oraz sprzedawanych w jej ramach towarów lub usług, a także obowiązki związane z zakazami konkurencyjnymi wewnątrz sieci oraz w stosunku do podmiotów zewnętrznych<sup>48</sup>. Dystrybutorzy działający w jednej sieci powinni również dbać o ochronę praw na dobrach niematerialnych dostawcy, co pozostaje również w ich interesie, a także informować go o znanych lub grożących naruszeniach tych praw<sup>49</sup>. Przedmiot umowy dystrybucji nie wymaga jednak zawsze udostępnienia dystrybutorowi dóbr niematerialnych dostawcy, jak ma to miejsce w przypadku umowy franchisingu. Może to nastąpić przede wszystkim wówczas, gdy wymagają tego działania promocyjne prowadzone przez dystrybutora lub świadczone przez niego dodatkowe usługi serwisowe<sup>50</sup>.

Dodatkowe obowiązki pojawiają się we wspomnianych wcześniej przypadkach, gdy w umowie wprowadza się element wyłączności. Jeśli umowa ukształtowana zostaje jako umowa dystrybucji wyłącznej, dostawca dodatkowo zobowiązuje się do niesprzedawania towarów innym podmiotom niż dystrybutor, ewentualnie do nienawiązywania współpracy z innymi pośrednikami na danym terytorium. Kiedy umowa zastrzega wyłączność zaopatrzenia (zakupów), dystrybutor nie będzie mógł nabywać towarów (usług) od innych podmiotów niż dostawca. W razie dystrybucji selektywnej dystrybutor będzie musiał spełnić narzucone przez dostawcę kryteria i nie będzie mógł odprzedawać towarów innym podmiotom, które takich kryteriów nie spełniają (poza odbiorcami końcowymi).

W świetle przedstawionej wyżej analizy typowych obowiązków można przyjąć założenie, że umowa dystrybucji może zostać zdefiniowana jako umowa, na podstawie której jedna ze stron (dostawca) zobowiązana jest do stałego dostarczania drugiej stronie oznaczonych towarów, a druga strona (dystrybutor) zobowiązuje się do ich stałego nabywania oraz do ich dalszej odsprzedaży innym podmiotom i ich promowania<sup>51</sup>. Niekiedy w umowie dystrybucji może zostać wprowadzone zastrzeżenie wyłączności albo wykorzystany model dystrybucji selektywnej.

Umowy zastrzegające wyłączność – terytorialną lub co do pewnych grup klientów – na rzecz dystrybutora, jak również umowy dystrybucji selektyw-

---

<sup>48</sup> Por. *M. Grochowski, E. Rott-Pietrzyk*, Regulacja umów o pośrednictwo w DCFR (wzorcem dla ustawodawcy polskiego?), TPP 2017, Nr 3, s. 59.

<sup>49</sup> Por. *W.J. Kocot*, w: *System PrPryw*, t. 9 (red. *W.J. Katner*), s. 267–268.

<sup>50</sup> Por. *M. Krajewski*, w: *System PrHandl*, t. 5B (red. *M. Stec*), s. 239.

<sup>51</sup> Podobnie umowę tę definiuje się w doktrynie oraz orzecznictwie.

nej i umowy przewidujące wyłączność zakupów, mogą stanowić zagrożenie dla konkurencji, w szczególności poprzez utrudnienie dostępu do rynku oraz poprzez kształtowanie cen w sposób niekorzystny dla odbiorców końcowych, w tym konsumentów.

Umowy dystrybucji z elementem transgranicznym podlegać będą ocenie na podstawie reguł unijnego prawa konkurencji. Takie umowy dystrybucji mogą zostać zakwalifikowane jako porozumienia zakazane na podstawie art. 101 TFUE, zgodnie z którym niezgodne z rynkiem wewnętrznym i zakazane są wszelkie porozumienia między przedsiębiorstwami, wszelkie decyzje związków przedsiębiorstw i wszelkie praktyki uzgodnione, które mogą wpływać na handel między państwami członkowskimi i których celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego. Na podstawie art. 101 ust. 2 TFUE zakazane porozumienia lub decyzje są nieważne z mocy prawa. Porozumienia wertykalne, rozumiane jako porozumienia w sprawie sprzedaży i zakupu towarów lub usług zawierane przez przedsiębiorstwa działające na różnych poziomach obrotu, należą do porozumień, do których znajduje zastosowanie art. 101 TFUE. Jako typowy przykład porozumień wertykalnych wskazuje się porozumienia dystrybucyjne, w których dodatkowo wprowadzane są ograniczenia wertykalne (np. w postaci zastrzeżenia wyłączności na rzecz dystrybutora lub zakazu zakupu przez niego konkurencyjnych produktów), których skutkiem może być ograniczenie konkurencji<sup>52</sup>. Odpowiednikiem art. 101 ust. 1 TFUE – przy zastrzeżeniu jednak, iż są to autonomiczne rozwiązania legislacyjne<sup>53</sup> – dla porozumień bez elementu transgranicznego jest mający podobną treść art. 6 ust. 1 OchrKonkurU, zakazujący porozumień, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym<sup>54</sup>. Przy czym „porozumienia” zgodnie z art. 4 pkt 5 OchrKonkurU obejmują m.in. umowy zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami, a także niektóre postanowienia tych umów. Zakazane są obie formy oddziaływania umów dystrybucji

---

<sup>52</sup> Por. Reguły konkurencji mające zastosowanie do porozumień dotyczących dostaw i dystrybucji. Polityka konkurencji w Europie, Urząd Publikacji Unii Europejskiej, Luksemburg 2012, s. 9.

<sup>53</sup> Por. R. Blicharz, K. Horubski, M. Pawełczyk, w: System Prawa Administracyjnego, t. 8B. Publiczne prawo gospodarcze (red. R. Hauser, Z. Niewiadomski, A. Wróbel), Warszawa 2018, s. 690.

<sup>54</sup> Por. A. Stawicki, w: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz (red. A. Stawicki, E. Stawicki), Warszawa 2016, art. 6 pkt 1.1.3; M. Krajewski, w: System PrHandl, t. 5B (red. M. Stec), s. 258–259.

na konkurencję: zarówno antykonkurencyjny cel, jak i skutek stanowią przejaw praktyk ograniczających konkurencję<sup>55</sup>.

Z powyższych przyczyn umowy dystrybucji stanowią przedmiot zainteresowania ustawodawcy unijnego i krajowego oraz przedmiot unijnych i krajowych aktów prawnych dotyczących ochrony konkurencji i konsumentów. Stosowanie umów dystrybucji wyłącznej prowadzić może do dyskryminacji cenowej – zarówno w stosunku do pewnych grup klientów, jak i między pewnymi terytoriami. Może również skutkować zamknięciem dostępu do rynku dystrybutorom oraz zmwami dostawców lub dystrybutorów, gdy na danym rynku występuje kilku dostawców tworzących swoje sieci dystrybucyjne. Także umowy dystrybucji selektywnej skutkować mogą ograniczeniem konkurencji poprzez dokonywanie podziałów rynku między dystrybutorów i mogą prowadzić do zamykania rynku wobec innych grup dystrybutorów oraz ułatwić zmony między dostawcami lub między dystrybutorami (zmony horyzontalne)<sup>56</sup>. W przypadku umów z klauzulami wyłączności zakupu może dojść do blokowania dostępu do rynku lub do eliminacji już istniejących jego uczestników. Wskazuje się jednak także na pozytywne aspekty porozumień dystrybucyjnych, które ograniczają konkurencję wewnątrzmarkową, ale mogą przy tym działać na rzecz wzmocnienia konkurencji międzymarkowej<sup>57</sup>. Tymczasem za bardziej niebezpieczne uznaje się w przypadku umów dystrybucji oraz innych porozumień ograniczenia konkurencji międzymarkowej<sup>58</sup>. Producent i dystrybutorzy nie są konkurentami w przypadku porozumień wertykalnych, porozumienia takie są uznawane powszechnie za istotny instrument w kształtowaniu sieci dystrybucji i generalnie uznawane są za prokonkurencyjne z uwagi na ich pozytywny wpływ na konkurencję między producentami (dostawcami) substytucyjnych towarów kosztem zmniejszenia konkurencji wewnątrzmarkowej<sup>59</sup>.

---

<sup>55</sup> Por. wyr. SOKIK z 27.11.2012 r., XVII Ama 184/10, Legalis oraz *M. Piszcz, A. Jurkowska-Gomułka*, w: *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz* (red. *T. Skoczny*), Warszawa 2014, art. 6, Nb 28.

<sup>56</sup> Por. *Reguły konkurencji*, s. 26–27; *K. Kohutek*, *Dystrybucja selektywna na gruncie polskich i wspólnotowych regulacji prawa konkurencji*, w: *Wyłączenia grupowe spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję we Wspólnocie Europejskiej i w Polsce* (red. *A. Jurkowska-Gomułka, T. Skoczny*), Warszawa 2008, s. 241; *M. Marek*, *Wyłączenie*, s. 11 i n.

<sup>57</sup> Por. *S. Gronowski*, *Polskie prawo antymonopolowe*, Warszawa 1998, s. 123.

<sup>58</sup> Por. *M. Piszcz, A. Jurkowska-Gomułka*, w: *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz* (red. *T. Skoczny*), art. 6, Nb 67.

<sup>59</sup> Por. wyr. SN z 23.11.2011 r., III SK 21/11, OSNP 2012, Nr 21–22, poz. 276; wyr. SN z 15.10.2019 r., I NSK 72/18, Legalis.

Problematyczne z punktu widzenia konsumentów będących klientami dystrybutora jest ustalanie cen, po jakich dystrybutor będzie sprzedawać produkty (usługi) końcowym nabywcom<sup>60</sup>. Porozumienia dotyczące ustalania cen (lub szerzej – warunków nabycia towarów) uznawane są za najpoważniejsze naruszenie reguł konkurencji, ponieważ prowadzić mogą do pozbawienia konsumenta możliwości nabycia towaru po cenach rynkowych<sup>61</sup>. Z drugiej strony, ustalenie cen na odpowiednim poziomie jest jednym z warunków sukcesu dystrybutora oraz jednocześnie dostawcy, który nawiązuje współpracę z dystrybutorem w celu zwiększenia ilości zbywanych towarów (świadczonych usług). Ceny stanowią istotny element polityki sprzedażowej, dlatego dostawca, który wpływa na sposób funkcjonowania dystrybutora na rynku, określając zasady kontaktu z klientami, może chcieć również narzucać ceny stosowane przez dystrybutora w jego umowach z nabywcami. Praktyki, które polegałyby na narzucaniu cen sztywnych albo cen o charakterze minimalnym, są zakazane zgodnie z rozporządzeniem Komisji Nr 330/2010<sup>62</sup>. Takie ograniczenie nie pozwala odsprzedawcy na zwiększenie wolumenu sprzedaży w drodze obniżenia ceny i konkurowanie ceną z innymi członkami sieci<sup>63</sup>. Dostawca może więc, co do zasady, w umowie dystrybucji określić ceny sugerowane albo ceny o charakterze maksymalnym<sup>64</sup>. Problematyczne z punktu widzenia ochrony konkurencji są ponadto postanowienia umów dystrybucji dotyczące praw własności intelektualnej, korzystania ze znaków towarowych dostawcy, z informacji technicznych lub *know-how*, które wprowadzają szereg obowiązków i ograniczeń dla dystrybutora korzystającego z praw własności intelektualnej dostawcy<sup>65</sup>.

---

<sup>60</sup> Jako niezgodne z rynkiem wewnętrznym i zakazane art. 101 ust. 1 TFUE wymienia w szczególności takie, które polegają na ustalaniu w sposób bezpośredni lub pośredni cen zakupu lub sprzedaży albo innych warunków transakcji (lit. a) oraz takie, które polegają na podziale rynków lub źródeł zaopatrzenia (lit. c). Odpowiednikiem art. 101 ust. 1 TFUE jest art. 6 ust. 1 OchrKonkurU, zakazujący porozumień, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym – por. A. Stawicki, w: *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz* (red. A. Stawicki, E. Stawicki), art. 6.

<sup>61</sup> Por. R. Blicharz, K. Horubski, M. Pawełczyk, w: *System Prawa Administracyjnego*, t. 8B (red. R. Hauser, Z. Niewiadomski, A. Wróbel), s. 691.

<sup>62</sup> Rozporządzenie Komisji (UE) Nr 330/2010 z 20.4.2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (Dz.Urz. UE L Nr 102, s. 1); wyr. SN z 23.11.2011 r., III SK 21/11, OSNP 2012, Nr 21–22, poz. 276; wyr. SN z 15.10.2019 r., I NSK 72/18, Legalis.

<sup>63</sup> Por. wyr. SN z 15.5.2014 r., III SK 44/13, OSNP 2015, Nr 12, poz. 168; wyr. SN z 23.11.2011 r., III SK 21/11, OSNP 2012, Nr 21–22, poz. 276; wyr. SN z 15.2.2019 r., I NSK 10/18, Legalis.

<sup>64</sup> Por. W.J. Kocot, w: *System PrPryw*, t. 9 (red. W.J. Katner), s. 264.

<sup>65</sup> Por. J. Kruk-Kubarska, *Umowy dystrybucyjne*, s. 65–73.

W umowach dystrybucji stosowane są również klauzule stanowiące tzw. porozumienia kontyngentowe, które wpływają na ograniczenie ilości towarów sprzedawanych nabywcom końcowym przez dystrybutorów<sup>66</sup>. Natomiast typowe dla umów dystrybucji selektywnej są porozumienia podziałowe, ponieważ jednym z podstawowych skutków tych porozumień jest dokonanie podziału rynku pomiędzy wyselekcjonowanych dystrybutorów wybranych na podstawie kryteriów ilościowych albo jakościowych<sup>67</sup>.

Strony zawierające umowę dystrybucji, zwłaszcza umowę dystrybucji wyłącznej lub selektywnej, muszą brać pod uwagę nie tylko normy cywilnoprawne, w tym w szczególności normy części ogólnej zobowiązań zawarte w Kodeksie cywilnym. Art. 6 OchrKonkurU stanowi ustawę ograniczającą zakres swobody stron w zakresie kształtowania treści umów<sup>68</sup>. Porozumienia zakazane przez art. 6 ust. 1 OchrKonkurU są zgodnie z art. 6 ust. 2 OchrKonkurU nieważne w całości lub w odpowiedniej części<sup>69</sup>, o ile nie zachodzą wyłączenia, o których mowa w art. 7 i 8 OchrKonkurU oraz w rozp. Rady Ministrów z 30.3.2011 r. w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję<sup>70</sup>.

Na podstawie art. 6 ust. 2 OchrKonkurU zakazane będą umowy dystrybucji (ewentualnie niektóre postanowienia takich umów), których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym.

Nieważność, o której mowa w art. 6 ust. 2 OchrKonkurU, stanowi nieważność czynności prawnej z mocy prawa (*ex lege*) w rozumieniu prawa cywil-

---

<sup>66</sup> Przy zastrzeżeniu, że zgodnie z niektórymi poglądami, opierającymi się na bezpośrednim brzmieniu ustawy, porozumienia kontyngentowe mogą mieć wyłącznie charakter horyzontalny – por. R. Blicharz, K. Horubski, M. Pawełczyk, w: System Prawa Administracyjnego, t. 8B (red. R. Hauser, Z. Niewiadomski, A. Wróbel), s. 692 i powoływana tam literatura.

<sup>67</sup> Por. R. Blicharz, K. Horubski, M. Pawełczyk, w: System Prawa Administracyjnego, t. 8B (red. R. Hauser, Z. Niewiadomski, A. Wróbel), s. 694; M. Marek, Wyłączenie, s. 12 i n.

<sup>68</sup> Por. K. Kohutek, w: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz (red. K. Kohutek, M. Sieradzka), Lex 2014, art. 6, Nb 4; M. Lewandowski, Sankcja nieważności wobec praktyk ograniczających konkurencję – cywilnoprawne aspekty prawa antymonopolowego, PPH 2010, Nr 7, s. 22; P. Podrecki, Porozumienia monopolistyczne i ich cywilnoprawne skutki, Kraków 2000, s. 189, a także wyr. SN z 13.11.2002 r., I CKN 1469/00, Legalis; wyr. SA w Warszawie z 17.11.2011 r., VI ACa 632/11, Legalis.

<sup>69</sup> Poza sankcją nieważności, będącą sankcją o charakterze cywilnoprawnym, za naruszenia art. 6 grożą również sankcje o charakterze administracyjnoprawnym – nt. tych dalszych sankcji por. M. Piszczyk, A. Jurkowska-Gomułka, w: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz (red. T. Skoczny), art. 6, Nb 8.

<sup>70</sup> T.j. Dz.U. z 2014 r., poz. 1012 ze zm.



[Przejdź do księgarni →](#)



[ksiegarnia.beck.pl](https://ksiegarnia.beck.pl)