

rozprawa doktorska
przygotowana pod kierunkiem
prof. dr hab. Ewy Nowińskiej, pt.:

„Opłaty półkowe” – pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży jako delikt nieuczciwej konkurencji w świetle art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

- STRESZCZENIE -

Zgodnie z treścią art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 16 kwietnia 1993 r. (dalej zwana „u.z.n.k.”) czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w szczególności przez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Wprowadzenie tego przepisu do ustawy w drodze nowelizacji z dnia 5 lipca 2002 r. motywowano dążeniem do wyeliminowania zjawiska pobierania tzw. „opłat półkowych”, tj. obciążeń finansowych nakładanych przez sieci handlowe na ich dostawców w zamian za możliwość nawiązania i kontynuowania współpracy. Od czasu wejścia w życie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest powszechnie wykorzystywany w obrocie przez dostawców, którzy na jego podstawie żądają od sieci handlowych zwrotu należności, które uiścili na ich rzecz w okresie współpracy. Liczba tego rodzaju spraw przed sądami w ostatnich latach jest znaczna – na początku 2013 r. było to ponad 300 spraw, których wartość szacowano na około 400 mln zł.

Należności sporne w sprawach toczących się na gruncie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. – tytułowe „opłaty półkowe” – to najczęściej ustalone w umowach handlowych i na ich podstawie pobrane od dostawcy przez sieć handlową wynagrodzenie z tytułu wykonania określonych, umówionych usług. Zwykle są to usługi logistyczne lub reklamowe, mogące polegać na promocji w sklepach lub gazetkach reklamowych sieci produktów dostawcy. Do grupy tzw. „opłat półkowych” zalicza się także kwoty, o które w drodze zastosowania rabatów, premii, bonusów itp. mechanizmów obniżona została przez sprzedawcę cena sprzedaży towaru sieci handlowej. Powództwa dostawców przeciwko sieciom handlowym o zwrot tego rodzaju należności w przytłaczającej większości przypadków okazują się skuteczne i to nie tylko w

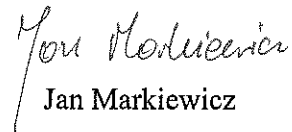
uzasadnionych przypadkach, tj. np. gdy żądając wyłączności dostaw zapłatę „opłat półkowych” wymuszono na dostawcy, a odpowiadające im usługi nie zostały wykonane, ale także wówczas, gdy sieć handlowa nie ograniczała dostawcy możliwości zbytu jego towarów poprzez inne kanały dystrybucji, umówione usługi zostały na rzecz dostawcy rzeczywiście wykonane (w tym za jego wiedzą i przy jego współpracy) i przyniosły mu określoną korzyść ekonomiczną, zaś przewidziana w umowie obniżka ceny była z góry znana. Dzieje się tak, bowiem zgodnie ze szczegółowo opisaną w niniejszej pracy, przyjętą w orzecznictwie wykładnią art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., przepis ten – mimo dość czytelnego brzmienia – zakazuje odpłatnego świadczenia przez sieci handlowe na rzecz ich dostawców jakichkolwiek usług, w tym zwłaszcza usług reklamowych, polegających na wsparciu marketingowym sprzedaży pochodzących od nich towarów w kanale dystrybucji tworzonym przez sieć (wyjątkiem są usługi transportowe mające za przedmiot towar przed jego wprowadzeniem do kanału dystrybucji, czyli przejściem na sieć handlową jego własności) oraz umownej modyfikacji ceny sprzedaży dostarczanych przez dostawców towarów w drodze zastosowania rabatów, premii, upustów i wszelkich podobnych do nich mechanizmów jej ustalania.

Nie sposób kwestionować doniosłości problemu, którego rozwiązanie legło u podstaw wprowadzenia do systemu prawa art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k dla funkcjonowania handlu wielkopowierzchniowego (jak i handlu detalicznego w ogóle). Mimo to jego brzmienie, a nade wszystko przyjęta w orzecznictwie rozszerzająca wykładnia, od wielu lat budzą zasadnicze zastrzeżenia przedstawicieli doktryny. Jest tak głównie dlatego, iż treść tego przepisu zawiera wewnętrzne sprzeczności, a wykładnia opiera się na szeregu kontrowersyjnych założeń faktycznych i konstrukcji normatywnych, niewyrażonych w jego treści. Wyrazem takiej krytyki art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. jest również niniejsza rozprawa. Zawarte w niej rozważania mają następującą strukturę. Po wstępie, w rozdziale drugim opisany zostanie proces legislacyjny, który doprowadził do wprowadzenia art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. do systemu prawa. W rozdziale trzecim zaprezentowana będzie teza, której obronie praca jest poświęcona. Na tezę tę składają się dwa elementy. Po pierwsze, szczegółowo opisana została treść przyjętej w dominującym obecnie orzecznictwie sądów powszechnych i Sądu Najwyższego wykładni art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Po drugie, treść tej wykładni poddana została krytycznej ocenie zarówno w ogólności, tj. co do rozumienia zakresu zawartego w nim zakazu, jak i w odniesieniu do poszczególnych przesłanek jego stosowania oraz szczegółowych założeń, kryteriów i swoistych konstrukcji normatywnych, odkrytych i wykorzystywanych przez orzecznictwo w sprawach na gruncie omawianego przepisu. Dalsza część pracy poświęcona jest weryfikacji przyjętej tezy i dzieli

się na trzy części. Pierwsza i zasadnicza zawiera analizę zagadnień prawnych i faktycznych na gruncie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. (rozdział czwarty). Druga i trzecia, znacznie mniej obszerne, opisują rozwiązania prawne przyjęte w Unii Europejskiej i wybranych krajach zachodnich w stosunku do problemu, który stanowi przedmiot regulacji tego przepisu (rozdział piąty) oraz skutki dla rynku (recepcję) jego wykładni przyjętej w orzecznictwie sądów powszechnych i Sądu Najwyższego (rozdział szósty).

Rozdziały czwarty podzielony jest dalej na dwie zasadnicze części – ogólną i szczegółową. W ramach rozważań ogólnych, rozdział 4.2.2. i 4.2.3. poświęcone są analizie odpowiednio przesłanki „pobierania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży” i „utrudnienia dostępu do rynku”, w tym znaczenia na gruncie omawianego przepisu użytych tam pojęć. W rozdziale 4.2.4. przedmiotem rozważań będzie to, czy i kiedy do zakresu przesłanek czynu nieuczciwej konkurencji z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. zaliczyć należy także przesłanki z art. 3 ust. 1 ustawy. Rozdział 4.2.5. poświęcony jest kwestii ekwiwalentności świadczeń jako okoliczności pozwalającej ustalić, czy dana opłata jest opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży czy też nie. Rozdziały 4.2.6. i 4.2.7. traktują o specyficznych konstrukcjach normatywnych, wytworzonych przez orzecznictwo w sprawach na gruncie art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. – koncepcji tzw. „usług na towarze” i wyłączeniu dopuszczalności kształtowania w relacjach sieci handlowych z ich dostawcami ceny za towar jako procentu od obrotu w równoległych transakcjach kupna – sprzedaży. W rozdziale 4.2.8. omówiony jest zakres obowiązku zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści w przypadku roszczeń na gruncie art. 18 ust. 1 pkt 5 w zw. art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. Kolejne dwa rozdziały – 4.2.9. i 4.2.10. pokrótce opisują zagadnienie przedawnienia tego rodzaju roszczeń oraz zasady naliczania odsetek. Rozważania części ogólnej wieńczy rozdział 4.2.11., poświęcony zagadnieniom procesowym w postępowaniach toczących się na skutek powództw z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., ze szczególnym uwzględnieniem kwestii domniemań prawnych i rozkładu ciężaru dowodu. W ramach rozważań części szczegółowej przedstawione zostanie, jak koncepcje wykładni omawianego przepisu, przyjęte kategorie pojęciowe i zapatrywania orzecznictwa znajdują zastosowanie w stosunku do podstawowych grup świadczeń uznawanych za zakazane opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, tj. – ujmując rzecz najogólniej – usług reklamowych, transportowych i rabatów. Każdy z rozdziałów wieńczy podsumowanie zawierające postulaty co do prawidłowych – w opinii autora – interpretacji i zastosowania art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. w odniesieniu do poszczególnych omawianych grup zagadnień.

Rozważania niniejszej pracy prowadzą do konkluzji, że przyjętą w dominującym orzecznictwie sądów powszechnych i Sądu Najwyższego wykładnię art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. uznać należy za nieprawidłową, zarówno w ogólności, tj. nie sposób z tego przepisu wywieść zakazu o wskazanej wcześniej treści, jak i w odniesieniu do poszczególnych przesłanek jego stosowania oraz szczegółowych założeń, którymi kierują się sądy, orzekając w sprawach toczących się na jego gruncie. Przyjęta wykładnia omawianego przepisu jest w tym zakresie – zdaniem autora – przykładem wadliwego zastosowania metody historycznej, systemowej, gramatycznej, celowościowej i funkcjonalnej, czego skutkiem jest daleko posunięta niejasność co do rzeczywistej treści normatywnej tego przepisu oraz zupełna izolacja znaczenia pojęć, jakimi przepis ten się posługuje, względem znaczenia tych samych pojęć użytych w pozostałych przepisach u.z.n.k., publicznym prawie ochrony konkurencji i prawie cywilnym. Ustalenia te zmierzają do wniosku, iż konieczna jest rewizja przyjętej wykładni art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. lub jego nowelizacja w kierunku zarysowanym w niniejszej rozprawie, korespondującym z propozycjami Komisji Europejskiej zawartymi Zielonej księdze w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych w łańcuchu dostaw produktów spożywczych i niespożywczych między przedsiębiorstwami z dnia 31 stycznia 2013 r.


Jan Markiewicz