
MONOGRAFIE PRAWNICZE

OPLATY PÓŁKOWE
JAKO CZYN
NIEUCZCIWEJ
KONKURENCJI

MAŁGORZATA SIERADZKA



Wydawnictwo C.H.Beck

MONOGRAFIE PRAWNICZE

MAŁGORZATA SIERADZKA • OPŁATY PÓŁKOWE JAKO CZYN
NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI

Polecamy nasze najnowsze publikacje z tej serii:

Małgorzata Sieradzka

**CHARAKTER PRAWNY POSTĘPOWANIA I RODZAJE
ROZSTRZYGNIĘĆ WYDAWANYCH W POSTĘPOWANIU
W SPRAWACH PRAKTYK NARUSZAJĄCYCH ZBIOROWE
INTERESY KONSUMENTÓW**

Marcin Menkes

**GOVERNANCE GOSPODARCZY – STUDIUM PRAWNO-
MIĘDZYNARODOWE**

Małgorzata Wach-Pawliczak

**WYŁĄCZENIE WSPÓLNIKA ZE SPÓŁKI Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ**

Anna Walaszek-Pyziół (red.)

**INTERDYSCYPLINARNE PROBLEMY NIELEGALNEGO
POBORU ENERGII. STUDIUM PRAWNE**

Sabina Kubsik

**PRZEDKONTRAKTOWA ODPOWIEDZIALNOŚĆ
ODSZKODOWAWCZA Z TYTUŁU NIEUCZCIWYCH
NEGOCJACJI**

Marcin Aślanowicz

POZYCJA PRAWNA ARBITRA W ARBITRAŻU HANDLOWYM

Jędrzej Jerzmanowski

**FINANSOWANIE PRZEZ SPÓŁKĘ AKCYJNĄ NABYCIA
LUB OBJĘCIA EMITOWANYCH PRZEZ NIĄ AKCJI
W PROCESIE WYKUPU MENEDŻERSKIEGO**



Legalis
System Informacji Prawnej

www.ksiegarnia.beck.pl

[Kup książkę](#)

OPŁATY PÓŁKOWE JAKO CZYN NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI

MAŁGORZATA SIERADZKA



WYDAWNICTWO C.H.BECK
WARSZAWA 2016

[Kup książkę](#)

Wydawca: Natalia Adamczyk

Recenzja naukowa:
prof. UŁ dr hab. Monika Namysłowska
prof. UwB dr hab. Anna Piszcz

Publikacja dofinansowana przez Uczelnię Łazarskiego w Warszawie



© **Wydawnictwo C.H.Beck 2016**

Wydawnictwo C.H.Beck Sp. z o.o.
ul. Bonifraterska 17, 00-203 Warszawa

Skład i łamanie: Wydawnictwo C.H.Beck
Druk i oprawa: Elpil, Siedlce

ISBN 978-83-255-9425-1



ISBN e-book 978-83-255-9426-8

[Kup książkę](#)

Spis treści

Wykaz skrótów	VII
Wykaz literatury	IX
Wstęp	XIII
Rozdział I. Geneza ochrony przed opłatami półkowymi	1
§ 1. Opłaty półkowe w Unii Europejskiej	1
§ 2. Opłaty półkowe w Polsce	9
Rozdział II. Opłaty półkowe jako czyn nieuczciwej konkurencji	21
§ 1. Uwagi wstępne	21
§ 2. Pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji	22
§ 3. Opłaty półkowe jako czyn nieuczciwej konkurencji w świetle klauzuli generalnej	26
§ 4. Utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, czyli tzw. opłat półkowych	34
I. Pojęcie utrudniania dostępu do rynku	35
II. Przesłanka utrudnienia dostępu do rynku w świetle orzecznictwa sądowego	49
III. Uzależnienie zawarcia umowy od wniesienia opłaty innej niż marża handlowa	58
1. Pobranie dodatkowych opłat	59
2. Marża handlowa	60
§ 5. Typy opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży	63
I. Opłata za wprowadzenie towaru na rynek (za wejście)	64
II. Opłaty za usługi dodatkowe	66
1. Ekwiwalentność świadczeń	73
III. Rabaty (premie, upusty, rabaty retroaktywne)	82
Rozdział III. Dochodzenie zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści z tytułu pobrania innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży	93
§ 1. Uwagi wstępne	93
§ 2. Dochodzenie roszczeń w sprawach o zwalczanie nieuczciwej konkurencji	94

Spis treści

§ 3. Roszczenie odszkodowawcze dostawcy	95
§ 4. Dochodzenie zwrotu bezpodstawnie uzyskanych korzyści	97
Zakończenie	103
Indeks rzeczowy	109

Wykaz skrótów

1. Akty prawne

KC	ustawa z 23.4.1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. z 2016 r. poz. 380 ze zm.)
Konstytucja RP	Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2.4.1997 r. (Dz.U. Nr 78, poz. 483 ze zm.)
NieuczWykKontraktU	ustawa z 15.12.2016 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwemu wykorzystywaniu przewagi kontraktowej w obrocie produktami rolnymi i spożywczymi (Dz.U. z 2017 r. poz. 67)
OKKU	ustawa z 16.2.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2015 r. poz. 184 ze zm.)
TFUE	Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz.Urz. UE C 202 z 2016 r., s. 47)
ZmZNKU	ustawa z 5.7.2002 r. o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. Nr 126, poz. 1071)
ZNKU	ustawa z 16.4.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz.U. Nr 153, poz. 1503 ze zm.)

2. Czasopisma i publikatory

Biul. SN	Biuletyn Sądu Najwyższego
Dz.Urz. UOKiK	Dziennik Urzędowy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dz.U.	Dziennik Ustaw
Dz.Urz. UE	Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej
iKAR	internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny
MoP	Monitor Prawniczy
ONSAiWSA	Orzecznictwo Naczelnego Sądu Administracyjnego i Wojewódzkich Sądów Administracyjnych
OSA	Orzecznictwo Sądów Administracyjnych
OSNC	Orzecznictwo Sądu Najwyższego – Izba Cywilna
OSP	Orzecznictwo Sądów Polskich
OTK-A	Orzecznictwo Trybunału Konstytucyjnego. Zbiór Urzędowy – Seria A

PPH	Przegląd Prawa Handlowego
ZNUJ	Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego

3. Organy i instytucje

SA	Sąd Apelacyjny
SN	Sąd Najwyższy
SO	Sąd Okręgowy
TK	Trybunał Konstytucyjny
UOKiK	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

4. Inne skróty

art.	artykuł
lit.	litera
n.	następny
niepubl.	niepublikowany
Nr	numer
pkt.	punkt
post.	postanowienie
poz.	pozycja
t.j.	tekst jednolity
uchw.	uchwała
uw.	uwaga
ust.	ustęp
wyr.	wyrok

Wykaz literatury

- Banasiński C.*, Kategoria korzyści jako przesłanka oceny ekwiwalentności świadczeń w stosowaniu art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk, iKAR 2013, Nr 2
- Banasiński C., Bychowska M.*, Ekonomiczne aspekty stosowania art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, PPH 2011, Nr 10
- Banasiński C., Bychowska M.*, Utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towarów do sprzedaży (art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k.), PPH 2008, Nr 4
- Bernatt M.*, Utrudnianie dostępu do rynku poprzez pobieranie innych niż marża handlowa opłat, iKAR, 2013, Nr 2
- Bernatt M., Skoczny T.*, w: J. Szwaja (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2013
- Cane D. du.*, Obecny stan prawa w kwestii tzw. opłat półkowych, Glosa 2012, Nr 3
- Dyś T.*, Nieuczciwa konkurencja: opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, MoP 2003, Nr 14
- Giesen B.*, Pobieranie opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży – praktyka uzasadniona wolnością gospodarczą czy czyn nieuczciwej konkurencji? Kontrowersje wokół wykładni art. 15 ust. 1 pkt 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, w: T. Skoczny (red.), Prawo konkurencji, 25 lat, Warszawa 2015
- Kaliński M.*, Szkoda na mieniu i jej naprawienie, Warszawa 2008
- Kamela P.*, Interpretacja art. 15 ust. 1 pkt 4 uznk w świetle koncepcji wykładni M. Zielińskiego, iKAR 2013, Nr 2
- Kaniecki G.*, „Opłaty półkowe” z punktu widzenia ekonomicznej analizy prawa, iKAR 2013, Nr 2
- Kępiński M.*, Glosa do wyr. SN z 11.7.2002 r., I CKN 1319/00, OSP 2003, Nr 4
- Kępiński M.*, Problemy ogólne nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, RPEiS 1994, Nr 2
- Kępiński M.*, Stosunek art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji do szczególnych deliktów nieuczciwej konkurencji, w: Dwadzieścia lat ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, dodatek do MoP 2014, Nr 6
- Kocot W., Stokłosa A.*, Pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży – uwagi krytyczne na tle praktyki kontraktowej i aktualnego orzecznictwa, PPH 2014, Nr 10
- Korus K.*, Zwalczanie nieuczciwej konkurencji. Komentarz do zmian wprowadzonych ustawą z dnia 5 lipca 2002 r. o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, LEX/el. 2002

- Kraus A., Zoll F., Polska ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Poznań 1929
- Kubisa-Słipko A., Słownik wyrazów bliskoznacznych, Wałbrzych 2008
- Leszczyńska B., Piszcz A., Glosa do wyr. SN z 26.1.2006 r., II CK 378/05, LEX/el. 2008
- Larivière M.K., Padmanabhan V., Slotting Allowances and New Product Introductions, Marketing Science 1997, Nr 2, vol. 16
- Marek M., Opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży, PPH 2012, Nr 2
- Marek M., Opłaty półkowe a mechanizmy cenotwórcze, iKAR 2014, Nr 9
- Namysłowska M., Nieuczciwe praktyki handlowe między przedsiębiorcami w prawie Unii Europejskiej, http://www.1pkpk.wz.uw.edu.pl/working_papers/Namys%C5%82owska_Nieuczciwe_praktyki_handlowe.pdf
- Nestoruk I., Opłaty „za przyjęcie towarów do sieci sklepów” a ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Glosa do wyroku SN z 26.1.2006 r., II CK 378/05, Glosa 2007, Nr 1
- Nowakowska K., Czym jest opłata półkowa?, Gazeta Prawna.pl, <http://biznes.gazeta-prawna.pl/artykuly/808915>
- Nowińska E., Vall M. du, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Warszawa 2001, 2008
- Nowińska E., Vall M. du, Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2010, 2013
- Podrecki P., Opłaty półkowe, MoP 2014, Nr 6
- Podrecki P., Porozumienia monopolistyczne i ich cywilnoprawne skutki, ZNUJ Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej 2000, Nr 74
- Rusek J., Rabat czynem nieuczciwej konkurencji: o premierach pieniężnych raz jeszcze, Doradca Podatkowy 2010, Nr 2
- Sieradzka M., Glosa do uchw. SN z 19.8. 2009 r., III CZP 58/09, LEX/el. 2010
- Sieradzka M., Glosa do wyr. SN z 8.7. 2010 r., II CSK 74/10, LEX/el. 2010
- Sieradzka M., Glosa do uchw. SN z 18.11.2015 r., III CZP 73/15, LEX/el. 2016
- Sieradzka M., Glosa do wyr. SN z 24.2.2016 r., I CSK 824/14, LEX/el. 2016
- Sieradzka M., Glosa do wyr. SN z 3.3.2016 r., II CSK 123/15, LEX/el. 2016
- Sieradzka M., Opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży – aspekty praktyczne stosowania i egzekwowania, MoP 2014, Nr 6
- Sieradzka M., Zdyb M. (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2011, 2016
- Skoczny T., Pobieranie tzw. opłat półkowych w Polsce. Konieczność zmiany przepisów czy ich interpretacji?, iKAR 2013, Nr 2
- Skoczny T. (red.), Prawo konkurencji, 25 lat, Warszawa 2015
- Skorupka S., Słownik wyrazów bliskoznacznych, Warszawa 1997
- Skurzyński P., Nowe wytyczne Komisji w sprawie ograniczeń wertykalnych a pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, PPH 2012, Nr 6

- Sroczyński J.*, O potrzebie (i pułapkach) „bardziej interdyscyplinarnego podejścia” do publicznego i prywatnego prawa konkurencji, http://www.1pkpk.wz.uw.edu.pl/working_papers/Sroczyński_O_potrzebach.pdf
- Sroczyński J.*, Rabat retroaktywny a tzw. opłata półkowa: potrzeba racjonalizacji, iKAR 2013, Nr 2
- Stefanicki R.*, Dobre obyczaje w prawie polskim, PPH 2002, Nr 5
- Szczepanowska-Kozłowska K.*, Glosa do wyr. SN z 26.1.2006 r., II CK 378/05. Pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, Glosa 2007, Nr 2
- Szwaja J.*, Ostatnie nowelizacje ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, cz. 1, MoP 2002, Nr 24
- Szwaja J.*, Ostatnie nowelizacje ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, MoP 2003, Nr 1
- Szwaja J.* (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Warszawa 2000, 2006, 2013
- Węgrzynowski Ł.*, Niedozwolone postanowienia umowne jako środek ochrony słabszej strony umowy obligacyjnej, Warszawa 2006
- Wolski D.*, Wybrane zagadnienia na tle orzeczeń dotyczących opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży, iKAR 2013, Nr 2
- Wolter A.*, Prawo cywilne. Zarys części ogólnej, Warszawa 1986
- Żurawik A.*, Klauzula generalna „dobrych obyczajów”. Ujęcie teoretyczne, RPEiS 2009, Nr 1

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. Szwaja* (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, *Glosa* 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 przyjmuję 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, Glosa do wyr. SN z 26.1.2006 r., II CK 378/05. Pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży Glosa 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.

Rozdział I. Geneza ochrony przed opłatami półkowymi

§ 1. Opłaty półkowe w Unii Europejskiej

Przepis art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU obowiązuje w krajowym porządku prawnym już ponad 10 lat. Z uwagi na niejednorodność stanowiska doktryny i orzecznictwa w zakresie wykładni wskazanego przepisu warto zastanowić się nad możliwością odwołania do wykładni prounijnej. Opłaty półkowe, czyli inne niż marża handlowa opłaty za przyjęcie towaru do sprzedaży określone w art. 15 ust. 1 pkt 4 ZNKU, w prawie unijnym są kwalifikowane jako nieuczciwe praktyki handlowe.

Zmiany w zakresie opłat półkowych zarysowują się od przyjęcia Zielonej księgi z 31.1.2013 r. w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych w łańcuchu dostaw produktów spożywczych i niespożywczych pomiędzy przedsiębiorstwami¹. Komisja Europejska powołała Forum Wysokiego Szczebla do spraw Poprawy Funkcjonowania Łańcucha Dostaw Żywności. Jednym z zadań nałożonych na Forum było rozwiązanie problemów związanych z praktykami handlowymi między przedsiębiorstwami. Biorąc pod uwagę sprawozdanie Komisji Europejskiej z 29.1.2016 r. dotyczące nieuczciwych praktyk handlowych w ramach łańcucha produktów spożywczych, realizowanych między przedsiębiorcami². Komisja stwierdziła, że:

- 1) wiele państw członkowskich już podjęło samodzielne działania zmierzające do poprawy relacji między uczestnikami łańcucha dostaw produktów spożywczych, w formie uregulowań prawnych lub samoregulacji;

¹ Zielona księga w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych w łańcuchu dostaw produktów spożywczych i niespożywczych między przedsiębiorstwami, Bruksela, 31.1.2013 r., COM(2013) 37 final.

² COM(2016) 32 final.

- 2) nie widzi uzasadnienia dla regulacji na poziomie wspólnotowym relacji między uczestnikami łańcucha dostaw żywności, ale jednocześnie będzie sytuację monitorować.

Również w prawie polskim podjęto działania w celu rozwiązanie problemu nieuczciwych praktyk handlowych w łańcuchu dostaw żywności w Polsce przy wykorzystaniu rozwiązań zaproponowanych w ustawie z 15.12.2016 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwemu wykorzystywaniu przewagi kontraktowej w obrocie produktami rolnymi i spożywczymi.

Wspomniana ustawa określa zasady przeciwdziałania, w celu ochrony interesu publicznego, praktykom polegającym na nieuczciwym wykorzystywaniu przewagi kontraktowej przez nabywców produktów rolnych lub spożywczych lub dostawców tych produktów, jeżeli to wykorzystywanie wywołuje lub może wywołać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej³.

Celem zaprojektowanych przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi przepisów jest eliminacja nieuczciwych praktyk w handlu artykułami spożywczymi i rolnymi. W uzasadnieniu do projektu ustawy czytamy: „Należy mieć świadomość, że nieuczciwe praktyki to przede wszystkim presja na uzyskanie jak najniższej ceny od nabywcy, a to z pewnością będzie się odbijać na niskiej jakości żywności oferowanej konsumentowi”. Nowe przepisy mają całkowicie wyeliminować opłaty półkowe. Przewagą kontraktową, w rozumieniu ustawy, jest sytuacja nabywcy względem dostawcy, w której dla dostawcy nie istnieją wystarczające i faktyczne możliwości zbycia produktów rolnych lub spożywczych do innych nabywców oraz występuje znaczna dysproporcja w potencjale ekonomicznym na korzyść nabywcy, albo dostawcy względem nabywcy, w której dla nabywcy nie istnieją wystarczające i faktyczne możliwości nabycia produktów rolnych lub spożywczych od innych dostawców oraz występuje znaczna dysproporcja w potencjale ekonomicznym na korzyść dostawcy. Natomiast wykorzystywanie przewagi kontraktowej jest nieuczciwe, jeżeli jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i zagraża istotnemu interesowi drugiej strony albo narusza taki interes⁴.

Warto wskazać, że ustawa zapewnia ochronę przed wykorzystaniem przewagi kontraktowej, ale ochrona ta nie wyłącza ochrony wynikającej z innych ustaw, w szczególności z przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji⁵.

³ Art. 1 NieuczWykKontraktU.

⁴ Zob. art. 7 ust. 1 i 2 NieuczWykKontraktU.

⁵ Art. 4 NieuczWykKontraktU.

W świetle swobody kontraktowej stron umowy pojawia się pytanie o jej granice światła zakazów nieuczciwych praktyk handlowych. Praktyki te bowiem są często obecne w trakcie negocjacji poprzedzających zawieranie umów. W trakcie negocjacji w zależności od pozycji stron jedna z nich może wykorzystywać swoją przewagę i tym samym wpłynąć na kształt stosunku umownego. Chodzi o sytuację narzucenia warunków umów dających jednej ze stron znaczącą przewagę kontraktową. Wówczas przedsiębiorca jako druga strona umowy w obawie o utratę pozycji godzi się na narzucenie określonych warunków umowy. Powyższe może mieć różne przyczyny. Przede wszystkim jest to duża rozbieżność w poziomie obrotów przedsiębiorców będących stronami, sytuacja w gospodarce bądź duże koszty, poniesione dotychczas przez jedną ze stron, takie jak wstępne nakłady inwestycyjne o dużej wartości⁶. Strona umowy, która posiada pewną przewagę kontraktową, wykorzystując swoją pozycję, narzuca nieuczciwe praktyki handlowe drugiej stronie umowy. Natomiast druga strona umowy z różnych powodów nie może pozwolić sobie na odstąpienie od niekorzystnej umowy bądź wybór innego kontrahenta. Warte zaznaczenia jest, że przyczyną takiego braku równowagi mogą być obie strony relacji B2B⁷. Ofiarami nieuczciwych praktyk handlowych mogą stać się zarówno detaliści, jak i dostawcy. Natomiast praktyki mogą zaistnieć na każdym poziomie łańcucha dostaw B2B produktów detalicznych⁸.

W Zielonej księdze w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych w łańcuchu dostaw produktów spożywczych i niespożywczych między przedsiębiorstwami Komisja wskazuje, że tylko dobrze funkcjonujący łańcuch dostaw B2B produktów spożywczych i niespożywczych ma zasadnicze znaczenie dla osiągnięcia maksymalnego potencjału gospodarczego tych sektorów. Wskazuje, że na wszystkich etapach łańcucha dostaw B2B produktów spożywczych i niespożywczych pojawiają się zaś nieuczciwe praktyki handlowe, wywierające szkodliwy wpływ na unijną gospodarkę. Komisja definiuje nieuczciwe praktyki handlowe jako praktyki, które rażąco odbiegają od dobrego postępowania handlowego oraz są sprzeczne z zasadą dobrej wiary i uczciwego obrotu. Są one zazwyczaj narzucane w sytuacji braku równowagi przez silniejszą stronę stronie słabszej, która, co istotne, często nie może sobie pozwolić na rezygnację z nieuczciwej relacji i wybór innego kontrahenta ze względu na koszty zwią-

⁶ Zielona księga, s. 6–7.

⁷ B2B (ang. *Business to Business*) oznacza ogół relacji pomiędzy firmami (tj. między firmą a partnerami, pośrednikami, dostawcami, dystrybutorami oraz punktami sprzedaży i świadczenia usług).

⁸ Zielona księga, s. 7.