

Sygn. akt I ACa 410/17

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 11 października 2017 r.

Sąd Apelacyjny w Krakowie – I Wydział Cywilny

w składzie:

Przewodniczący:	SSA Barbara Górczanowska
Sędziowie:	SSA Jerzy Bess SSA Teresa Rak (spr.)
Protokolant:	st.sekr.sądowy Beata Zaczyk

po rozpoznaniu w dniu 11 października 2017 r. w Krakowie na rozprawie

sprawy z powództwa SKLEPY (...) D. J. M. sp.j. w B.

przeciwko (...) S.A. w K.

o zapłatę

na skutek apelacji strony powodowej

od wyroku Sądu Okręgowego w Krakowie

z dnia 22 grudnia 2016 r. sygn. akt IX GC 602/15

1. **oddala apelację;**

2. **zasądza od strony powodowej na rzecz strony pozwanej kwotę 4.050 zł (cztery tysiące pięćdziesiąt złotych) tytułem kosztów postępowania apelacyjnego.**

SSA Jerzy Bess SSA Barbara Górczanowska SSA Teresa Rak

Sygn. akt I ACa 410/17

UZASADNIENIE

Strona powodowa SKLEPY (...) D. J. (...) spółka jawna w B. wniosła pozew w postępowaniu upominawczym domagając się zasądzenia od strony pozwanej (...) SA w K. kwoty 95.631 zł z odsetkami od dnia 28 marca 2015 roku do dnia zapłaty oraz kosztów procesu.

Na uzasadnienie żądania powodowa spółka podała, że w październiku 2014 roku zawarła ze stroną pozwaną Porozumienie Promocyjne- Program Partnerski (...) Z (...) Porozumienie obowiązywało od 3 listopada 2014 roku

do 31 stycznia 2015 roku. Strona powodowa zobowiązana była między innymi do zakupu i utrzymania w ciągłej sprzedaży przez okres trwania porozumienia określonego asortymentu wyrobów pozwanej za co pozwana spółka miała wypłacić stronie powodowej wynagrodzenie. Powódka z porozumienia się wywiązała i spełniła wszystkie wymagane z porozumienia warunki. Przesłała stronie pozwanej zestawienie sprzedaży produktów za czas trwania porozumienia wraz z wartością sprzedaży w ujęciu ogólnym oraz z wykazaniem wartości brutto i netto, a następnie wystawiła fakturę VAT nr (...) z dnia 6 marca 2015 roku na kwotę 95 630,20 zł z terminem płatności 27 marca 2015 r. Strona pozwana odmówiła wypłaty wynagrodzenia, twierdząc, że powodowa spółka nie zrealizowała celu Programu Promocyjnego bowiem produkty strony pozwanej sprzedawała hurtowo.

Nakazem zapłaty z dnia 27 maja 2015 r. wydanym w postępowaniu upominawczym uwzględniono roszczenie powodowej spółki w całości, nakazując pozwanej, aby zapłaciła stronie powodowej kwotę 95 630,20 zł wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 28 marca 2015 roku do dnia zapłaty, a także koszty postępowania w terminie dwóch tygodni od doręczenia nakazu albo wiośła w tym terminie sprzeciw.

W sprzeciwie od nakazu zapłaty **strona pozwana (...) S.A.** wniosła o oddalenie powództwa i zasądzenie kosztów postępowania. Przyznała, że zawarła z powódką Porozumienie Promocyjne Program Partnerski (...) Z (...). Program był skierowany do Sieci Sklepów (...) tj. podmiotów gospodarczych posiadających lub nie posiadających osobowości prawnej, będące przedsiębiorcami, prowadzącymi działalność gospodarczą i posiadające minimum trzy punkty sprzedaży detalicznej pod jednym numerem identyfikacji (...) Intencją programu było dotarcie do finalnego klienta jakim jest konsument. Program był skierowany jedynie do Sieci Sklepów (...), natomiast celem nie było dokonywanie sprzedaży do hurtowni czy innej sieci sklepów. Strona powodowa zaś odsprzedawała wyroby cukiernicze do hurtowni wbrew założeniom Programu Partnerskiego, dlatego pozwana odmówiła wypłaty wynagrodzenia. Zwróciła też uwagę, że osiągnięcie tak dużych obrotów przez sieć sklepów powódki jest niemożliwe. W analogicznym okresie poprzedniego roku powódka zakupiła produkty pozwanej za kwotę 7.856,00 zł netto.

Wyrokiem z dnia 22 grudnia 2016 roku Sąd Okręgowy w Krakowie oddalił powództwo i zasądził od strony powodowej na rzecz strony pozwanej kwotę 3.617 zł tytułem kosztów postępowania.

Rozstrzygnięcie wydał Sąd w oparciu o następujące ustalenia faktyczne:

W dniu 24 października 2014 r. Sklepy (...) J. (...) spółka jawna jako uczestnik oraz pozwana (...) spółka akcyjna jako producent zawarły Porozumienie Promocyjne Program Partnerski (...) Z (...). Porozumienie obowiązywało od 3 listopada 2014 r. do 31 stycznia 2015 r. Celem porozumienia było rozszerzanie współpracy w zakresie rozwoju rynku detalicznego, a poprzez jego rozwój osiągnięcie wzrostu wartości obrotów realizowanych przez Uczestnika wyrobami produkowanymi przez Producenta. Uczestnikiem mogły być Sieci Sklepów (...) tj. podmioty gospodarcze posiadające lub nieposiadające osobowości prawnej będące przedsiębiorstwami prowadzącymi działalność gospodarczą i posiadające minimum trzy punkty sprzedaży detalicznej występujące pod jednym (...) W okresie obowiązywania porozumienia obowiązkiem uczestnika było utrzymywanie w ciągłej sprzedaży ustalonego asortymentu wyrobów Producenta oraz zbudowanie i utrzymanie ekspozycji półkowej. Za udział w programie promocyjnym i wypełnienie zobowiązań określonych w umowie stronie powodowej przysługiwało wynagrodzenie, które w zależności od wysokości zakupów produktów P., zrealizowanych przez uczestnika miało wynieść 5,0% kwoty nadwyżki poza kwotę bazową przy 105% wartości netto zakupów w stosunku do zakupów z roku poprzedniego, 10% kwoty stanowiącej nadwyżkę kwoty bazowej przy zakupach o wartości netto 110% w stosunku do zakupów w roku poprzednim oraz 15% kwoty nadwyżki poza kwotę bazową przy 115% wartości netto zakupów Uczestnika w stosunku do roku poprzedniego. Wartość bazowa strony powodowej wynosiła 7.856 zł.

Strona powodowa najwięcej produktów pozwanej sprzedała w styczniu 2015 r, przy czym mieszanka (...), kasztanki, malaga i tiki-taki, stanowiły 78,16% wszystkich dokonanych zakupów. Największa sprzedaż miała miejsce w sklepie powódki przy ul. (...). Po okresie obowiązywania porozumienia strona powodowa przesłała do strony pozwanej wycenienie należnego jej wynagrodzenia, ustalając wartość dokonanych zakupów na poziomie 527.355,28 zł, przy wysokości wartości bazowej 7.856,01 zł powstała nadwyżka w wysokości 518.320,87 zł, i na tej podstawie powodowa

spółka obliczyła wysokość wynagrodzenia na kwotę 77.748,13 zł i przedstawiła wyliczenie stronie pozwanej. Następnie strona powodowa wystawiła w dniu 3 marca 2015r. fakturę VAT nr (...) na kwotę brutto 95 630,20 zł. Pozwana odmówiła wypłaty wynagrodzenia i zarzuciła stronie powodowej dokonywanie hurtowej sprzedaży wyrobów producenta.

Stan faktyczny Sąd ustalił w oparciu o dokumenty przedłożone przez strony dokumenty, których autentyczność nie była kwestionowana. Na ich podstawie Sąd ustalił treść złożonych przez strony oświadczeń. Oparł się też Sądna zeznaniach świadków R. O., Ł. M. i R. U. (1) oraz J. M.. Zeznania ich uznał za wiarygodne w całości, zwracając uwagę, że są one zgodne z ustaleniami dokonanyymi na podstawie innych dowodów, są logiczne i spójne.

Pozostałych wniosków dowodowych Sąd nie uwzględnił, uznając je za nieprzydatne dla rozstrzygnięcia.

W tak ustalonym stanie faktycznym Sąd Okręgowy stwierdził, że powództwo jest nieuzasadnione. Wskazał, że stron nie łączyła typowa umowa sprzedaży, ale porozumienie promocyjne, określające warunki jakie należało spełnić, a to sprzedaż produktów pozwanej przez sieć sklepów detalicznych strony powodowej, finalnemu odbiorcy czyli konsumentowi. Sąd oceniając zapisy porozumienia na podstawie art. 65 § 2 k.c. przyjął, że celem było rozwinięcie sprzedaży detalicznej.

Zgodnie z art. 6 kc ciężar udowodnienia faktu spoczywa na osobie, która z tego faktu wywodzi skutki prawne, zatem – zdaniem Sądu pierwszej instancji – to strona powodowa, chcąc domagać się wynagrodzenia, winna wykazać, że spełniła wszystkie warunki określone w porozumieniu promocyjnym. Powódka winna więc wykazać, że w określonej ilości sprzedała określony towar określonym klientowi.

W ocenie Sądu Okręgowego powódka nie wykazała, że spełniła warunki porozumienia. W szczególności nie wykazała, by produkty pozwanej spółki zostały sprzedane odbiorcom detalicznym ani tego w jakiej ilości zostały sprzedane konsumentowi, a zatem nie udowodniła, żeby zachodziła faktyczna podstawa do uzyskania wynagrodzenia określonego w porozumieniu promocyjnym. Również w ujęciu proceduralnym to strona obowiązana jest do wskazywania dowodów do stwierdzenia faktów, z których wywodzi skutki prawne. Nie jest rzeczą sądu zarządzanie dochodzeń w celu uzupełnienia lub wyjaśnienia twierdzeń stron i wykrycia środków dowodowych pozwalających na ich udowodnienie ani też Sąd nie jest zobowiązany do przeprowadzenia z urzędu dowodów zmierzających do wyjaśnienia okoliczności istotnych dla rozstrzygnięcia sprawy (art. 232 k.p.c.). Obowiązek przedstawienia dowodów spoczywa na stronach (art. 3 k.p.c.), a ciężar udowodnienia faktów mających dla rozstrzygnięcia sprawy istotne znaczenie (art. 227 k.p.c.) spoczywa na stronie, która z faktów tych wywodzi skutki prawne (art. 6 k.c.).

Zwrócił nadto Sąd uwagę, że sprzedaż detaliczna, to sprzedaż produktów w małych ilościach w punktach sprzedaży detalicznej na potrzeby indywidualnych nabywców.

Ostatecznie Sąd uznał, że strona powodowa nie wykazała, że spełniła warunki określone w programie promocyjnym i to stanowiło podstawę oddalenia powództwa.

O kosztach Sąd orzekł na podstawie art. 98 kpc

Apelację od wyroku wniosła strona powodowa. Zaskarżając wyrok w całości zarzuciła naruszenie prawa procesowego, a to art. 233 § 1 kpc polegające na:

- wadliwej ocenie materiału dowodowego prowadzącej do nieprawidłowych ustaleń, iż podstawą do uzyskania przez powoda wynagrodzenia określonego w Porozumieniu Promocyjnym było dokonanie przez niego sprzedaży zakupionych od pozwanego na podstawie tego porozumienia (...) SA, podczas gdy z zebranego materiału dowodowego wynika, że wynagrodzenie należne powodowi przysługiwało za realizację działań wskazanych w § 4 pkt 1.2 Porozumienia Promocyjnego, czyli obowiązków jakie na powodzie spoczywały, jako uczestniku programu, a jego wysokość uzależniona była od wielkości zakupów produktów pozwanej spółki jakiej dokonał powód w okresie obowiązywania porozumienia, a nie od wielkości sprzedaży tych produktów przez powoda dalszym ich nabywcom,

- wadliwej ocenie materiału dowodowego prowadzącej do nieprawidłowych ustaleń, że powód nie wykonał Porozumienia zgodnie z jego treścią, podczas gdy z zebranego materiału dowodowego, w tym z dokumentów oraz zeznań świadków będących pracownikami pozwanej wynika, że Porozumienie zostało wykonane przez powoda zgodnie z jego treścią w należyty sposób,

- wadliwej ocenie materiału dowodowego prowadzącej do nieprawidłowych ustaleń, iż strona powodowa nie udowodniła faktycznej podstawy do uzyskania wynagrodzenia określonego w Porozumieniu Promocyjnym, a zatem nie wykazała w żaden sposób, iż produkty pozwanej spółki zostały sprzedane odbiorcom detalicznym, ani tego w jakiej ilości, podczas gdy z zebranego materiału dowodowego, w tym z zeznań świadków i dokumentów wynika, że produkty pozwanej były sprzedawane w sieci detalicznej powoda i że w ten sposób spełnił on wszystkie warunki do otrzymania wynagrodzenia, którego wymagalność i wysokość nie jest uzależniona od wielkości dokonanej przez powoda sprzedaży tych produktów dalszym odbiorcom, a co za tym idzie do jego otrzymania nie było konieczne wykazywanie sprzedaży produktów pozwanej odbiorcom detalicznym oraz przedkładania jakiejkolwiek dokumentacji świadczącej o ilości dokonanej sprzedaży przez powoda, a ponadto przedkładanie takich dokumentów nie było możliwe, gdyż takie dokumenty nie istnieją, a powód nie był zobowiązany do ich tworzenia, zarówno zapisami Porozumienia Promocyjnego, jak również innymi obowiązującymi przepisami prawa.

Zarzuciła też pozwana naruszenie prawa materialnego, a w szczególności:

- art. 65 § 2 kc będące następstwem w/w nieprawidłowych ustaleń, poprzez jego niewłaściwe zastosowanie w niniejszej sprawie przy dokonanej przez Sąd pierwszej instancji ocenie postanowień Porozumienia Promocyjnego zawartego przez strony, co w konsekwencji doprowadziło do błędnego przyjęcia, że podstawą do uzyskania przez powoda wynagrodzenia było rozwinięcie sprzedaży detalicznej (...) spółki (...) poprzez sieć sklepów strony powodowej, podczas gdy prawidłowa ocena treści Porozumienia, oświadczeń i stanowisk stron, a także zebranego w sprawie materiału dowodowego nie daje żadnych podstaw do przyjęcia takiej oceny, a prowadzi wręcz do odmiennych wniosków, iż wynagrodzenie powoda uzależnione jest od zrealizowania powinności wynikających z § 4 pkt 1.2 Porozumienia Promocyjnego, a jego wysokość od wielkości zakupów produktów pozwanej dokonanych przez powoda w okresie obowiązywania porozumienia, a nie od rozwinięcia sprzedaży detalicznej, która zresztą miała miejsce poprzez udostępnienie przez powoda jego sieci sklepów detalicznych, ani tym bardziej jod ilości dokonanej sprzedaży tych produktów,

- art. 6 kc będące następstwem w/w naruszeń prawa procesowego, poprzez błędną jego wykładnię i w konsekwencji niewłaściwe zastosowanie i niniejszej sprawi i przez to nieprawidłowe przyjęcie, że z uwagi na zarzut pozwanej, iż powód dokonywał sprzedaży hurtowej, to na stronie powodowej spoczywał ciężar dowodu wykonania porozumienia zgodnie z jego treścią i poprzez to powód winien wykazać, iż w określonej wysokości sprzedał określony towar określonemu klientowi, w sytuacji gdy taki zarzut stawiany przez pozwaną w bezspornych okolicznościach świadczących o wykonaniu Porozumienia zgodnie z jego treścią i spełnieniu przesłanek do otrzymania należnego powodowi wynagrodzenia powoduje, że to na stronie pozwanej spoczywał ciężar udowodnienia, że powód nienależycie wykonał to porozumienie, czego pozwana nie udowodniła.

W związku z powyższym wniosła strona powodowa o zmianę wyroku poprzez uwzględnienia powództwa w całości i zasądzenie od pozwanej na rzecz powódki kosztów postępowania.

Po rozpoznaniu apelacji Sąd Apelacyjny zważył co następuje:

Apelacja strony powodowej na uwzględnienie nie zasługuje.

Ustalenia faktyczne poczynione przez Sąd Okręgowy są prawidłowe. Sąd Apelacyjny podziela je i przyjmuje za własne.

Odnosząc się do podniesionych w apelacji zarzutów, w pierwszej kolejności należy ocenić zarzuty wadliwej oceny dowodów i nieprawidłowych ustaleń, gdyż dopiero prawidłowo ustalony stan faktyczny może być podstawą dla dokonania oceny prawnej. Zarzuty naruszenia art.. 233 § 1 kpc są nieuzasadnione. Skuteczne postawienie zarzutu

naruszenia art. 233 § 1 k.p.c. wymaga wykazania, że przeprowadzona przez sąd ocena dowodów jest sprzeczna z zasadami logiki i doświadczenia życiowego oraz dokonana bez wszechstronnego rozważenia materiału dowodowego jako całości. Strona zarzucająca dokonanie oceny dowodów z naruszeniem wymienionego przepisu musi wykazać na czy polega brak logiki w rozumowaniu sądu lub w czym przejawia się sprzeczność z regułami doświadczenia życiowego w przyjęciu wniosków kwestionowanych (tak np. Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 29 września 2005 roku, sygn. akt II PK 28/05, Legalis nr 303405). Nie wystarczająca jest natomiast sama polemika i wyprowadzenie odmiennych wniosków. W ocenie Sądu Apelacyjnego podnoszone przez stronę powodową zarzuty są tylko polemiką z oceną Sądu pierwszej instancji i dokonaną przez niego wykładnią zawartego przez strony porozumienia promocyjnego. Analizując treść tych zarzutów stwierdzić należy, że w istocie dotyczą one nie tyle ustaleń faktycznych Sądu, co interpretacji zawartego przez strony porozumienia i obowiązków wynikających z tego porozumienia. Ustalenia bowiem jakie poczynił Sąd opierają się przede wszystkim na dokumentach i co do faktu zawarcia porozumienia, jego treści, wartości i asortymentu (...) S.A. zakupionych przez powodów w okresie trwania porozumienia, wartości obrotu netto zrealizowanego przez powodów w okresie od listopada 2013 roku do stycznia 2014 roku, treści faktury wystawionej przez stronę powodową i wezwania do zapłaty były pomiędzy stronami niesporne. W rzeczywistości więc zarzuty te odnoszą się do naruszenia art. 65 § 2 k.c.

Zarzut naruszenia art. 65 § 2 k.c. również jest nieuzasadniony. Przepis ten dotyczy wykładni umów i stanowi, że w umowach należy raczej badać, jaki był zgodny zamiar stron i cel umowy, aniżeli opierać się na jej dosłownym brzmieniu. Zatem cel umowy winien przeważać nad dosłownym brzmieniem oświadczenia. Cel ten może wynikać zarówno z treści samego oświadczenia (np. ze wskazania w preambule zawieranej umowy czy nawet z użytej przez strony nazwy czynności prawnej – por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 18 czerwca 1998 r., sygn. akt I PKN 191/98, OSNP 1999, Nr 14, poz. 449), jak i z całokształtu okoliczności związanych ze złożeniem tego oświadczenia (np. z przedmiotu zawartej umowy – por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 21 lutego 2013 r., sygn. akt IV CSK 463/12, B. (...), Nr 10). Sens oświadczeń zawartych w formie pisemnej ustala się przyjmując za podstawę wykładni przede wszystkim pełny tekst dokumentu. Interpretacja wywołująca wątpliwości i sporne między stronami postanowienia umowy nie może opierać się jedynie na analizie językowej odnośnego fragmentu umowy, wymaga uwzględnienia jej pełnej zwerbalizowanej treści, zamiaru i celu stron, a także kontekstu faktycznego, w jakim umowę uzgadniano i zawierano (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 28 lutego 2017 r., sygn. akt I CSK 250/16, Legalis nr 1618230).

Zdaniem Sądu Apelacyjnego treść zawartego przez strony porozumienia promocyjnego nie budzi wątpliwości i jest jasna. Z preambuły porozumienia wynika, że Program Partnerski (...) Z (...) realizowany w okresie od 3 listopada 2014 roku do 31 stycznia 2015 roku adresowany był do Sieci Sklepów (...) definiowanych w § 1 ust. 1 porozumienia jako podmioty gospodarcze posiadające lub nieposiadające osobowości prawnej będące przedsiębiorstwami prowadzącymi działalność gospodarczą i posiadające minimum trzy punkty sprzedaży detalicznej występujące pod jednym numerem identyfikacji podatkowej – (...). Z § 2 ust. 2 porozumienia wynika, że jego celem jest „dalsze rozszerzenie współpracy w zakresie rozwoju rynku detalicznego a poprzez jego rozwój, osiągnięcie wzrostu wartości obrotów realizowanych przez uczestnika wyrobami produkowanymi przez producenta”. Celem porozumienia było więc zwiększenie sprzedaży detalicznej wyrobów spółki (...) S.A. poprzez obecność tych produktów w punktach sprzedaży detalicznej i dotarcie do klienta docelowego jakim jest konsument finalny. Istotnie w porozumieniu brak jest wyraźnego zapisu, że dozwolona jest wyłącznie sprzedaż detaliczna, jednakże mimo braku tego zastrzeżenia, w cenie Sądu nie budzi wątpliwości, że produkty strony pozwanej miały być sprzedawane tylko detalicznie, ostatecznym konsumentom.

Wg strony powodowej wynagrodzenie przysługiwało za realizację działań wskazanych w § 4 pkt 1.2 porozumienia, a wielkość wynagrodzenia uzależniona była od wielkości zakupów produktów strony pozwanej dokonanej w okresie obowiązywania porozumienia. Wymieniony przepis zobowiązywał uczestnika programu do utrzymywania w ciągłej sprzedaży ustalonego asortymentu wyrobów Producenta, zbudowania i utrzymywania w okresie trwania programu ekspozycji półkowej, wprowadzenie do sprzedaży wyrobów stanowiących ofertę bożonarodzeniową, zbudowania i utrzymywania jednej dodatkowej ekspozycji towarowej, umieszczanie materiałów reklamowych i informacyjnych Producenta i kształtowania pozytywnego wizerunku Producenta i reklamowania marki W. na rynku.

Oczywiście, że uczestnik programu musiał wypełnić wymienione warunki, by otrzymać wynagrodzenie, ale przy ocenie ich spełnienia nie można abstrahować od celu porozumienia. Celem zaś był rozwój rynku detalicznego i zwiększenie sprzedaży detalicznej produktów strony pozwanej.

Nie może budzić wątpliwości, że skoro celem był rozwój rynku detalicznego, to uczestnik nabywał towary strony pozwanej w ramach programu po to, by sprzedawać je w swoich sklepach detalicznych, czyli konsumentom, odbiorcom finalnym, a nie hurtowniom czy innym sklepom. Ma rację strona pozwana, że gdyby dopuszczała sprzedaż hurtową produktów nabywanych w ramach programu, to ofertę zawierania porozumień promocyjnych kierowałaby również do hurtowni, a nie tylko do sieci sklepów detalicznych. Zatem hurtowa sprzedaż produktów strony pozwanej nabywanych w ramach porozumienia promocyjnego pozostaje w sprzeczności z celem porozumienia i świadczy o niewypełnieniu jego warunków.

Odnosząc się do obowiązków dowodowych stron, a w szczególności do tego na kim spoczywał ciężar wykazania okoliczności skutkujących uwzględnieniem, bądź oddaleniem powództwa, Sąd Apelacyjny podziela stanowisko, że to strona powodowa winna wykazać, że wykonała porozumienie zgodnie z jego treścią i celem. Celem porozumienia był rozwój sprzedaży detalicznej produktów (...) SA, nie jest jednak trafne stanowisko Sądu Okręgowego, że powodów obciąża wykazanie, że nabyty w ramach porozumienia od dystrybutorów strony pozwanej towar zbyli poprzez sprzedaż detaliczną, niezależnie od tego czy technicznie przeprowadzenie takiego dowodu byłoby możliwe. Z § 4 ust. 2 porozumienia wynika, że wysokość wynagrodzenia uzależniona jest od wartości netto zakupów wyrobów pozwanej spółki. Obowiązkiem więc powodów było wykazanie, że nabycie towarów strony pozwanej od jej dystrybutorów nastąpiło w celu sprzedaży detalicznej, bo taki był cel zawartego przez strony porozumienia. Powodowie natomiast na tę okoliczność dowodów nie zgłaszali, twierdząc, że ciężar dowodu spoczywa na stronie pozwanej, skoro twierdzi ona, że strona powodowa porozumienie wykonała w sposób niewłaściwy. Przy czym nie podziela Sąd Apelacyjny stanowiska Sądu pierwszej instancji, iż na powodach spoczywa obowiązek wykazania, że nie prowadzili oni sprzedaży hurtowej wyrobów strony pozwanej. Mieliby oni bowiem udowodnić okoliczność negatywną, a takie fakty mogą być dowodzone tylko za pomocą dowodów przeciwnych, których istnienie wyłącza wskazywaną okoliczność negatywną.

Pozwana spółka natomiast powołała pewne okoliczności, z których jednoznacznie wynika, że nabycie przez powódkę wyrobów pozwanej nie miało na celu wyłącznie sprzedaży detalicznej tych wyrobów

Z dołączonych do sprzeciwu zestawień zakupów i sprzedaży dokonywanych przez stronę pozwaną w okresie obowiązywania porozumienia czyli od listopada 2014 roku do stycznia 2015 roku wynika, że w tym okresie strona powodowa zakupiła u dystrybutorów wyroby strony pozwanej za kwotę 574.752 zł. (strona powodowa wskazywała w pozwie i w piśmie skierowanym do strony pozwanej 527.355,28 zł). Natomiast w analogicznym okresie rok wcześniej strona powodowa zakupiła wyrobów (...) SA za niespełna 8.000zł, bowiem kwotę bazową na potrzeby obliczenia wynagrodzenia za realizację porozumienia określono na kwotę 7.856 zł, a porozumienia wynika (§ 4 pkt 2.3), że wartość bazowa to wartość obrotu netto zrealizowanego przez uczestnika w okresie listopad 2013 – styczeń 2014 r.

Porównanie wartości zakupów jakich dokonała strona powodowa w tych dwóch porównywalnych okresach (nawet z uwzględnieniem ewentualnej większej ilości sklepów prowadzonych przez stronę pozwaną w okresie obowiązywania porozumienia w stosunku do okresu z roku poprzedniego) wskazuje, w okresie realizacji porozumienia powodowa spółka zakupiła towarów strony pozwanej za kwotę około 70 razy większą niż w okresie, który stanowił podstawę do ustalenia kwoty bazowej. W takiej sytuacji przyjęcie, że nabycie towarów nastąpiło wyłącznie w celu sprzedaży detalicznej musi budzić daleko idące wątpliwości, które muszą być rozstrzygnięte na niekorzyść strony powodowej. Przeprowadzone w sprawie dowody świadczą o tym, że sprzedaż takiej ilości wyrobów czekoladowych w 7 sklepach prowadzonych przez powoda w tak krótkim okresie czasu nie jest możliwa. Ponadto analiza zakupów dokonywanych przez powoda w poszczególnych miesiącach oraz analiza nabywanego asortymentu także przemawia za przyjęciem, że powód znaczną część nabywanego towaru odsprzedawał hurtowo. Blisko 80% wartości zakupów dotyczy tylko 4 produktów , a to „Mieszanki (...)”, (...), (...) i (...). Ponadto z zestawień wynika, że największe zakupy, a także wskazywana przez powodową spółkę sprzedaż w jej sklepach miała miejsce w styczniu 2015 roku, co pozostaje w sprzeczności choćby z doświadczeniem, a także z twierdzeniami strony pozwanej dotyczącymi tej kwestii. Wiadomym

jest bowiem, że zwiększone zapotrzebowanie na słodczy jest w listopadzie, a zwłaszcza grudniu i związane z M., Świętami Bożego Narodzenia i wówczas sprzedaż słodczy w sklepach jest największa. Jak wskazał nadto świadek R. U. (2) w bazie klientów strony pozwanej nie ma klientów, którzy by w taki sposób jak strona powodowa dokonywali zakupów. Tymczasem powód w listopadzie nabył produktów (...) SA za 106.000 zł, w grudniu za 196.436 zł, a w styczniu za 272.316 zł. Zwrócić też należy uwagę na zestawienie sprzedaży detalicznej sporządzone przez powoda, z którego wynika, że w listopadzie sprzedaż wyniosła 56.545,24 zł, w grudniu tylko 11.815,06 zł, a w styczniu 199.311,46 zł, co łącznie daje kwotę 267.671,76zł. Zwraca też uwagę okoliczność, że zakupy w tym okresie były ponad 2 razy większe niż sprzedaż co też przemawia za tym, że znaczna część nabytego towaru została sprzedana hurtowo. Sprzedaż takiej ilości w sieci sklepów powoda nawet w kolejnych kilku miesiącach nie byłaby możliwa, a np. w lutym 2015 roku sprzedaż ta wyniosła tylko nieco ponad 2.200 zł.

Powyższe uprawnia do wniosku, że strona powodowa nie wykazała, że wszystkie jej działania zmierzały do wykonywania porozumienia zgodnie z jego treścią i celem. Z drugiej zaś strony nie może budzić wątpliwości, że nie jest możliwe, by tak dużą ilość towaru jaką nabyła pozwana spółka, była ona w stanie zbyć w sprzedaży detalicznej.

Zatem również zarzut naruszenia art. 6 kc nie może odnieść zamierzonego przez stronę powodową skutku.

Apelacja strony powodowej jest więc bezzasadna, zatem Sąd Apelacyjny na podstawie art. 385 kpc ją oddalił.

O kosztach postępowania apelacyjnego Sąd orzekł na podstawie art. 98 § 1 i 3 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c, zgodnie z zasadą odpowiedzialności za wynik procesu.

SSA Jerzy Bess SSA Barbara Górczanowska SSA Teresa Rak