

Warszawa, 12 marca 2014 roku

Szanowny Pan
Paweł Tyszkiewicz
Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

Chełmska 8 / 10
00-732 Warszawa

Szanowny Panie,

Poniżej przedstawiam analizę prawną działań podejmowanych przez kontrahentów podmiotów działających w branży marketingowej w zakresie wydłużania terminów płatności.

Opinię przygotowano na podstawie analizy przepisów ustawy z 8 marca 2013 roku o terminach zapłaty w transakcjach handlowych, ustawy z 23 kwietnia 1964 roku Kodeks cywilny oraz ustawy z 16 kwietnia 1993 o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a także w oparciu o zaprezentowany stan faktyczny.

ANALIZA REGULACJI USTAWY O TERMINACH ZAPŁATY W TRANSAKcjACH HANDLOWYCH

Ustawa z 8 marca 2013 roku o terminach zapłaty w transakcjach handlowych (dalej „Ustawa”) została wprowadzona między innymi w celu wdrożenia do krajowego systemu prawnego dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/7/UE z dnia 16 lutego 2011 r. w sprawie zwalczania opóźnień w płatnościach w transakcjach handlowych i zastąpiła ustawę z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych. Zgodnie z brzmieniem dyrektywy, jej celem jest „zwalczanie opóźnień w płatnościach w transakcjach handlowych, aby zapewnić właściwe funkcjonowanie rynku wewnętrznego, wspierając tym samym konkurencyjność przedsiębiorstw, a w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw”.

Projektowanym przez Ustawodawcę skutkiem wprowadzenia nowej ustawy ma być przede wszystkim zapobieżenie nadużywaniu swobody zawierania umów na niekorzyść przedsiębiorcy-wierzyciela przez podmioty o silniejszej pozycji rynkowej, a także zwiększenie bezpieczeństwa przy zawieraniu umów między przedsiębiorcami oraz między przedsiębiorcami a organami publicznymi. Regulacje są nakierowane na zmniejszenie nierównowagi między podmiotami w transakcjach handlowych.

Za pośrednictwem Ustawy Prawodawca wskazuje, iż preferowanym przez niego terminem zapłaty w transakcjach handlowych jest 30 dni (art. 5 Ustawy). Powyższy wniosek płynie z faktu, iż drugiej

stronie stosunku prawnego przyznano prawo do naliczania, począwszy od 31 dnia, ustawowych odsetek od należności (odsetki ustawowe wynoszą obecnie 13%). To uprawnienie przysługuje, nawet jeżeli strony postanowiły w umowie zgodnie, iż termin płatności będzie dłuższy niż 30 dni – ukazuje to stosunek Ustawodawcy do przedłużania sprawiedliwego w jego oczach terminu. Prawo do naliczania odsetek uzależnione zostało w Ustawie jedynie od wypełnienia dwóch przesłanek - spełnienia przez daną stronę stosunku prawnego swojego świadczenia niepieniężnego oraz doręczenia dłużnikowi faktury lub rachunku, potwierdzających dostawę towaru lub wykonanie usługi. Dla porządku wskazać należy, iż regulacje dotyczące 30-dniowego terminu płatności nie dotyczą podmiotów publicznych będących podmiotami leczniczymi.

Pomimo pośredniego wskazania przez Ustawodawcę, iż 30-dniowy termin płatności ma charakter preferowany, ustanowienie dłuższych terminów płatności nie zostało w ustawie bezwzględnie zakazane. Co do zasady, maksymalnym terminem płatności jest termin 60-cio dniowy. Pomimo jednak dopuszczenia przedłużenia przez strony stosunku prawnego terminu zapłaty, także za ich zgodną wolą, także w takiej sytuacji strona, której przysługuje zapłata, może żądać zapłaty odsetek, pomimo braku pozostawiania przez dłużnika w zwłoce.

Zgodnie z Ustawą, termin zapłaty określony w umowie nie może przekraczać 60 dni, liczonych od dnia doręczenia dłużnikowi faktury lub rachunku, potwierdzających dostawę towaru lub wykonanie usługi, **chyba że strony ustalą inaczej i pod warunkiem że ustalenie to nie jest sprzeczne ze społeczno-gospodarczym celem umowy i zasadami współżycia społecznego oraz jest obiektywnie uzasadnione, biorąc pod uwagę właściwość towaru lub usługi**. Podkreślenia wymaga, że Ustawa dopuszcza przedłużenie terminu ponad 60 dni **jedynie** pod warunkiem, iż strony umowy zgodnie tak postanowił i **jednocześnie** spełnione są pozostałe przesłanki wskazane powyżej. Warunek umożliwiający zgodne z przepisami Ustawy przedłużenie terminu płatności nie będzie zatem spełniony zarówno w sytuacji, gdy przedłużenie będzie konsekwencją jednostronnego oświadczenia którejś ze stron, jak również w sytuacji, gdy pomimo zgodnego ustalenia, przedłużenie okaże się sprzeczne ze społeczno-gospodarczym celem umowy i zasadami współżycia społecznego lub będzie obiektywnie nieuzasadnione, biorąc pod uwagę właściwość towaru lub usługi.

Jeżeli ustalony w umowie termin zapłaty jest dłuższy niż 60 dni, liczonych od dnia doręczenia dłużnikowi faktury lub rachunku, potwierdzających dostawę towaru lub wykonanie usługi, **a nie są spełnione warunki, o których wspomniano powyżej**, to wówczas wierzycielowi, który spełnił swoje świadczenie (tj. stronie, której przysługuje zapłata), po upływie 60 dni przysługują odsetki w wysokości odsetek za zwłokę określanej na podstawie art. 56 § 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2012 r. poz. 749, z późn. zm.6) – obecnie odsetki te wynoszą 10%.

Podsumowując, w oparciu o przepisy ustawy wyróżnić można 3 terminy:

- 30-dniowy – termin optymalny w oczach Ustawodawcy;
- 60-dniowy – termin co do zasady maksymalny;
- Przekraczający 60 dni – termin dopuszczalny jedynie w ściśle określonych przypadkach;

W doktrynie prawa zauważa się, iż uregulowania o których mowa stanowią „ograniczenie swobody umów, jest to jednak ograniczenie uzasadnione prewencją wobec niekorzystnej dla przedsiębiorców praktyki narzucania zbyt długich terminów oczekiwania na spełnienie świadczenia pieniężnego, co

prowadzi do „kredytowania” silniejszych ekonomicznie podmiotów przez słabszych uczestników obrotu gospodarczego” (P. Biezuński, *Terminy zapłaty w transakcjach handlowych. Komentarz*, LEX/el. 2013).

ANALIZA UREGULOWAŃ KODEKSU CYWILNEGO

Zgodnie z art. 353¹ Kodeksu cywilnego, strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego.

Zgodnie z powyższą regulacją, swoboda umów doznaje ograniczenia m.in. ze względu na sprzeczność treści lub celu umowy z zasadami współżycia społecznego. Zasady współżycia społecznego uznaje się za rodzaj klauzuli generalnej, przez którą rozumie się zwrot niedookreślony, oznaczający pewne oceny funkcjonujące w jakiejś grupie społecznej, będące jednak poza systemem prawnym. Zasady współżycia społecznego wiążą się z pewnymi normami moralnymi panującymi w danym społeczeństwie, takimi jak: zasady słuszności, dobrych obyczajów. Chodzi tutaj o przestrzeganie zasad lojalności, uczciwości, opartego na zaufaniu kontrahenta w fazie kształtowania i wykonywania umowy. Kryteria te przybierają postać klauzul generalnych i stanowią swoistą formę konkretyzacji i adaptacji uniwersalnych zasad uczciwości obrotu, ochrony strony słabszej (wyrok SA w Warszawie z dnia 26 stycznia 2006 r., VI ACa 841/2005). Naruszeniem zasad współżycia społecznego będzie więc zawarcie umowy sprzecznej z uczciwością i rzetelnością kupiecką lub takiej, która kształtować będzie wzajemne stosunki między stronami w sposób ewidentnie urągający słuszności.

Artykuł 353¹ k.c. należy do kategorii przepisów bezwzględnie obowiązujących, niepodlegających zmianom stron w ramach stosunków umownych, a więc naruszenie któregokolwiek z wymienionych w nim kryteriów swobody kontraktowej wywołuje sankcję nieważności na podstawie art. 58 Kodeksu cywilnego – **sprzeczność treści lub celu stosunku z ustawą, zasadami współżycia społecznego i naturą stosunku prowadzi bowiem do nieważności umowy.**

Rozważania na gruncie Kodeksu cywilnego będą miały zastosowanie w razie wymuszenia przez jedną ze stron transakcji na drugiej stronie zawarcia w treści umowy między stronami przedłużonych terminów płatności.

ANALIZA PRZEPISÓW PRAWA KONKURENCJI

Prawo konkurencji jest regulowane przede wszystkim przez dwa akty prawne – ustawę z 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawę z 16 kwietnia 1993 o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Pierwszy z aktów prawnych należy do sfery publicznoprawnej i jest przede wszystkim nakierowany na ochronę interesu publicznego zagrożonego lub naruszonego przez działanie podmiotów na rynku, drugi natomiast jest częścią porządku prywatnoprawnego i pozwala dochodzić roszczeń wynikłych z naruszenia interesów jednostkowych.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, stwierdza, iż nadużyciem pozycji dominującej jest między innymi bezpośrednio lub pośrednio narzucanie nieuczciwych cen, w tym cen nadmiernie wygórowanych albo rażąco niskich, odległych terminów płatności lub innych warunków zakupu albo sprzedaży towarów. Ponadto, powszechny jest doktrynie pogląd, że czyny wskazane w omawianej ustawie stanowią często także czyny nieuczciwej konkurencji, objęte regulacją ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Jak wynika z powyższego, często bardzo uzasadniona jest argumentacja, iż działania podejmowane przez dany podmiot, pomimo niemożności zakwalifikowania ich z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, naruszają przepisy drugiej z ustaw.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Jednocześnie ustawa utrzymuje otwarty katalog czynów, podając jedynie rozbudowaną listę przykładowych. Tym samym, możliwe będzie argumentowanie, iż działania w zakresie wydłużania terminów płatności stanowią czyn nieuczciwej konkurencji, jako że są sprzeczne z prawem i dobrymi obyczajami, a jednocześnie naruszają interes prawny podmiotów świadczących usługi w branży marketingowej.

Podmiot, którego interes został zagrożony lub naruszony przez czyn nieuczciwej konkurencji (tj. np. jedna z agencji) może żądać:

1. zaniechania niedozwolonych działań;
2. usunięcia skutków niedozwolonych działań;
3. złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie;
4. naprawienia wyrządzonej szkody, na zasadach ogólnych;
5. wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści, na zasadach ogólnych;
6. zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej lub ochroną dziedzictwa narodowego - jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji był zawiniony.

Krajowa lub regionalna organizacja której celem statutowym jest ochrona interesów przedsiębiorców, może wystąpić z roszczeniami wskazanymi powyżej (i być stroną postępowania), z wyłączeniem jednakże tych ujętych w punktach 4 i 5.

WNIOSKI

Można zasadnie twierdzić o braku spełnienia przesłanek wymaganych przez ustawę o terminach zapłaty w transakcjach handlowych dla skutecznego wydłużenia terminu płatności powyżej 60 dni. Podkreślić należy, że ustawa wymaga, aby jednocześnie z umownym charakterem przedłużenia przedłużenie to nie było sprzeczne ze społeczno-gospodarczym celem umowy i zasadami współżycia społecznego oraz było obiektywnie uzasadnione, biorąc pod uwagę właściwość towaru lub usługi. W pełni uzasadniony jest wniosek, że wydłużanie terminów płatności podmiotom działającym w branży marketingowej ma charakter sprzeczny ze społeczno-gospodarczym celem umowy, której przedmiotem jest świadczenie usług, a nie kredytowanie działalności kontrahentów. Jednocześnie działanie takie stanowić będzie naruszenie zasad współżycia

społecznego ze względu na znaczące obciążenia podmiotów świadczących usługi. Jednocześnie brak jest podstaw dla uznania, iż charakter usług reklamowych przemawia za wydłużeniem terminu rozliczania należności.

Analiza przepisów Kodeksu cywilnego pozwala wysnuć argument o brzmieniu zbliżonym do przedstawionego w paragrafie poprzedzającym. Kodeks cywilny posługuje się bowiem zbliżonymi klauzulami generalnymi. Podkreślenia wymaga jednak, iż żądanie uznania nieważności może się ostać jedynie, jeżeli dana czynność prawna miała charakter umowy – za obopólną zgodą stron.

Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pozwala natomiast organizacji, której celem statutowym jest ochrona interesów przedsiębiorców, wystąpić do sądu z roszczeniami z tytułu popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji. Ogół okoliczności niniejszej sprawy pozwala na sformułowanie argumentu, iż działania polegające na nieuzasadnionym wydłużaniu terminów płatności za wyświadczone usługi noszą znamiona czynu nieuczciwej konkurencji.

Powyższe przepisy mogą być podstawą dla następujących działań:

1. podjęcia negocjacji z kontrahentami podmiotów działających w branży marketingowej przez Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR – przedstawienie argumentów wskazanych powyżej pozwala ukazać nieprawidłowości i daje podstawę do żądania zaprzestania stosowania podobnych praktyk;
2. podjęcie działań na drodze sądowej w oparciu o ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.



Maciej Ślusarek
adwokat