

KO 1017/2010



Warszawa, dnia 15 lipca 2010 r.

Waldemar Pawlak
Wicepremier
Minister Gospodarki
Ministerstwo Gospodarki
Plac Trzech Krzyży 3/5
00-507 Warszawa

Szanowny Panie Premierze,

W związku z licznymi wystąpieniami Polskiej Izby Paliw Płynnych, skierowanych do Pani Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, odnośnie stosowania przez stacje paliw przy super i hipermarketach cen dumpingowych oraz brakiem podjęcia kroków mających na celu dostosowanie aktualnie obowiązujących przepisów prawa, niniejszym prosimy o zajęcie stanowiska w przedmiotowej sprawie. Zdaniem PIPP działania super i hipermarketów, posiadających stacje paliw, naruszają zasady uczciwej konkurencji i utrudniają prowadzenie działalności gospodarczej dla przedsiębiorców sektora paliwowego. Ma to bezpośredni wpływ nie tylko na rentowność małych i średnich przedsiębiorstw, ale również narusza zasady wolnego rynku.

Analizowana kwestia dotyczy działalności stacji paliw położonych i prowadzonych przez sieci super i hipermarketowe. Podmioty te prowadzą w sprzedaży detalicznej agresywną politykę cenową niemającą uzasadnienia w cenach hurtowych. W wielu przypadkach cena detaliczna jest równa lub niższa od cen hurtowych na rynku polskim. Oznacza to, że paliwo sprzedawane jest bez marży detalicznej, a nawet w cenie niepokrywającej kosztów zakupu. Takie działania uznajemy za szkodliwe dla całego sektora paliwowego, zarówno na poziomie hurtowym jak również na rynku detalicznym.

Pomimo podjętych rozmów z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie udało się osiągnąć pożądaných rezultatów. Nie sposób się jednak nie zgodzić ze stanowiskiem UOKiK, iż polskie prawo nie przewiduje ingerencji państwa w zachowania wymykające się aktualnym przepisom o ochronie konkurencji. Oczywistym jest więc istnienie luki prawnej, uniemożliwiającej rozwiązanie przedstawionego problemu. A problem i zagrożenia z nim związane są rzeczywiste. Nie można w tym miejscu zapomnieć o doświadczeniu innych krajów europejskich. Tytułem przykładu należy wskazać Republikę Francuską, w której hipermarkety zdominowały rynek paliwowy, a konsumenci tylko przez chwilę korzystali z niskich cen oferowanych na tych stacjach. Po uzyskaniu pozycji dominującej stacje paliw



przestały sprzedawać paliwo po atrakcyjnych cenach. Mało powiedziane, ceny we Francji wzrosły do najwyższych w całej Europie.

Francja przegapiła moment, w którym mogła jeszcze powstrzymać zmonopolizowanie rynku paliwowego przez super i hipermarkety. Zagrożenie, że przykład Francji się powtórzy jest całkiem realne. Pamiętać bowiem należy, iż super i hipermarkety posiadające stacje paliw należą w znacznej mierze do Francuskich inwestorów, których nic nie powstrzymuje od powtórzenia francuskiego sukcesu w Polsce. Tytułem przykładu wskazujemy sieci marketowe, które uruchomiły w ramach prowadzonej działalności stacje paliw:

1. Auchan,
2. E.Leclerc,
3. Carrefour,
4. Makro,
5. Tesco.

Inne kraje europejskie podjęły starania mające na celu zapobieżenie niekontrolowanemu rozwojowi rynku paliwowego z naruszenie zasad zdrowej konkurencji, dlaczego więc i w Polsce nie podejmuje się właściwych działań?

Jedynym sposobem na zakończenie tych praktyk oraz wzmocnienie konkurencji na rynku paliwowym w Polsce jest dokonanie odpowiednich zmian w aktualnym stanie prawnym. Zmian wymaga przede wszystkim ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U.07.50.331 z późn. zm.).

Nasze propozycje oparte są na następujących założeniach:

1. wprowadzenie definicji podmiotu posiadającego silną pozycję rynkową,
2. wprowadzenie definicji nowych czynów nieuczciwej konkurencji i praktyki ograniczającej konkurencję w stosunku do podmiotów posiadających silną pozycję rynkową,
3. wprowadzenie mechanizmu pozwalającego na szybkie blokowanie szkodliwych dla małych i średnich przedsiębiorców działań oraz nałożenie bardzo wysokich kar za naruszanie ustawy w tym zakresie,
4. wprowadzenie dla przedsiębiorców dotkniętych działaniem podmiotu o silnej pozycji instytucję pisemnego wezwania do zaprzestania niedozwolonych praktyk, łącznie z powiadomieniem UOKiK. Brak reakcji na pierwsze wezwanie mogłoby wszczynać procedurę nałożenia kary.

Podmiotem posiadającym silną pozycję rynkową byłby podmiot, który nie ma pozycji dominującej na rynku, ale jest na tyle silny (kapitałowo, strukturalnie) że może prowadzić agresywne działania niszczące konkurencję. Takim podmiotem jest na pewno duży



hipermarket lub sieć stacji paliw. Definicja ustawowa mogłaby przyjąć następujące brzmienie:

„Podmiotem o silnej pozycji rynkowej nazywamy podmiot spełniający co najmniej dwa z niżej wymienionych kryteriów:

1. podmiot prowadzi sprzedaż towarów lub usług w obiektach handlowych o powierzchni zabudowy powyżej 400 m² wraz z obiektami towarzyszącymi zlokalizowanych na parkingach i w odległości 200 m od obiektu głównego,
2. suma aktywów jest większa niż np. 200 mln zł,
3. działalność gospodarcza jest prowadzona na terenie co najmniej trzech województw,
4. podmiot jest oddziałem lub własnością koncernu działającego w innym kraju,
5. kapitał własny jest większy niż [...],
6. zatrudnienie przekracza [...] osób.

Definicja czynu nieuczciwej konkurencji mogłaby dodatkowo zawierać zapis:

„Czynem nieuczciwej konkurencji jest także utrudnianie innemu przedsiębiorcy dostępu do rynku przez sprzedaż towarów lub usług w obiektach handlowych po cenie nieuwzględniającej marży handlowej lub zawierającej marżę nie pokrywającą kosztów działalności handlowej przypadających na sprzedawany towar lub usługę.”

W związku z powyższym zwracamy się z prośbą o ustosunkowanie się do niniejszego pisma. Jednocześnie zapewniamy, iż jesteśmy gotowi wspomóc działania resortu gospodarki mające na celu rozwiązanie przedstawionego przez nas problemu.

Z poważaniem,

Do wiadomości:

Dr Małgorzata Krasnodębska-Tomkiel

Prezes UOKiK

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Plac Powstańców Warszawy 1

00-950 Warszawa