

Warszawa, 5 październik 2007

**Sz. Pan
Józef Krzyworzeka
Starosta**

Zarząd Powiatu w Krakowie
Al. J. Słowackiego 20
30-037 Kraków

Szanowny Panie,

Polska Izba Paliw Płynnych jest organizacją zrzeszającą prywatnych przedsiębiorców branży paliwowej w Polsce. Zgodnie z założeniami statutowymi, naczelnym celem funkcjonowania PIPP jest reprezentacja interesów oraz wspieranie działalności gospodarczej naszych członków, dlatego zawsze staramy się podejmować interwencje i działania, wszędzie tam skąd otrzymujemy sygnały o problemach, z którymi, na co dzień muszą mierzyć się przedsiębiorcy branży paliwowej.

Niejednokrotnie interweniowaliśmy na szczeblu centralnym w sprawie wielkopowierzchniowych sklepów i powstających przy nich stacjach benzynowych. Występowaliśmy o zmiany przepisów prawnych, jak i o interwencje.

Obecnie pragniemy zainteresować tym tematem również Państwa. Kierujemy się nie tylko interesem branży paliwowej, ale przede wszystkim ochroną konsumenta i dobrem ludzi.

Wielkopowierzchniowe obiekty handlowe zlokalizowane w bezpośredniej bliskości osiedli mieszkaniowych, jak np. w Warszawie i innych miastach, są uciążliwe dla okolicznych mieszkańców. Są one źródłem ciągłego hałasu, który jest wynikiem pracy wielkiej ilości aparatury chłodzącej i klimatyzacyjnej, ale również wzmożonego ruchu samochodów. W związku z dużym natężeniem ruchu pojazdów są to obszary zwiększonego zanieczyszczenia powietrza, co ma niebagatelny wpływ na zdrowie i samopoczucie ludzi tam mieszkających. W wielu wypadkach na etapie projektowania inwestycji, były one oprotestowywane, ale głosu ludzi nie brano pod uwagę.

Odnosnie stacji benzynowych lokalizowanych przy hipermarketach, trzeba wziąć pod uwagę fakt, że mamy tutaj do czynienia z materiałami niebezpiecznymi. Pomimo dbałości właścicieli stacji o urządzenia i ich przeglądy nie można wykluczyć nieszczęśliwych wypadków losowych, które mogą się zdarzyć, jak np. we wrześniu ubiegłego roku na stacji przy markecie jednej z sieci w Lublinie, gdzie rozszczelniła się instalacja gazowa. Wezwano cysternę celem przepompowania gazu, Straż Pożarną, Straż Miejską, Policję i karetki pogotowia. Konieczne okazało się zamknięcie przyległych hipermarketów i ewakuacja znajdujących się tam ludzi, zamknięto też przyległe ulice. Zdarzeń takich i ich skutków nie sposób przewidzieć.

Zwracając się do Państwa, kierujemy się również dobrem polskich przedsiębiorców branży paliwowej. Stacje prowadzone przez sieci marketów sprzedają paliwo po zaniżonych cenach. Nie ma żadnego ekonomicznego uzasadnienia sprzedawanie paliwa poniżej kosztu jego zakupu. Z naszych obliczeń wynika, że jest to częsta praktyka. Takie działania psują rynek i podkopują zaufanie do niego u klientów. Jednocześnie powodują jednak to, że przedsiębiorcy, którzy prowadzą działalność na uczciwych rynkowych zasadach, nie mają szans na uczciwe konkutowanie na rynku.

Sprzedaż produktów po zaniżonych cenach powoduje przede wszystkim zmniejszenie dochodów budżetowych, poprzez zmniejszenie wpływów z podatku VAT, podatków dochodowych, co ma bezpośredni wpływ na stan finansów lokalnych samorządów. Taka sytuacja ma również związek z rynkiem pracy, gdzie istnieje realne zagrożenie spadku liczby miejsc pracy.

Sprzedaż paliw bez marży to również spadek dochodów i podatków od innych firm z regionu. Taką sprzedaż można ocenić jako reklamę marketu.

Dla przykładu pragniemy przedstawić sytuację na rynku francuskim, ponieważ naszym zdaniem sytuacja u nas zmierza w podobnym kierunku. W roku 1985 nastąpiła we Francji liberalizacja cen paliw. W efekcie polityki cenowej prowadzonej przez hipermarkety, wynikającej ze znacznie niższych kosztów (brak dodatkowych usług świadczonych przez inne stacje), ogólna liczba stacji spadła z około 46 000 w 1975 roku, do około 16000 obecnie. Z tej liczby 4350 to stacje przy hipermarketach. Mają one około 67% udział w rynku sprzedaży paliw. Na dzień dzisiejszy nadal możemy zaobserwować wzrostową tendencję (1% - 3%) w skali roku, w zakresie udziału stacji należących do hipermarketów w detalicznym obrocie paliwami. Konsekwencją opisywanego wzrostu jest wystąpienie powszechnego zjawiska likwidacji stacji paliw należących do pozostałych dystrybutorów w najbliższym sąsiedztwie marketów. W dalszej perspektywie doprowadziło to do powstania wielu utrudnień dla konsumentów w dostępie do punktów sprzedaży paliw, ponieważ znaczna część obrotu paliwami jest uzależniona od trybu pracy w/w sieci. W praktyce oznacza to brak stacji paliw w centrach francuskich miast, brak możliwości zakupu paliwa w niedzielę i święta, czy wreszcie zwiększenie odległości między stacjami do około 70 km. Taka sytuacja nie spotkała się z żadnymi działaniami ze strony władz państwowych. Poszerzanie obszarów ekspansji odbywało się poprzez obniżanie cen paliw. **Po zdobyciu pozycji dominującej hipermarkety rozpoczęły proces stopniowego podwyższania cen paliw, co doprowadziło do sytuacji, w której obecne ceny paliwa sprzedawanego przez hipermarkety we Francji należą do najwyższych w Europie.**

W związku z powyższym prosimy o to, by przy wydawaniu zgody na budowanie wielko powierzchniowych obiektów handlowych i zlokalizowanych przy nich stacji benzynowych kierować się nie tylko rachunkiem ekonomicznym, ale również dobrem mieszkańców, polskich przedsiębiorców i konsumentów.

Ze swojej strony, pragnę zapewnić, że jesteśmy gotowi, jako organizacja reprezentująca szeroko rozumiane środowisko paliwowe, do wszelkiej współpracy w celu rozwiązywania powyższych problemów.

2 *powierzenie*

Halina Pupacz

[Signature]

Prezes

Polska Izba Paliw Płynnych