

**URZĄD OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*DEPARTAMENT OCHRONY KONKURENCJI*

Pl. Powstańców Warszawy 1  
00-950 Warszawa 1, P - 36  
Tel. (0-22) 826-91-06, Fax (0-22) 826-30-51  
E-mail: dok@uokik.gov.pl

DOK1-440-24/09/PG

WPŁYNEŁO DN

2009 -04- 29

SEKRETARIAT

Warszawa, dnia 24 kwietnia 2009 r.

**Sz. P. Halina Pupacz**  
**Prezes Polskiej Izby Paliw Płynnych**  
**ul. Słomińskiego 19 lok. 521**  
**00-195 Warszawa**

W granicach kompetencji przyznanych Prezesowi Urzędu ustawą z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.), udzielając odpowiedzi na pismo z dnia 12 marca 2009 r. [znak: KO 05/3/2009], w którym wnosi Pani o zbadanie, czy istnieje zmowa pomiędzy dużymi operatorami detalicznego i hurtowego rynku paliwowego (polegająca na stosowaniu niższej formuły cenowej w kontraktach, znacznie odbiegającej od cen hurtowych oferowanych pozostałym uczestnikom rynku) oraz wyjaśnienie, czy polskie prawo dopuszcza stosowanie cen dumpingowych, uprzejmie informujemy, co następuje.

Sytuacja konkurencyjna na krajowym rynku paliw płynnych, tak w segmencie detalicznym, jak i hurtowym, jest obecnie, kolejny raz, poddawana wnikliwej ocenie w toku dwóch postępowań wyjaśniających prowadzonych przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (sygn. akt: DOK1-400/9/07/MF i DOK1-401/1/06/AP). Przesłane przez Państwa zestawienia cen zostaną również poddane stosownej analizie.

Odnosząc się do stwierdzenia, prezentowanego w Pani piśmie, iż agresywna polityka cenowa prowadzona przez stacje tzw. super- i hipermarketowe może być wynikiem zмовы cenowej, chcielibyśmy wskazać, iż w przeciągu ubiegłych lat Prezes Urzędu przeprowadził szereg postępowań dotyczących porozumień cenowych na rynkach sprzedaży paliw. W tego rodzaju postępowaniach nie kwestionuje się, co do zasady, wysokości ceny, ale fakt zawarcia antykonkurencyjnego porozumienia cenowego, które stanowi poważne naruszenie prawa. W postępowaniach tych brak było jednak dowodów (nawet pośrednich) na istnienie zмовы cenowej, a tym samym dowodów naruszenia przepisów art. 6 ustawy o *ochronie konkurencji i konsumentów* (dalej również jako „ustawa antymonopolowa”). Aktualnie Prezes Urzędu prowadzi postępowanie antymonopolowe w zakresie ustalania detalicznych cen odsprzedaży paliw (sygn. akt DOK1-410/1/08). Przedmiotowe postępowanie dotyczy porozumienia wertykalnego zawartego pomiędzy PKN Orlen S.A. i jego dystrybutorami. Porozumienie to nie jest jednak klasyczną „zmovą cenową” o charakterze horyzontalnym.

Ponadto, należy wskazać, iż stosowanie cen dumpingowych, o których pisze Pani w swoim piśmie, może zostać uznane za przejaw nadużywania pozycji dominującej – praktyki zakazanej na mocy art. 9 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy antymonopolowej, w postaci bezpośredniego, bądź pośredniego narzucania cen rażąco niskich (cen drapieżnych). Jednakże, aby w opisanej przez Panią sytuacji można było rozważać, czy doszło do naruszenia przepisów art. 9 ww. ustawy, wprowadzających zakaz nadużywania pozycji dominującej, uprzednio należałoby stwierdzić fakt posiadania przez przedsiębiorcę takiej pozycji. W tym miejscu należy zaznaczyć, iż z informacji dostępnych Prezesowi Urzędu, wynika, iż żaden super- i hipermarket nie posiada pozycji dominującej na żadnym z lokalnych rynków sprzedaży detalicznej paliw. Pragniemy również zauważyć, iż stosowanie niższych cen paliw oferowanych przez ww. podmioty w stosunku do cen stosowanych przez inne stacje wynikać może z faktu subsydiowania sprzedaży paliw z przychodów osiągniętych z działalności podstawowej super- i hipermarketów (działalności w zakresie sprzedaży towarów pozapaliwowych). Taka sytuacja może być niewątpliwie rezultatem strategii marketingowej każdego podmiotu. Działanie danego przedsiębiorcy polegające na

subsydiowaniu skrótnym prowadzonych przez niego działalności, w sytuacji gdy nie posiada on pozycji dominującej na rynkach objętych subsydiowaniem, należy uznać w świetle ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* za dozwolone. Reasumując, należy wskazać, iż prowadzenie agresywnej polityki cenowej przez przedsiębiorcę, który nie posiada pozycji dominującej na danym rynku właściwym, na przykład poprzez stosowanie cen rażąco niskich, nie jest postrzegane jako czynnik mogący ograniczać konkurencję. Na rynkach zdominowanych działania przedsiębiorców dominujących i działania podejmowane przez innych przedsiębiorców zewnętrznie są takie same lub prawie takie same - różni je jedynie skutek, jaki wywołują. Zachowania przedsiębiorców na rynkach konkurencyjnych nie oddziałują negatywnie na otoczenie, podczas gdy takie same działania dominantów wywołują skutki dla ich otoczenia gospodarczego.<sup>1</sup>

Odnosnie do postulowanych przez Panią w ww. piśmie zmian w ustawie *o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz w ustawie z dnia 16 kwietnia 1993 r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (tekst jednolity: Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.), pragniemy podkreślić, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie jest organem ustawodawczym i ma jedynie możliwość pośredniego wpływania na kształt aktów prawnych przedłożonych mu do opiniowania w toku procesu legislacji. Dodatkowo, należy wskazać, iż ustawa *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* nie jest stosowana przez Prezesa Urzędu w zakresie przyznanych mu kompetencji w obszarze ochrony konkurencji.

Jednocześnie informujemy, że ustawa *o ochronie konkurencji i konsumentów* nie zawiera zakazu posiadania pozycji dominującej; nielegalne natomiast jest jej nadużywanie. Zawarta w art. 4 pkt 10 ustawy antymonopolowej definicja pozycji dominującej, przez którą rozumie się „pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji (...)” w istocie odnosi się do przywołanej przez Państwa sytuacji, w której przedsiębiorca ma możliwość prowadzenia działań niszczących konkurencję. Wydaje się więc, że proponowany przez Państwa zapis

---

<sup>1</sup> Modzelewska-Wąchal E., *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, TWIGGER, Warszawa 2002 r.

wprowadzający termin *silnej pozycji rynkowej* przedsiębiorcy byłyby błędnym powielaniem istniejącej regulacji.

Ponadto pragniemy zauważyć, że katalog praktyk ograniczających konkurencję jest katalogiem otwartym, a lista wymienionych praktyk w art. 9 ust. 2 ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* jest jedynie przykładowa (o czym świadczy stosowane przez ustawodawcę sformułowanie „w szczególności”). Stosowanie środków administracyjnych określonych w art. 10–12 ustawy antymonopolowej dopuszczone jest w przypadku ujawnienia każdej, dowolnej postaci nadużywania pozycji dominującej, nie tylko tych wyspecyfikowanych w ustępie 2 artykułu 9 ustawy.

Zwracamy Państwa uwagę również na fakt, iż Prezes Urzędu na mocy ustawy antymonopolowej w istocie jest już wyposażony w środki prawne, których wprowadzenie postulujecie Państwo w swoim piśmie, należą do nich:

- ustanowiona na mocy art. 89 ustawy możliwość, w drodze decyzji, zobowiązania przedsiębiorcy, któremu zarzucane jest stosowanie praktyk ograniczających konkurencję, przed zakończeniem postępowania antymonopolowego, do zaniechania określonych działań, w celu zapobieżenia powstaniu negatywnych, nieodwracalnych skutków dla konkurencji;
- przewidziana przepisami art. 90 możliwość nadania rygoru natychmiastowej wykonalności decyzji w całości lub w części, jeżeli wymaga tego ochrona konkurencji lub ważny interes konsumentów.

Pragniemy także nadmienić, że Prezes UOKiK posiada również, zgodnie z przepisami Działu VII ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów*, możliwość nakładania kar pieniężnych, w drodze decyzji, na przedsiębiorcę, który, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 9 ww. ustawy. Sankcja finansowa grożąca przedsiębiorcy nadużywającemu pozycji dominującej może sięgać do wysokości 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

Reasumując, organ antymonopolowy pragnie podkreślić, iż jest świadomy, że utrzymywanie się niskich marż detalicznych może być w dłuższej perspektywie

szkodliwe dla właścicieli niezależnych stacji paliw. Podkreślić jednakże należy, iż o ile powyższa sytuacja nie będzie wynikiem stosowania praktyk ograniczających konkurencję (nadużywania pozycji dominującej lub zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję), Prezes Urzędu nie może podjąć jakichkolwiek działań w tym zakresie. Warto także, niezależnie od powyższego, dodać, iż niskie marże na stacjach benzynowych są zjawiskiem korzystnym dla konsumentów.

*Z upoważnienia  
Prezesa Urzędu Ochrony  
Konkurencji i Konsumentów*

**DYREKTOR**  
Departamentu Ochrony Konkurencji

*Monika Bychowska*  
Monika Bychowska