

Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie: „Stosunki handlowe między dużymi przedsiębiorstwami handlu detalicznego a dostawcami środków spożywczych – stan bieżący” (opinia z inicjatywy własnej)

(2013/C 133/03)

Sprawozdawca: **M. Igor ŠARMÍR**

Dnia 12 lipca 2012 r. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny postanowił, zgodnie z art. 29 lit. A) przepisów wykonawczych do regulaminu wewnętrznego, sporządzić opinię z inicjatywy własnej w sprawie:

„Stosunki handlowe między dużymi przedsiębiorstwami handlu detalicznego a dostawcami środków spożywczych – stan bieżący”.

Sekcja Rolnictwa, Rozwoju Wsi i Środowiska Naturalnego, której powierzono przygotowanie prac Komitetu w tej sprawie, przyjęła swoją opinię 9 stycznia 2013 r.

Na 487. sesji plenarnej w dniach 13–14 lutego 2013 r. (posiedzenie z 13 lutego) Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny stosunkiem głosów 79 do 6 – 2 osoby wstrzymały się od głosu – przyjął następującą opinię:

1. Wnioski i zalecenia

1.1 EKES stwierdza, że duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego tworzą we wszystkich krajach oligopol. Zgodnie z danymi statystycznymi dotyczącymi udziału w rynku, garstka detalistów kontroluje wszędzie większość rynku. Zdaniem EKES-u oligopol zapewnia należącom do niego przedsiębiorstwom olbrzymią siłę przetargową w stosunku do dostawców, dzięki której mogą narzucić im warunki handlowe, które nie są w żadnym razie wyważone.

1.2 EKES stwierdza, że przedsiębiorstwa wchodzące w skład oligopolu konkurują ze sobą wyłącznie o konsumentów. Rywalizują ze sobą w celu zdobycia klientów, lecz – jeżeli chodzi o dostawców – nie można dostrzec żadnej konkurencji. Niemniej nawet walka przedsiębiorstw o konsumentów jest związana przede wszystkim z cenami sprzedaży detalicznej i nie uwzględnia w wystarczającym stopniu różnych aspektów społecznych i środowiskowych składających się na ogólną jakość ⁽¹⁾.

1.3 EKES odnotowuje, że kształtowanie się cen i marż poszczególnych podmiotów jest bardzo niejasne. W istocie ze względu na rabaty otrzymywane przez duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego od dostawców, cena zakupu płacona dostawcy nie stanowi odzwierciedlenia jego rzeczywistych dochodów uzyskanych z danego produktu.

1.4 EKES jest przekonany, że w sytuacji, gdy kontrahent może narzucić warunki swym partnerom handlowym, swoboda zawierania umów nie istnieje. EKES uważa, że wyrazem braku prawdziwej swobody zawierania umów jest stosowanie przez wielkich detalistów nieuczciwych i antykonkurencyjnych praktyk wobec dostawców środków spożywczych. Nieuczciwe praktyki handlowe są szkodliwe nie tylko dla producentów, lecz

również konsumentów (zwłaszcza w dłuższej perspektywie). Ogólnie, obecna skala tych praktyk jest niekorzystna z punktu widzenia interesu publicznego, a – ściślej mówiąc – interesu gospodarczego państw.

1.5 Zdaniem EKES-u szczególnie niepokojące nieuczciwe praktyki występują wyłącznie w ramach stosunków dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego z dostawcami środków spożywczych. Nie są stosowane ani przez przemysł spożywczy wobec rolników, ani przez wielkich detalistów wobec dostawców towarów innych niż środki spożywcze.

1.6 EKES odnotowuje, że w niektórych państwach członkowskich rolnicy i przetwórcy zostali ukarani przez krajowy organ ds. konkurencji za próbę utworzenia grup producentów, gdyż znaczenie tych grup zostało ocenione wyłącznie na podstawie produkcji krajowej.

1.7 EKES odnotowuje porażkę mechanizmów rynkowych, gdyż sytuacja coraz bardziej się pogarsza w ramach systemu, który nie podlega wystarczającym regulacjom.

1.8 EKES uważa, że samoregulacja nie jest wystarczającym środkiem zaradczym wobec stwierdzonych zakłóceń. To nie kodeks etyczny przywróci równowagę stosunkom handlowym. Sam charakter nieuczciwych praktyk wymaga wprowadzenia prawnego zakazu ich stosowania i go uzasadnia.

1.9 EKES apeluje do Komisji Europejskiej, by zaczęła się zajmować kwestią oligopoli, przeanalizowała ich rzeczywiste znaczenie i wpływy, określiła, w jakim stopniu ich oddziaływanie można porównać do monopolu i – co za tym idzie – by odpowiednio zmieniła zasady regulowania konkurencji.

⁽¹⁾ Opinia EKES-u w sprawie: „Wspólnotowy model rolnictwa: jakość produkcji i informowanie konsumentów jako czynniki konkurencyjności”, Dz.U. C 18 z 19.1.2011, s. 5–10.

1.10 EKES zwraca się do Komisji Europejskiej o uznanie braku swobody zawierania umów w stosunkach dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego z dostawcami środków spożywczych.

1.11 EKES wnosi, by Komisja Europejska zaproponowała rozwiązanie mające na celu zwiększenie przejrzystości systemu. Idealnym rozwiązaniem byłoby uwzględnienie wspomnianych rabatów wielkich detalistów na wcześniejszym etapie, czyli zobowiązanie ich do wliczenia ceny różnych usług opłacanych przez dostawców do ceny zakupu produktu. Pokazałoby to, ile dostawca w rzeczywistości otrzymał za swój produkt.

1.12 EKES zwraca się do Komisji o przedstawienie krajowym organom ds. konkurencji jasnych wytycznych, tak by podczas oceny siły przetargowej grup producentów uwzględniały odnośny rynek, czyli wszystkie produkty żywnościowe tej samej kategorii, oferowane na rynku danego kraju, a nie wyłącznie produkty wytworzone w tym kraju.

1.13 EKES apeluje do Komisji Europejskiej o porzucenie idei samoregulacji i o zaproponowanie wiążącego aktu prawnego w celu poprawy sytuacji w łańcuchu dostaw żywności poprzez zachęcanie do niezakłóconej konkurencji. Koncepcja regulacji nie powinna się opierać na ochronie konkurencji, lecz umożliwić państwu, którego interes gospodarczy jest zagrożony, podjęcie działań w charakterze powoda w ramach procedur administracyjnych i sądowych.

1.14 Wreszcie, EKES uważa, że należy stanowić prawo kładące nacisk na wybór społeczny, które wykraczałoby poza same mechanizmy rynkowe, tak by powstrzymać tendencję do koncentracji coraz silniejszych wielkich przedsiębiorstw handlu detalicznego i rozpowszechnić inne formy handlu, takie jak niezależni drobni detaliści, lokalne targi czy też sprzedaż bezpośrednią „od producenta do konsumenta”. W tym kontekście EKES zwraca się do Komisji Europejskiej, by w przygotowywanych dokumentach dotyczących przeciwdziałania marnotrawstwu żywności poświęciła szczególną uwagę sektorom o krótkim łańcuchu dystrybucji.

2. Uzasadnienie

2.1 Zmiana postrzegania dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego

Kwestia stosunków handlowych wielkich detalistów z dostawcami środków spożywczych wzbudza coraz większe zainteresowanie, jeżeli nie niepokój. Niemniej 10 lat temu był to temat tabu nie tylko dla władz i instytucji UE, lecz również dla większości dziennikarzy⁽²⁾, pomimo faktu, że we Francji już w 1992 r. podejmowano próby opracowania przepisów w tej

(2) Jednym z nielicznych ekspertów, którzy ośmielili się wówczas publicznie potępić nadużycia wielkich detalistów, był Christian Jacquiau, autor książki pt. „Coulisse de la grande distribution” („Kulis wielkiej dystrybucji”) i artykułu opublikowanego w „Le Monde diplomatique” (w grudniu 2002 r.) pt. „Racket dans la grande distribution à la française” („Haracz wielkiej dystrybucji we Francji”).

dziedzinie, a w Wielkiej Brytanii w 1999 r. i 2000 r. komisja ds. konkurencji przeprowadziła badania na temat nadużyć dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego wobec dostawców środków spożywczych, stwierdzając, że supermarkety nadużywają siły nabywczej (termin ten oznacza zasadniczo zdolność nabywcy do uzyskania bardziej sprzyjających warunków zakupu niż byłoby możliwe na całkowicie konkurencyjnym rynku⁽³⁾). Duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego były na ogół uważane za podmioty użyteczności publicznej, przynoszące wszystkim korzyści, a ich rozwój uznawano nawet za dowód dobrej sytuacji gospodarczej kraju. Władze i media mówiły przede wszystkim o ich niezaprzeczalnie pozytywnych aspektach, czyli o możliwości zakupu niemal wszystkich produktów w tym samym miejscu po korzystnej cenie, a także o oferowanych udogodnieniach (na przykład o wystarczającej liczbie miejsc parkingowych) i proponowanych usługach. Około 5 lat temu sytuacja się radykalnie zmieniła, a instytucje europejskie opublikowały wiele dokumentów krytycznych na ten temat.

2.2 Pozycja oligopolistyczna wielkich detalistów

2.2.1 Duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego zaczęły się szybko rozwijać około 30 lat temu, co było ściśle związane z procesem globalizacji. W istocie większość wielkich detalistów, którzy kontrolują obecnie rynek detaliczny, to firmy wielonarodowe. Są one w stanie czerpać o wiele większe korzyści z nowych warunków wynikających z globalizacji niż małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP).

2.2.2 Rozwój korporacji wielonarodowych (w tym wielkich detalistów) następuje często kosztem MŚP. W wielu sektorach garstka dużych przedsiębiorstw wielonarodowych kontroluje zasadniczą część danego rynku. Oprócz przedsiębiorstw detalicznych dotyczy to na przykład przemysłu farmaceutycznego i spożywczego, producentów nasion⁽⁴⁾, przetwórców ropy naftowej, sektora bankowego itd. Korporacje wielonarodowe nie są monopolistami. W większości przypadków muszą zmierzyć się na tym samym rynku z konkurencją ze strony innych przedsiębiorstw wielonarodowych, a nawet MŚP, wskutek czego nie uważa się, by miały dominującą pozycję⁽⁵⁾.

2.2.3 Duże europejskie przedsiębiorstwa detaliczne uczestniczą aktywnie w zdobywaniu światowego rynku. Detalista brytyjski Tesco, detaliści francuscy Auchan i Carrefour, niemieckie i austriackie korporacje wielonarodowe Kaufland, Lidl, Metro i Billa, a także przedsiębiorstwo holenderskie Ahold prowadzą działalność w wielu krajach.

(3) Consumers International „The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?” („Związek supermarketów z dostawcami: konsekwencje dla konsumentów”), 2012 r., s. 2.

(4) W 2009 r. 80 % światowego rynku nasion kontrolowało zaledwie kilkanaście przedsiębiorstw, podczas gdy 25 lat wcześniej selekcję i sprzedaż nasion prowadziły setki różnych przedsiębiorstw. To samo dotyczy produktów agrochemicznych.

(5) British Institute of International and Comparative Law (Brytyjski Instytut Prawa Międzynarodowego i Porównawczego), „Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain” („Modele egzekwowania w Europie stosunków w łańcuchu dostaw żywności”), 23 kwietnia 2012 r., s. 4.

2.2.4 W konsekwencji garstka detalistów skutecznie kontroluje rynek detaliczny środków spożywczych w różnych krajach. Na przykład w Niemczech cztery przedsiębiorstwa kontrolują 85 % rynku, w Wielkiej Brytanii również cztery – 76 %, w Austrii trzy – 82 %, a we Francji i Holandii pięć – 65 % rynku itd⁽⁶⁾. Sytuacja ta świadczy o tym, że – z jednej strony – żaden detalista nie odpowiada oficjalnej definicji pozycji dominującej, lecz – z drugiej strony – od trzech do pięciu przedsiębiorstw handlowych kontroluje zasadniczą część rynku i tworzy oligopol.

2.2.5 Członkowie oligopolu niewątpliwie ze sobą konkurują, lecz jedynie o konsumentów. Jeżeli chodzi o dostawców, konkurencja ta jest zupełnie niewidoczna, zwłaszcza w wypadku MŚP. W przeciwieństwie do dostawców, których jest o wiele więcej, nabywcy mają olbrzymi wybór. Innymi słowy, dostawcy muszą czynić niezwykle starania i iść na duże ustępstwa, by móc dostarczać towary, podczas gdy nabywcy wybierają tych, którzy są najbardziej elastyczni w odniesieniu do warunków.

2.2.5.1 Niemniej zrozumiałe dążenie producenta do uzyskania sprawiedliwej części wytworzonej wartości dodanej w ramach zdrowych i lojalnych stosunków handlowych ze swymi dystrybutorami wymaga również, by zwracał on uwagę na oczekiwania konsumentów sygnalizowane mu przez dystrybutorów. Producent będzie miał zatem silniejszą pozycję przetargową, jeżeli był w stanie unowocześnić przygotowanie i prezentację produktu oraz dostosować je do tychże oczekiwań.

2.3 Nieuczciwe praktyki

2.3.1 Dzięki swej sile nabywczej wielcy dystrybutorzy są zatem w stanie dyktować warunki umowne, które można często określić nadużyciem tej siły. Te warunki umowne są również nazywane „nieuczciwymi” praktykami handlowymi, a ich niepełny wykaz był już wielokrotnie sporządzany. Oprócz stałej presji na cenę zakupu (jak najniższą), opóźnień w płatnościach czy też nadmiernie wydłużonych terminów płatności, wielcy detaliści zmienili również całkowicie za pomocą nieuczciwych praktyk klasyczny model współpracy między dostawcą a nabywcą. Upraszczając nieco, można powiedzieć, że kontrahenci tradycyjnie umawiali się co do ilości i ceny towarów, które mają zostać dostarczone, oraz co do innych niezbędnych warunków. Następnie dostawca je dostarczał, a nabywca za nie płacił. Wraz z pojawieniem się wielkich detalistów, model ten radykalnie się zmienił. Obecnie dostawcy, którzy otrzymują coraz niższą zapłatę za swoje produkty, są zobowiązani płacić coraz więcej lub zapewnić inne formy rekompensaty w zamian za usługę nabywcy. Zatem ci, którzy

powinni otrzymywać pieniądze, dostają faktury. Warto zauważyć, że wielkim detalistom udało się narzucić ten nowy, obecnie powszechnie akceptowany model i że nikt – a zwłaszcza właściwe organy – się temu nie dziwi.

2.3.2 Zasadniczo można stwierdzić, że najpowszechniejsze nieuczciwe praktyki dotyczą dwóch aspektów stosunków między dostawcą a nabywcą⁽⁷⁾. Pierwszy dotyczy przeniesienia z nabywcy na dostawcę kosztów handlowych, czyli kosztów promocji, marketingu, wyposażenia sklepów, dystrybucji i zarządzania poszczególnymi sklepami. Detaliści osiągnęli ten cel za pomocą różnych opłat nakładanych na dostawców, na przykład za umieszczenie towarów w swym katalogu produktów czy też ulotki reklamowe. Jeżeli chodzi o drugi aspekt, dystrybutor przenosi na dostawcę koszt ryzyka prowadzenia działalności gospodarczej, co w praktyce oznacza późniejszą korektę ceny zakupu stosownie do sprzedaży danego towaru konsumentom końcowym, tak że wszystkie różnice w stosunku do pożądanego wysokości ceny są pokrywane przez dostawcę. Drugi cel realizuje się za pomocą złożonego systemu ustalania końcowej ceny netto (różnych rodzajów bonusów zwrotnych). Oba mechanizmy zniekształcają prosty schemat handlowy, zgodnie z którym koszty produkcji ponosi producent, a koszty handlowe – handlowiec.

2.3.3 Ten nowy model stosunków między detalistami a dostawcami został wprowadzony pod pretekstem ściślejszej współpracy handlowej z uwagi na zaostrzenie konkurencji na rynku detalicznym. Zgodnie z rozumowaniem wielkich detalistów w interesie dostawcy powinien leżeć wzrost sprzedaży ich produktów, w związku z czym w pełni uzasadnione jest to, że partycypują w kosztach wprowadzenia ich na rynek. Chociaż nie wszyscy zgadzają się z tym podejściem, dostawcy muszą je zaakceptować. Niemniej wielcy detaliści nie ograniczają się tylko do tego i poszerzona współpraca handlowa jest przedmiotem jeszcze bardziej skandalicznych nadużyć. Albo faktury za faktycznie świadczone usługi są wyraźnie zawyżone, albo nabywcy wystawiają faktury za całkowicie fikcyjne usługi. Tę drugą praktykę nazywa się „bezpodstawnym fakturowaniem”, gdyż nie wiąże się ona z żadną rekompensatą. Za przykład niech posłuży „płatność za stabilną współpracę”, „płatność za wystawienie faktury”, „płatność za uregulowanie faktury” czy też „udział w kosztach imprezy firmowej”. Chociaż wydaje się to niewiarygodne, tak zatytułowane faktury były wysyłane przez wielkich detalistów dostawcom środków spożywczych.

2.3.3.1 Posłowie francuscy sporządzili listę ponad 500 uzasadnień podawanych przez centrale zakupów w celu uzyskania dodatkowych korzyści od swych dostawców⁽⁸⁾.

⁽⁶⁾ Consumers International „The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?” („Związek supermarketów z dostawcami: konsekwencje dla konsumentów”), 2012 r., s. 5.

⁽⁷⁾ British Institute of International and Comparative Law (Brytyjski Instytut Prawa Międzynarodowego i Porównawczego), „Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain” („Modele egzekwowania w Europie stosunków w łańcuchu dostaw żywności”), 23 kwietnia 2012 r., s. 4.

⁽⁸⁾ Christian Jacquiau, „Racket dans la grande distribution à la française” („Haracze wielkich detalistów we Francji”), „Le Monde diplomatique”, grudzień 2002 r., s. 4 i 5.

2.3.3.2 Zgodnie ze Stowarzyszeniem Przemysłu Spożywczego (FoodDrinkEurope) i Europejskim Stowarzyszeniem Marek (AIM) w 2009 r. 84 % europejskich dostawców wielkich detalistów padło ofiarą naruszenia warunków umownych, 77 % z nich zagrożono usunięciem towarów z katalogu produktów danego przedsiębiorstwa, chyba że zapewniliby im nieuzasadnione korzyści, 63 % doświadczyło spadku zafakturowanych cen bez uzasadnionej przyczyny handlowej, a 60 % zostało zmuszonych do dokonania płatności bez otrzymania faktycznej rekompensaty.

2.3.4 Fakturowanie przez wielkich detalistów rabatów udzielanych przez dostawców sprawia, że system cen jest całkowicie nieprzejrzysty. Ani dostawca, ani obserwator zewnętrzny nie może poznać prawdziwej ceny zakupu. Praktyki handlowe oparte na stosowaniu „podwójnej marży zysku” są przyczyną poważnych problemów konsumentów i dostawców⁽⁹⁾. Trzeba by wprowadzić bardziej przejrzysty system.

2.4 Brak prawdziwej swobody zawierania umów

2.4.1 Dostawcy akceptują bardzo niekorzystny dla nich system, gdyż nie mają wyboru. By sprzedać produkty, nie mogą obyć się bez wielkich detalistów, dlatego też podpisują umowy sprzedaży dopóty, dopóki współpraca zapewnia im minimalną marżę. W istocie nieuczciwe praktyki stosowane przez duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego są prawie identyczne, w związku z czym nie można powiedzieć, by lepszym rozwiązaniem było podjęcie współpracy z jakimś innym wielkim detalistą. Stosunki handlowe utrzymywane są w atmosferze strachu (przed usunięciem produktów z katalogu towarów), co stwierdza się nawet w oficjalnych dokumentach⁽¹⁰⁾.

2.4.2 Zastosowanie nieuczciwych warunków umownych zazwyczaj uznaje się za nieetyczne. Niemniej, zważywszy na przedstawione powyżej praktyki, określenie to wydaje się niewystarczające. W sytuacji, gdy warunki handlowe dyktuje silniejsza strona, lub gdy druga strona nie ma faktycznej możliwości ich odrzucenia, stosowniej byłoby mówić o szantażu lub haraczu. W tych okolicznościach również niestosowne jest mówienie o swobodzie zawierania umów, na którą powołują się często detailiści i właściwe organy. Podobnie jak nie można stwierdzić, by swoboda zawierania umów istniała w ramach stosunków między naturalnymi monopolami (dostawcami energii elektrycznej lub gazu itp.) a konsumentami, ułuda jest również takie określanie rzeczywistych stosunków między wielkimi detalistami a dostawcami środków spożywczych.

⁽⁹⁾ Opinia EKES-u w sprawie: „Poprawa funkcjonowania łańcucha dostaw żywności w Europie”, Dz.U. C 48 z 15.2.2011, s. 145–149.

⁽¹⁰⁾ Na przykład w sprawozdaniu Komisji COM(2010) 355 final „W kierunku bardziej wydajnego i sprawiedliwego wewnętrznego rynku handlu i dystrybucji w perspektywie roku 2020”, s. 8 lub w dokumencie Brytyjskiego Instytutu Prawa Międzynarodowego i Porównawczego „Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain” („Modele egzekwowania w Europie stosunków w łańcuchu dostaw żywności”), 23 kwietnia 2012 r., s. 3.

2.5 Konsekwencje nieuczciwych praktyk i rozpoznanie ich ofiar

2.5.1 Zastosowanie nieuczciwych praktyk przez wielkich detalistów ma negatywny wpływ nie tylko na dostawców, lecz również na konsumentów. Dostawcy, zwłaszcza MŚP, znajdują się często w bardzo trudnej sytuacji finansowej, która może prowadzić do likwidacji przedsiębiorstwa, co czasami ma miejsce. Duże przedsiębiorstwa spożywcze o wiele lepiej sobie radzą, gdyż są w stanie zrekomensować sobie skromne zyski z danego produktu dużym wolumenem dostaw. Ponadto te wielonarodowe korporacje spożywcze dysponują również dużą siłą przetargową – wielcy detailiści nie mogą obyć się bez ich produktów i, co za tym idzie, nie mogą ich traktować tak samo jak MŚP. W rezultacie, na przykład we Francji, dostawy około 20 wielkich grup wielonarodowych składają się na 70–80 % obrotów supermarketów⁽¹¹⁾.

2.5.2 Co się tyczy konsumentów, którzy są – jak twierdzą właściwe organy – beneficjentami tego systemu, rzeczywistość jest o wiele mniej różowa, niż się nas przekonuje. Kilka czynników sugeruje, że zastosowanie nieuczciwych praktyk wobec dostawców odbija się również na konsumentach. Z jednej strony, nie zawsze korzystają oni na niskiej cenie zakupu⁽¹²⁾, a z drugiej strony, wybór jest bardziej ograniczony, innowacje rzadsze, a jakość wielu produktów żywnościowych pogarsza się wskutek stałej presji na cenę zakupu i – ostatecznie – cena detaliczna również rośnie⁽¹³⁾.

2.5.2.1 Wielcy detailiści mają również duże oddziaływanie społeczne, gdyż ich funkcjonowanie podważało niektóre niezmiennie elementy życia społecznego. Na przykład, niedziela nie jest już tak święta jak wcześniej, gdyż hipermarkety i supermarkety są czynne przez wszystkie dni tygodnia, bądź nawet 24 godziny na dobę, co niesie ze sobą wszystkie konsekwencje związane z warunkami pracy.

2.5.3 Oprócz sektora żywnościowego zjawisko wielkich detalistów dotyczy również wielu innych dziedzin. Niemniej ofiarą nieuczciwych praktyk padają przede wszystkim producenci środków spożywczych. Istnieje prawdopodobnie wiele przyczyn tego zjawiska, z których jedną jest z pewnością większy wybór rynków zbytu dla producentów produktów innych niż żywność. Oprócz wielkich detalistów producenci

⁽¹¹⁾ Sgheri Marie-Sandrine „La machine à broyer des PME” („Maszyna do wykańczania MŚP”), „Le Point”, Paryż, nr 1957 z 18 marca 2010 r., s. 88–89.

⁽¹²⁾ Na przykład podczas kryzysu mleczarskiego w 2009 r., przez wiele miesięcy supermarkety nadal sprzedawały mleko konsumentom po tej samej cenie co wcześniej, pomimo znacznego spadku ceny zakupu u producentów.

⁽¹³⁾ Consumers International „The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?” („Związek supermarketów z dostawcami: konsekwencje dla konsumentów”), 2012 r., s. 12, a także opinia EKES-u: Dz.U. C 255 z 14.10.2005, s. 48.

odzieży, różnych urządzeń gospodarstwa domowego, książek czy też wyposażenia sportowego dysponują siecią wyspecjalizowanych sklepów. Zrozumiałe jest zatem zajęcie się przede wszystkim stosunkami między dużymi przedsiębiorstwami handlu detalicznego a dostawcami środków spożywczych.

2.5.4 Przedstawione nieuczciwe praktyki są również znacznie rzadsze w stosunkach między rolnikami a przemysłem spożywczym, w których przedsiębiorstwa tego sektora dysponują również dużą siłą nabywczą. O ile, z jednej strony, negocjacje w sprawie ceny zakupu są często dosyć ciężkie, to z drugiej strony, przemysłowiec nie wymaga zazwyczaj od swego dostawcy surowców, by partycypował w kosztach zakupu nowej linii technologicznej do butelkowania, w przeciwieństwie do wielkiego detalisty, który regularnie wymaga od swego dostawcy opłaty za modernizację starego sklepu czy też otwarcie nowego.

2.5.5 Krótko mówiąc, przeważająca większość wspomnianych nieuczciwych praktyk występuje wyłącznie w ramach stosunków supermarketów z dostawcami produktów żywnościowych. Jednak ze względu na konsekwencje tychże praktyk i skalę ich występowania, istnieje jeszcze ich trzecia ofiara – interes gospodarczy państwa. W rzeczywistości niezdolność części dostawców do sprostania wymogom wielkich detalistów i wynikające z tego trudności gospodarcze przyczyniają się do podupadania całego sektora rolno-spożywczego w wielu krajach. Niektóre państwa członkowskie, które były niegdyś samowystarczalne pod względem zapewnienia środków spożywczych, straciły w ten sposób swe bezpieczeństwo żywnościowe, co obecnie okazuje się szczególnie groźne.

2.6 Możliwe rozwiązania

2.6.1 Od pewnego czasu nieuczciwe praktyki dużych przedsiębiorstw handlu detalicznego wobec dostawców są coraz ostrzej krytykowane przez organy różnych państw członkowskich i instytucje europejskie. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny przyjął swój pierwszy krytyczny dokument w tej sprawie w 2005 r.⁽¹⁴⁾ Lecz to przede wszystkim pisemne oświadczenie posłów do Parlamentu Europejskiego⁽¹⁵⁾, podpisane przez większość z nich w styczniu 2008 r., wywołało prawdziwą debatę na ten temat. Po oświadczeniu sporządzono kilka innych dokumentów i badań opublikowanych przez Komisję, Parlament Europejski i EKES⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁴⁾ Opinia EKES-u w sprawie: „Sektor wielkich detalistów – tendencje i oddziaływanie na rolników i konsumentów”, Dz.U. C 255 z 14.10.2005, s. 44–49.

⁽¹⁵⁾ Oświadczenie pisemne nr 0088/2007 w sprawie zbadania ewentualnych przypadków nadużywania władzy przez duże supermarkety prowadzące działalność w Unii Europejskiej oraz przeciwdziałania im.

⁽¹⁶⁾ Opinia EKES-u w sprawie poprawy funkcjonowania łańcucha dostaw żywności w Europie, Dz.U. C 48 z 15.2.2011, ss. 145–149.

2.6.1.1 Europejska sieć konkurencji, do której należy Komisja Europejska wraz z krajowymi organami ds. konkurencji z 27 państw członkowskich, opublikowała sprawozdanie w następstwie komunikatu Komisji dotyczącego poprawy funkcjonowania łańcucha dostaw żywności. W komunikacie zaapelowano, by w ramach europejskiej sieci konkurencji organy ds. konkurencji przyjęły wspólne podejście w celu lepszego wykrywania powszechnych problemów właściwych dla rynków środków spożywczych i do niezwłocznego koordynowania przyszłych działań. Komisja stworzyła Forum Wysokiego Szczebla do spraw Poprawy Funkcjonowania Łańcucha Dostaw Żywności, które bazuje na pracach kilku platform ekspertów, w tym platformy ds. wewnątrzgrupowych praktyk umownych („business to business”) odpowiedzialnej za opracowanie najodpowiedniejszej metody zapobiegania nieuczciwym praktykom. W wyniku porozumienia wszystkich podmiotów łańcucha rolno-spożywczego w sprawie podstawowych zasad, platformę uprawniono do znalezienia konsensusu w sprawie ich wdrażania. Dotychczas nie wszystkie strony osiągnęły zadowalający kompromis w sprawie dobrowolnego kodeksu.

2.6.2 Sytuacja stała się delikatna z politycznego punktu widzenia, a władze są usilnie ponaglane do zareagowania. Niemniej regulacja za pomocą samych sił rynkowych nie powiodła się i dzisiaj rzadko postrzega się ją jako optymalne rozwiązanie, gdyż – na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci cechujących się systemem nieuregulowanych stosunków handlowych – problemy nadal się pogłębiały. Pośród możliwych rozwiązań słychać głosy opowiadające się za regulacją, samoregulacją lub tworzeniem grup producentów i przetwórców, których siła mogłaby zrównoważyć siłę nabywczą wielkich detalistów.

2.6.3 Kodeksy etyczne są tzw. „miękkim” rozwiązaniem. Chodzi o dobrowolne zobowiązanie do powstrzymania się od stosowania wspomnianych praktyk. Samoregulację przyjęto w Wielkiej Brytanii, Hiszpanii i Belgii. Wyniki nie są ani zadowalające, ani przekonujące. Samoregulacja nie przyniosła pozytywnych doświadczeń, a kodeksy etyczne budzą również pytania natury filozoficznej. Jaki system etyczny wchodzi w grę w wypadku korporacji wielonarodowych? Zasady etyczne kadry zarządzającej, akcjonariuszy czy też samego przedsiębiorstwa? Prawdziwymi właścicielami korporacji wielonarodowych są akcjonariusze, którzy często zachowują anonimowość i dla których udział w spółce jest często jedynie inwestycją czysto finansową. Nie ponoszą oni osobistej odpowiedzialności za postępowanie przedsiębiorstwa czy też zastosowanie przez nie nieuczciwych praktyk. Dlatego też w wypadku wielkich detalistów trudno uznawać etykę za istotny punkt odniesienia.

2.6.4 Komisja Europejska oraz inne instytucje zdecydowanie zalecają rolnikom i MŚP połączenie się w grupy w celu zwiększenia swej siły przetargowej podczas spotkań biznesowych z nabywcami z dużych przedsiębiorstw. Jednak w niektórych państwach członkowskich, gdzie przedsiębiorstwa utworzyły

tego rodzaju grupy, krajowe organy ds. konkurencji zastosowały sankcje pod pretekstem porozumienia kartelowego. Zgodnie z władzami lokalnymi udział w rynku kontrolowany przez te grupy producentów był zbyt duży. Niemniej uwzględniły one wyłącznie produkcję krajową, a nie produkty pochodzące z zagranicy. Z trudno zrozumiałych powodów, szacując udział w rynku zdominowanym przez dany podmiot, władze te nie mają zwyczaju uwzględniać wszystkich produktów oferowanych na rynku krajowym.

2.6.5 Co się tyczy regulacji, w wielu państwach członkowskich podejmowano mniej czy bardziej odważne próby w tym zakresie. Niektóre kraje wprowadziły zakaz pewnych praktyk (na przykład zakaz sprzedaży ze stratą obowiązuje w połowie państw członkowskich), podczas gdy inne przyjęły specjalne przepisy sektorowe, tak jak na Węgrzech, we Włoszech, w Republice Czeskiej, Rumunii, Słowacji i Polsce, lub zmieniły swe przepisy, tak jak na Łotwie i we Francji. W ciągu ostatnich lat przepisy dotyczące karania wielkich detalistów za nieuczciwe praktyki zostały przyjęte przez kilka krajów pokomunistycznych Europy Środkowej i Wschodniej. Stało się tak prawdopodobnie dlatego, że sytuacja w tym regionie jest szczególnie niepokojąca. Między innymi, w przeciwieństwie do Europy Zachodniej, duże przedsiębiorstwa handlu detalicznego znajdują się tam prawie całkowicie w rękach spółek zagranicznych, które utrzymują dobre kontakty z dostawcami z krajów pochodzenia lub z krajów, gdzie wcześniej prowadziły działalność. Konsekwencją jest podupadanie sektora rolno-spożywczego tego regionu.

2.6.6 To prawda, że zastosowanie tych przepisów nie jest łatwe, zwłaszcza dlatego, że – obawiając się o swój los – dostawcy padający ofiarą nadużyć nie składają skarg. Pomimo tego przepisy są odpowiedniejszym rozwiązaniem niż kodeksy etyczne. Z jednej strony, jest tak dlatego, że nieuczciwe praktyki są nie tylko sprzeczne z zasadami etycznymi, lecz również z podstawowymi zasadami sprawiedliwości. Niezależnie od problemów związanych z egzekwowaniem przepisów, ten jeden argument wystarcza, by wprowadzić ich prawny zakaz. Z drugiej strony, regularne wysiłki ustawodawcze przyniosły we Francji pewien skutek ⁽¹⁷⁾.

2.6.7 Komisja dostrzega istniejące problemy, lecz na razie woli samoregulację i krytykuje fragmentację europejskiej

przestrzeni prawnej. W rezultacie przepisy przyjęte przez różne państwa członkowskie nie są ze sobą za bardzo zgodne. Jednak jedynym sposobem przezwyciężenia fragmentacji i niezgodności byłoby przyjęcie wiążących przepisów europejskich. EKES usilnie zaleca Komisji Europejskiej podjęcie niezbędnych inicjatyw w tym zakresie. Ze względów praktycznych ewentualnych przepisów UE nie należy opierać na koncepcji ochrony konkurencji, która zmusiłaby dostawców – będących ofiarami – do przeciwstawienia się wielkim detalistom przed sądem. Zgodnie z francuską koncepcją to państwo, którego interes gospodarczy jest również zagrożony, powinno odgrywać rolę powoda. Zapobiegłoby to dobrze znanym problemom związanym z obawami dostawców przed złożeniem skargi.

2.6.7.1 Przepisy powinny zobowiązywać do zawierania umów pisemnych, wskazujących – pod rygorem nieważności – czas trwania, ilość i cechy sprzedawanego produktu, a także cenę oraz sposób dostawy i płatności. Płatność powinna zostać dokonana pod karą grzywny w ciągu ustawowego terminu 30 dni dla produktów łatwo psujących się i 60 dni – dla pozostałych produktów. Trzeba przede wszystkim wprowadzić zakaz:

- bezpośredniego czy też pośredniego narzucania warunków zakupu, sprzedaży i innych wiążących warunków umownych, podobnie jak warunków pozaumownych i posiadających moc wsteczną;
- stosowania różnych warunków w przypadku równoważnych usług;
- uzależniania faktu zawarcia lub wykonania umów, a także trwania i regularności stosunków handlowych od wykonania świadczeń, które nie mają żadnego związku z przedmiotem umowy czy z rzeczonymi stosunkami handlowymi;
- uzyskiwania nienależnych jednostronnych świadczeń, których nie uzasadnia ani charakter, ani zakres stosunków handlowych;
- jakiegokolwiek innej formy nieuczciwego postępowania, zważywszy na całokształt stosunków handlowych.

Bruksela, 13 lutego 2013 r.

Przewodniczący
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego
Staffan NILSSON

⁽¹⁷⁾ Według francuskiej Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji, Ochrony Konsumentów i Scigania Nadużyć rabaty dla wielkich detalistów zostały obniżone do dopuszczalnego poziomu.