

Stanowisko Polskiej Izby Motoryzacji i Rady Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji w sprawie Sprawozdania oceniającego KE z funkcjonowania rozporządzenia (WE) nr 1400/2002 w zakresie dystrybucji i serwisowania pojazdów silnikowych

W dniu 28 maja 2008 roku Komisja Europejska opublikowała sprawozdanie, którego treść napełniła niepokojem wszystkich przedstawicieli rynku dealerskiego w Polsce. Rada Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji reprezentująca polskich przedsiębiorców działających w sektorze dystrybucji samochodów i usług serwisowych pragnie zająć swoje stanowisko w zakresie wielu stwierdzeń opisanych w sprawozdaniu. Stanowisko dotyczy kilku najważniejszych osiągnięć zrealizowanych na rynku dzięki obowiązywaniu Rozporządzenia 1400/2002, które prawdopodobne decyzje Komisji, podjęte w przyszłości w duchu i zgodnie z literą sprawozdania, mogą bezpowrotnie zaprzepaścić. Rada Dealerów stanowczo oświadcza, że rynek motoryzacyjny potrzebuje kontynuacji uregulowań prawnych zbliżonych do funkcjonującego dziś rozporządzenia aby zachować warunki konkurencyjności i ograniczyć monopolistyczne praktyki producentów samochodów, a tym samym poprawić dostępność produktów dla klientów końcowych oraz warunki działalności gospodarczej firm dealerskich.

1. Wielomarkowość

W swoim sprawozdaniu Komisja ocenia, że zezwolenie na wielomarkowość salonów wprowadzone przez Rozporządzenie nie spełniło swojej prokonkurencyjnej roli i zostało w zbyt małym stopniu wykorzystane przez dealerów. Komisja stwierdza, że taki sam rozwój wielomarkowości został by wymuszony przez obecne trendy rynkowe, bez udziału postanowień Rozporządzenia. Patrząc na te stwierdzenia z perspektywy polskiego rynku dealerskiego trzeba je uznać za całkowicie fałszywe. Należy stwierdzić, że większość działających w Polsce marek wolumenowych i luksusowych jest bardzo wrogo nastawiona do multibrandingu. Nastawienie to wyrażane jest nie tylko w wypowiedziach, ale także w codziennym postępowaniu. Powszechnie znanym faktem jest historia bardzo agresywnych, nieformalnych nacisków koncernu Renault na swoich dealerów, którzy odważyli się rozpocząć dodatkową współpracę z marką Ssangyong. Znany jest także przypadek usunięcia z sieci dealera Toyoty, w którym koncern wykorzystał do wypowiedzenia umowy pierwszy nadarzający się błahy pretekst, choć powszechnie wiadomo, że prawdziwym powodem wypowiedzenia było wzbogacenie oferty salonu o samochody marki Suzuki. Rada Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji mogłaby wskazać dziesiątki przykładów korespondencji kierowanej przez koncerny do swoich dealerów, zainteresowanych rozszerzeniem oferty o nową markę, w której w dość jednoznaczny sposób odradzano dealerom takie pomysły, szantażując ich głównie obniżeniem poziomu bonusów jakościowych na sprzedawane samochody. Jednak pomimo tych niezgodnych z prawem i dobrymi obyczajami praktyk, wielomarkowość rozwija się w Polsce, wolno, lecz konsekwentnie. I nie ma najmniejszej wątpliwości, że multibranding przyczynia się to do zwiększenia konkurencyjności i dostępności dla klientów marek nowo wchodzących na rynek. Bez rozporządzenia 1400/2002 i wymuszenia przez nie zgody koncernów samochodowych na zjawisko salonów, taka marka jak Ssangyong nie miałaby w Polsce szans egzystencji, a Polacy mieliby o

wiele trudniejsze zadanie w zakupie samochodów koncernu Mazda, który od czerwca 2008 roku powraca na polski rynek, wykorzystując możliwości wielomarkowości stworzone przez rozporządzenie. Dość powiedzieć że na 11 pierwszych punktów sprzedaży Mazdy w Polsce tylko 2 nie znajdują się w salonach wielomarkowych.

Rada Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji stanowczo domaga się po roku 2010 wprowadzenia rozwiązań prawnych mających na celu utrzymanie możliwości wielomarkowości salonów w sprzedaży samochodów. Niewyobrażalne byłyby bowiem efekty dla przedsiębiorców dealerskich, którzy skorzystali z dobrodziejstw unijnego ustawodawstwa, przepisów prawnych, które pozwoliłyby producentom przy podpisywaniu nowych wertykalnych zlikwidować wielomarkowość w istniejących salonach. Co więcej w nowym rozporządzeniu lub innych przepisach prawnych, które je zastąpią należy przeciwstawić się możliwościom dowolnego podwyższania przez producentów aut standardów architektonicznych. Działania takie, bowiem zwiększają bez żadnego uzasadnienia koszty procesu dystrybucji aut, a tym samym wpływają na pogorszenie kondycji konsumentów na rynku Unii Europejskiej.

Rada Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji stanowczo oświadcza, że spowodowanie przez nieprzemyślane działania prawne Komisji zaprzepaszczenia idei wielomarkowości salonów samochodowych można będzie traktować jako działania przeciw idei konkurencji i wbrew interesom konsumentów, a więc niezgodne przez to z literą i duchem Traktatu.

2. Systemy dystrybucji przy sprzedaży samochodów

Z wielomarkowością salonów wiąże się kolejny element prawny o, którego zmianie wspomina Komisja – system dystrybucji selektywnej ilościowej. Komisja trafnie zauważa, że w przypadku tego systemu został on niezgodnie z duchem rozporządzenia wykorzystany przez producentów do zmniejszenia gęstości sieci, a przez to, do ograniczenia konkurencyjności na rynku w ramach sieci jednej marki. Rada Dealerów przy PIM w pełni zgadza się ze stwierdzeniem sprawozdania, że funkcjonowanie tego systemu przyniosło konkurencyjności, więcej szkody niż pożytku. Po pierwsze dało producentom nieograniczone możliwości podnoszenia standardów dealerskich, a po drugie zagwarantowało im całkowitą dowolność w wyborze sieci. W związku z tym system ten jest jedną z największych przeszkód w zakresie rozwoju wielomarkowości salonów, czego w sprawozdaniu nie zauważono. Trudno bowiem dokładać do istniejącego salonu kolejną markę, jeśli decyzja o tym nie należy do dealera tylko jest w pełni zależna od zgody producenta, który w większości przypadków preferuje współpracę z salonami jednomarkowymi. Rada Dealerów przy PIM stanowczo stwierdza, że przy opracowywaniu nowego prawa należałoby poważnie rozważyć wprowadzenie zapisów likwidującym możliwości tworzenia sieci w systemie selektywnym ilościowym, i zastąpieniu go przez system selektywny jakościowy jako podstawowy systemem dystrybucji dozwolonym w budowaniu sieci dealerskich. Ponadto należy zwrócić szczególną uwagę na prawne ograniczenie możliwości producentów i importerów w zakresie dowolnego określania standardów dealerskich. Jak już wspomnieliśmy w poprzednim punkcie jest to działanie antykonsumenckie, przenoszące na barki klientów niczym nie uzasadnione, spowodowane przez producentów, zawyżone koszty dystrybucji.

3. Zniesienie klauzuli lokalizacji

Komisja podobnie jak w przypadku wielomarkowości wyraża w sprawozdaniu swoje niezadowolenie z niewykorzystania przez dealerów w dostatecznym stopniu wolności wywołanej przez zniesienie „klauzuli lokalizacji”. Trzeba zgodzić się z ocenami Komisji, że zapis ten nie był zbyt często wykorzystywany, także w Polsce. Ale trzeba też stwierdzić, że przepis funkcjonuje na rynku dopiero od 2 lat i jest zupełnie nowatorski dla mentalności przedsiębiorców dealerskich, kształtowanej w okresie ostatnich kilkadziesiąt lat. Wydaje się niemal pewne, że pomimo niedostatecznej dotychczasowej efektywności przepisu, należy zrobić wszystko, aby prawo takie funkcjonowało także po roku 2010. Wolność dealerów w zakładaniu dodatkowych punktów sprzedaży i wydania jest bardzo istotna dla klientów zwłaszcza z mniejszych miejscowościach, gdzie budowa salonów dealerskich o pełnych standardach może nie być uzasadniona ekonomicznie. Komisja w swoim sprawozdaniu, źle oceniając skuteczność zniesienia klauzuli, nie zauważyła zupełnie głównego powodu tego zjawiska. Jest nim mianowicie niezastosowanie się producentów i importerów do zaleceń Komisji i nie określenie zdecydowanie niższych i mniej kosztownych standardów dla punktów sprzedaży i wydania. Producenci nie określając tych standardów, bardzo skutecznie bo działaniem ekonomicznym zablokowali rozwój różnorodności form dystrybucji w strukturze jednej sieci dealerskiej. A Komisja nigdy nie zareagowała na ten fakt i w żaden sposób nie wymusiła na producentach spełnienia swoich wytycznych opisanych w Explanatory Brochure.

Rada Dealerów stanowczo opowiada się za utrzymaniem prawa dealerów do zakładania dodatkowych placówek sprzedaży i wydania bez konieczności uzyskiwania zgody importera i jest pewna, że zjawisko zakładania nowych placówek o niższych standardach będzie się konsekwentnie rozwijać, zwiększając dostępność oferty pojazdów mechanicznych dla konsumentów z rynku UE.

4. Klauzule ochronne umów dealerskich

Jednym z najważniejszych osiągnięć rozporządzenia 1400/2002 jest zapewnienie większego bezpieczeństwa biznesowego przedsiębiorcom dealerskim, by w ten sposób zachęcić ich do działań prokonkurencyjnych. Rada Dealerów przy PIM wyraża zdziwienie i stanowczy sprzeciw wobec stanowiska Komisji deprecjonującego i podważającego zasadność zapisów funkcjonującego prawa. W żaden sposób nie można zgodzić się z tezą, że nawet przy braku opisanych w Rozporządzeniu ograniczeń (minimalny dwuletni okres wypowiedzenia umowy dealerskiej, pisemne uzasadnienie powodów wypowiedzenia, obowiązek arbitrażu w sporach między stronami umowy dealerskiej) producenci i importerzy będą postępować zgodnie z rozsądkiem biznesowym i nie podejmować wobec dealerów działań kaźących za działania prokonkurencyjne. Wręcz kuriozalne wydaje się stwierdzenie sprawozdania brzmiące „Ponadto w obecnej sytuacji silnej konkurencji między markami nie wydaje się prawdopodobne, aby producent zdecydował się na prokonkurencyjne działania sieci sprzedaży poprzez zagrożenie wykluczeniem z sieci”. Znane z rynku polskiego przykłady w pełni zaprzeczają takiej naiwności Komisji. Przywołajmy choćby opisywany wyżej przykład dealera Toyoty, któremu tylko dzięki pisemnemu uzasadnieniu wypowiedzenia udało się zmusić koncern do wypłaty odszkodowania. Czy także opisane wyżej przykłady dealerów Renault, w przypadku których w momencie braku minimalnego 2-letniego okresu wypowiedzenia koncern z pewnością miałby łatwiejsze zadanie w usunięciu ich z sieci. Nie można w tym

miejscu pominąć faktu, który Komisja do tej pory wielokrotnie podkreślała w swoich dokumentach, a którego zabrakło w sprawozdaniu z 28 maja 2008 roku. Chodzi mianowicie o ochronę ogromnych inwestycji finansowych MSP rynku dealerskiego, które to inwestycje nierzadko sięgają kilkudziesięciu milionów złotych. Brak podobnej jak w obecnym rozporządzeniu wzmocnionej ochrony prawnej umów wertykalnych przyczyni się do rezygnacji z działań rozwojowych w tym obszarze biznesowym, a tym samym wywoła procesy ograniczające konkurencyjność rynku.

Wielkie zaniepokojenie i stanowczy protest Rady Dealerów przy PIM wywołują sformułowania Komisji sugerujące chęć zastąpienia zapisów o obowiązkowym rozstrzygnięciu sporów przez sady arbitrażowe, jakimiś bliżej nieokreślonymi, dobrowolnymi „kodeksami dobrych praktyk”. Trudno doprawdy zgodzić się choćby z jednym argumentem tego fragmentu sprawozdania. Stwierdza ono bowiem, że arbitraż spełnił swoją rolę i wiele sporów stron umów wertykalnych zostało dzięki temu zapisowi rozstrzygniętych, szybko i bez zbędnych kosztów. Ale tak działo się w krajach Europy Zachodniej. Mentalne ubezwłasnowolnienie dealerów zwłaszcza z nowych krajów UE powoduje, że w Polsce realizowany jest dopiero etap uświadamiania możliwości korzystania przez dealerów z prawa do arbitrażu. Nie odbyło się w naszym kraju jeszcze żadne postępowanie arbitrażowe w tym względzie, ale wszyscy dealerzy są zgodni, że jest to zapis, który gwarantuje im większą niezależność od producentów, a tym samym przyczynia się do promowania działań prokonsumenckich.

Rada Dealerów stanowczo opowiada się za pozostawieniem w przepisach prawnych zapisów gwarantujących stabilność umów dealerskich. Zapewni to większą chęć dealerów do działań prokonkurencyjnych w zakresie wielomarkowości czy nowych modeli dystrybucji. Dealerzy są bowiem, poza klientami końcowymi jedynymi nośnikami idei konkurencyjności na szczeblu organizacyjnym. Trudno spodziewać się takiego dobrowolnego postępowania ze strony producentów i importerów samochodów, nie wymuszonego przepisami prawa. Niezwykle ważną kwestią związaną z tym tematem jest także ochrona inwestycji dealerskich. Funkcjonowanie na rynku dealerów samochodowych, jak to wielokrotnie stwierdziła Komisja w swoich dokumentach, wymaga inwestycji obliczanych w milionach euro. Brak dodatkowych prawnych gwarancji dla umów dealerskich, może spowodować zmniejszenie zainteresowania przedsiębiorców do inwestowania na tym rynku, a tym samym w nieodległym horyzoncie czasowym spowodować ograniczenia w swobodzie dostępności pojazdów samochodowych dla konsumentów rynków UE.

5. Dostęp sieci autoryzowanych do części zamiennych pochodzących od niezależnych dostawców

Rozporządzenie GVO 1400/2002 zagwarantowało serwisom autoryzowanym możliwość korzystania z dodatkowych źródeł dostaw części zamiennych nie pochodzących od producentów samochodów. Jak wynika z badań rynkowych te regulacje prawne spowodowały w okresie ostatnich 5 lat zwiększenie udziału niezależnych dostawców w wolumenie części używanych przez autoryzowane stacje obsługi do ponad 30%. W Polsce jako stosunkowo młodym rynku dealerskim wskaźnik ten sięga już ponad 10% i z roku na rok wzrasta. Rozwiązania prawne zawarte w rozporządzeniu 1400/2002, jak i wywołane nimi procesy rynkowe

spowodowały natychmiastową reakcję ze strony producentów samochodów w postaci obniżenia cen oryginalnych części zamiennych. Efekty zmian prawnych są więc ze wszech miar korzystne dla klientów finalnych na rynku UE.

Rada Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji stanowczo domaga się pozostawienia mechanizmów prawnych pozwalających autoryzowanym sieciom sprzedaży korzystania z możliwości zakupów części zamiennych od niezależnych dostawców. Rozwiązanie takie, wprowadzone przez rozporządzenie przyniosło bardzo pozytywne dla klientów rezultaty pozwalając im korzystać, zwłaszcza przy naprawach samochodów pogwarancyjnych, z lepiej wyposażonych technicznie sieci autoryzowanych przy użyciu części o niższej i dostępnej dla klientów cenie. Spowodowanie przez zmiany prawa lub jego brak, ponownego zakazu używania przez ASO części zamiennych pochodzących od niezależnych dostawców byłoby skrajnie antykonkurencyjnym działaniem i wywołałoby znaczny wzrost cen usług serwisowych dla klientów ostatecznych.

6. Podsumowanie

Rada Dealerów podkreśla, że powyżej poruszyła jedynie najważniejsze aspekty prawne funkcjonowania rynku motoryzacyjnego. Dodatkowo można by wskazać jeszcze, co najmniej kilka pozytywnych efektów funkcjonowania rozporządzenia, które uczyniły rynek bardziej stabilnym i prokonkurencyjnym.

W związku z tym Rada Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji pragnie stanowczo stwierdzić, że treść sprawozdania Komisji wywołuje ogromne zaniepokojenie wśród polskich przedsiębiorców branży motoryzacyjnej i wywołuje w nas obawy o zaprzepaszczenie osiągnięć ponad trzydziestoletniej prokonkurencyjnej polityki Komisji. Rada Dealerów w imieniu polskich przedsiębiorców rynku dystrybucji samochodów i usług serwisowych domaga się ponownego dokładnego rozważenie argumentów przedkładanych Komisji przez samorządowe organizacje motoryzacyjne w roku 2007. Wydaje się bowiem, że przekazane wtedy Komisji fakty, statystyki i opinie jednoznacznie wskazujące na pozytywny kierunek rozwoju rynku spowodowany funkcjonowaniem rozporządzenia, nie zostały przez autorów sprawozdania w dostateczny sposób wzięte pod uwagę. Rada Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji stanowczo opowiada się za utrzymaniem rozwiązań prawnych rozporządzenia 1400/2002 gwarantujących wysoki stopień konkurencyjności rynku motoryzacyjnego i swobody gospodarcze zwłaszcza w zakresie opisanym powyżej.