

Warszawa dnia, 2 lipca 2007 r.

Neelie Kroes
European Commissioner for
Competition

**STANOWISKO RADY DEALERÓW PRZY POLSKIEJ IZBIE MOTORYZACJI
W SPRAWIE
IMPLEMENTACJI ROZPORZĄDZENIA 1400/2002 W POLSCE**

W związku z raportem przygotowywanym przez Dyрекcyję Generalną ds. Konkurencji Komisji Wspólnot Europejskich w celu oceny skuteczności wdrożenia Rozporządzenia 1400/2002 WE, Rada Dealerów przy Polskiej Izbie Motoryzacji przedstawia swoje opinie, wnioski i propozycje mające na celu realizację rozwiązań prawnych przewidzianych w powyższym Rozporządzeniu oraz celów postawionych przed Rozporządzeniem przez KE w zakresie zwiększenia konkurencyjności na rynku dystrybucji samochodów i usług serwisowych.

Rada Dealerów przy PIM stoi na stanowisku, że Rozporządzenie 1400/2002 po jego wygaśnięciu w roku 2010 powinno zostać zastąpione kolejnym rozporządzeniem wyłączającym, uzupełnionym o nowe, przedstawione poniżej rozwiązania prawne mające na celu zwiększenie niezależności przedsiębiorców działających w zakresie autoryzowanej sprzedaży i serwisowania samochodów.

Stanowisko Rady Dealerów dotyczy kilku najważniejszych na polskim rynku dealerskim zjawisk:

1. System podwójnej dystrybucji

W Polsce własne salony detaliczne posiada aktualnie 8 koncernów samochodowych, których interesy w Polsce reprezentują importerzy, będący własnością producenta aut. Salony takie posiadają ponadto 4 prywatni importerzy aut. Bezpośrednią sprzedaż detaliczną do odbiorców flotowych, wynajmu długoterminowego czy klientów specjalnych, prowadzą absolutnie wszystkie marki działające na polskim rynku.

Z powodu bardzo niewielkiej ilości dealerstw będących własnością producentów/importerów szkodliwy wpływ ich działalności ogranicza się zasadniczo do rynku stolicy polski – Warszawy. Jeśli chodzi jednak o bezpośrednią sprzedaż flotową działalność ta ma wpływ już praktycznie na cały rynek dealerski w Polsce.

Funkcjonowanie na polskim rynku podwójnego systemu dystrybucji aut jest bardzo niekorzystne dla stabilności tego rynku. Powoduje osłabienie pozycji ekonomicznych niezależnych autoryzowanych dealerów samochodowych, którzy z natury rzeczy nie są w stanie konkurować z warunkami oferowanymi bezpośrednio przez producenta.. System taki nie niesie w sobie żadnych korzyści dla klienta indywidualnego, a poprzez osłabienie pozycji finansowej dealerów prowadzi wręcz do zjawiska podnoszenia cen usług serwisowych. Powoduje także nierówne traktowanie klientów kupujących ten sam produkt w zależności od miejsca jego zakupu. Właśnie z tego powodu system podwójnej dystrybucji aut jest zakazany na terenie Stanów Zjednoczonych.

Rada Dealerów przy PIM stanowczo domaga się wprowadzenia w nowym rozporządzeniu wyłączającym zmian prawnych mających na celu zakazanie lub znaczne ograniczenie możliwości występowania producentów i importerów aut na szczeblu dystrybucji detalicznej, jako działalności szkodliwej dla stabilności rynku. W celu realizacji wymienionych celów należy dążyć do pełnego zakazu systemu podwójnej dystrybucji na rynku sprzedaży samochodów nowych, a w przypadku braku możliwości zastosowania tego typu rozwiązań prawnych, do ograniczenia możliwości bezpośredniej sprzedaży przez producentów aut do klientów ostatecznych np. poprzez ustalanie procentowych limitów takiej sprzedaży.

2. Wielomarkowość

W zakresie rozwoju dealerstw wielomarkowych sytuacja w Polsce wygląda zupełnie inaczej niż w Europie Zachodniej. Multibrandy w Polsce należą do rzadkości i są raczej próbą sprzedaży dodatkowej marki niż prawdziwą sprzedażą wielomarkową. Najczęściej pojawiającą się koncepcją budowy salonu wielomarkowego w polskich realiach jest przyłączenie marki niszowej, zdecydowanie słabszej z punktu widzenia jej wizerunku. Salon wielomarkowy „z prawdziwego zdarzenia”, zakładany od podstaw i posiadający więcej niż 2 marki istnieje w Polsce w zasadzie jeden.

Zasadniczy brak istnienia klasycznych salonów multibrandowych w Polsce jest łatwy do wytłumaczenia. Po pierwsze dramatycznie niska sprzedaż samochodów w ostatnich latach, nie daje mniejszym dealerom impulsów do inwestowania pieniędzy w rozbudowę salonów i pozyskiwanie nowych autoryzacji. Po drugie, brak wiedzy co do możliwości jakie daje prawo, dotyczące rynku motoryzacyjnego oraz zagadnień związanych z tworzeniem multibrandów nie pozwala dealerom na tworzenie odpowiednich strategii biznesowych. Trzecią i najważniejszą przeszkodą jest zdecydowana nieprzychylność większości polskich importerów dla takich modeli biznesowych, połączona z opisanymi poniżej nieformalnymi naciskami.

Większość marek zwłaszcza wolumenowych jest wrogo nastawiona do zjawiska multibrandingu. We wrogości tej przoduje Toyota, grupa VW i marki francuskie, które podejmują nieformalne działania w celu powstrzymania swoich dealerów od rozszerzania oferty o nowe marki.

Rada Dealerów przy PIM stwierdza, że głównymi barierami (oprócz nieformalnych nacisków i pozaprawnych działań importerów) hamującymi rozwój wielomarkowości są przede wszystkim zbyt wygórowane standardy dealerskie. Większość z nich w swojej istocie uniemożliwia pozyskanie do dystrybucji kolejnych marek aut. Dotyczy to przede wszystkim szeroko rozumianych standardów architektonicznych oraz standardów

identyfikacji marki. Kolejną barierą rozwoju wielomarkowości jest niechęć większości marek aut do udzielania autoryzacji dealerom należącym już do sieci innych marek.

Rada Dealerów przy PIM stanowczo domaga się wprowadzenia w roku 2010 nowych uregulowań prawnych mających na celu zniesienie istniejących dziś barier w rozwoju wielomarkowości. Aby zrealizować te cele należy: do nowych aktów prawnych wprowadzić zapisy szczegółowo opisujące zakres możliwych do wprowadzenia standardów dealerskich. Z zakresu tego należy bezwzględnie wyłączyć standardy dotyczące architektury zewnętrznej salonów, wystroju i wyposażenia wewnątrz oraz wszelkiej identyfikacji pracowników. W celu pełnej realizacji rozwoju wielomarkowości należy rozważyć także rozwiązania mające na celu zwiększenie możliwości dealerów w dostępie do nowych marek. W tym celu należy wprowadzić rozwiązania prawne wymuszające na producentach i importerach obowiązek przyznawania dodatkowej autoryzacji dealerskiej na podstawie spełnionych standardów. Należy bardzo poważnie rozważyć całkowite ograniczenie systemu selektywnego ilościowego i wprowadzenie systemu selektywnego jakościowego jako podstawowego systemu, obok systemu wyłącznego, dozwolonego w tworzeniu sieci dealerskiej.

3. Standardy i warunki w sieci dealerskiej

Producenci i importerzy samochodów bezwzględnie wykorzystali przepisy Rozporządzenia 1400/2002 do wymuszenia na swoich sieciach dealerskich wprowadzenia bardzo wysokich i kosztownych standardów. Wiele z tych standardów nie ma nic wspólnego z wymaganiami dotyczącymi sprzedaży produktu, a ich jedynym praktycznym celem jest drenaż finansowy przedsiębiorstw dealerskich. Trzeba jasno powiedzieć, że drenaż ten odbywa się poprzez kapitałowo powiązane z spółki producentów lub importerów po pretekstem spełniania przez te firmy wyśrubowanych norm lub standardów. Co raz to nowe i bardziej wymyślne standardy nie mają najmniejszego znaczenia dla jakości obsługi klienta, ale za to mają ogromny wpływ na bilans finansowy przedsiębiorstw dealerskich i serwisowych (zwiększenie zatrudnienia – ludzie do sprawdzania i wypełniania standardów) a przez to na ceny oferowanych usług. Jest to jedną z przyczyn, przez którą nie udało się osiągnąć jednego z celów, które KE postawiła przed Rozporządzeniem, a mianowicie obniżenia cen usług serwisowych.

Rada Dealerów przy PIM stanowczo domaga się wprowadzenia w roku 2010 nowych rozwiązań prawnych mających na celu ograniczenie dowolnego ustalania zakresu standardów dealerskich. Należy to zrealizować poprzez wprowadzenie szczegółowego opisu standardów, które mogą być wymagane od dealera. Dodatkowo należy także wprowadzić minimalny okres zmian wprowadzonych raz standardów. Okres 5-letni wydaje się w tym przypadku w pełni uzasadniony, ze względu na ochronę ekonomicznych interesów sieci dealerskich. Okres ten mógłby być skrócony jedynie pod warunkiem sfinansowania w całości nowych standardów przez producenta lub importera samochodów. Należałoby także bardzo poważnie rozważyć wprowadzenie rozwiązania prawnego dopuszczającego niezależnych ekspertów i arbitrów, oceniających czy dane standardy są związane z lepszą jakością sprzedaży towaru lub usługi, czy też są jedynie niczym nieuzasadnionym pomysłem importera. Arbitrzy powinni także móc oceniać w jakim stopniu wymóg podwyższenia standardów powinien wiązać się z wyższym wynagrodzeniem dealera w postaci zwiększenia marż i bonusów.

4. Handel na rynku równoległym/pośrednictwo

W pierwszych dwóch latach po wejściu w życie Rozporządzenia 1400/2002 obserwowano jedynie nieliczne transakcje na rynku równoległym z udziałem polskich firm. Potem sytuacja powoli zaczęła się zmieniać, ale rozwój tego rynku jest nadal stosunkowo wolny. Reeksport często nie jest dobrowolną decyzją dealerów, ale sposobem na ucieczkę z rynku krajowego, gdzie wolumeny sprzedaży przez ostatnie lata były bardzo niskie. Rynek równoległy jest, zatem traktowany przez część dealerów jako rozwiązanie ostateczne, a nie jako sposób na dywersyfikację klientów i źródeł dochodów.

Polska Izba Motoryzacji szacuje, że w 2006 r. sprzedaż transgraniczna nowych aut kształtowała się w Polsce na poziomie około 20 000 sztuk. Nie istnieją w Polsce oficjalne statystyki dotyczące tego typu działalności, ponieważ większość autoryzowanych dealerów nie przyznaje się do transakcji na rynku równoległym, ze względu na ewentualne późniejsze formalne i nieformalne naciski ze strony generalnych importerów (odbieranie autoryzacji, konieczność przedstawienia dowodów rejestracyjnych sprzedawanych aut, nie uznawanie eurogwarancji, brak upustów flotowy dla firm zagranicznych). Dodatkowo na przestrzeni ostatnich kilku lat polscy dealerzy mieli wiele problemów formalnych z wprowadzeniem samochodów pochodzących z krajów UE do obiegu na terenie RP (nie uznawanie COC, do dnia dzisiejszego obowiązek uzyskania karty pojazdu przez wprowadzającego do obrotu.)

Częste są również przypadki wywierania wpływu Importerów na dealerów z EU, żeby nie sprzedawali samochodów do Polski. Dotyczy to również handlu częściami zamiennymi.

Stanowisko Rady Dealerów wobec funkcjonowania rynku równoległego nie może być niejednoznaczne. Stanowi on dzisiaj dość istotny kanał dystrybucji, który może zakłócić stabilność funkcjonowania autoryzowanej sieci sprzedaży poprzez nierówność wymagań wobec podmiotów. Sprzedawcy na rynku równoległym nie muszą, bowiem ponosić żadnych kosztów spełniania standardów dealerskich. Jednocześnie rynek równoległy może stanowić dodatkowy kanał rozwoju biznesu sprzedaży samochodów. Ta niejednoznaczność wynika przede wszystkim z niekonsekwentnej i szkodliwej dla rynku polityki producentów samochodów, którzy zwalczając bezwzględnie i często pozaprawnie jakiegokolwiek przejawy działania swoich dealerów na rynku równoległym, realizują praktyki, dzięki którym na rynku pojawiają się samochody dystrybuowane przez nieautoryzowanych sprzedawców. Rada Dealerów przy PIM starając się dbać o interesy swojego sektora i rozumiejąc także, że ten kanał dystrybucji na rynku europejskim przynosi pewne korzyści dla klientów końcowych, domaga się stanowczo, aby w nowych uregulowaniach prawnych, które wejdą w życie w roku 2010, ograniczyć lub całkowicie zlikwidować możliwość zakazania dealerom ze strony producentów odsprzedaży aut do niezależnych odsprzedawców. Powinno to dotyczyć wszystkich dealerów także tych działających w systemach selektywnych. Doświadczenie ostatnich lat każe mieć pewność, że rozwiązanie takie ukróci nieuczciwe z punktu widzenia sieci działania producentów i importerów, a jednocześnie da klientom rynku UE łatwiejszy dostęp do wszystkich występujących na tym rynku modeli aut.

5. Dostępność autoryzacji serwisowej/wielomarkowość w serwisie

Zjawisko pozyskiwania nowych autoryzacji serwisowych na podstawie spełnienia standardów jakościowy jest w Polsce marginalne. W ciągu funkcjonowania Rozporządzenia takich przypadków nie było więcej niż kilkanaście. Większość z nich dotyczy autoryzacji serwisowej

przyznawanej w ramach jednego producenta najczęściej w grupie VW. Większość marek wolumenowych robi wszystko, aby takiej autoryzacji nie udzielić. Przykładem skrajnym może być Toyota, która pomimo dużego zainteresowania nie udzieliła żadnej autoryzacji serwisowej. Co więcej żaden z dealerów Toyoty pomimo spełniania standardów jakościowych nie otrzymał autoryzacji na naprawę drugiej marki tego koncernu Lexusa. Koncerny utrudniają jak mogą proces przyznawania autoryzacji. Utrudnianie polega na nie przekazywaniu spisu standardów, nie odpowiadaniu na pisma serwisów, odkładaniu w nieskończoność wizyt audytorów itp. Ogólnie można stwierdzić, że sposób uzyskiwania autoryzacji serwisowej na podstawie standardów jakościowych nie jest realizowane zgodnie z założeniami KE. Większość producentów znajduje formalne lub nieformalne sposoby i procedury, które skutecznie blokują dostęp do ich sieci serwisowej. Co więcej w bardzo wielu markach samo otrzymanie zakresu standardów jest bardzo trudne i czasami wymaga kilkumiesięcznych starań i monitów.

Poza wymienionymi wyżej czynnikami pozaprawnymi podstawowymi barierami w rozwoju wielomarkowości serwisowej, podobnie jak to miało miejsce w przypadku sprzedaży, są zbyt wygórowane i zbyt szerokie standardy wymagane od stacji serwisowej. Należy zaliczyć do takich standardów przede wszystkim: wymóg dedykowanych stanowisk serwisowych, wymogi identyfikacji markowej w zakresie wystroju warsztatu oraz ubioru pracowników serwisowych. Kolejną istotną barierą jest zbyt szerokie i nie uzasadnione zakresem działalności serwisowej wymaganie producenta w zakresie zestawów narzędzi i urządzeń specjalistycznych

Rada Dealerów przy PIM stanowczo domaga się wprowadzenia w roku 2010 nowych uregulowań prawnych mających na celu zniesienie istniejących dziś barier w rozwoju wielomarkowości w serwisie. Aby zrealizować te cele należy przede wszystkim: do nowych aktów prawnych wprowadzić zapisy szczegółowo opisujące zakres możliwych do wprowadzenia standardów serwisowych. Z zakresu tego należy bezwzględnie wyłączyć standardy dotyczące architektury, wystroju i wyposażenia wnętrz oraz wszelkiej identyfikacji pracowników. Ograniczenie takie powinno dotyczyć także zakazu wymagania dedykowanych stanowisk. Zapisy powinny również bardzo szczegółowo wyznaczyć granice pomiędzy narzędziami i urządzeniami specjalistycznymi a uniwersalnymi. W związku z nieformalnym utrudnianiem dostępu do opisu standardów serwisowych istnieje także konieczność wprowadzenia wobec producentów i importerów wymagania powszechności dostępu do standardów serwisowych, np. poprzez obowiązek ich upublicznienia na stronie internetowej.

6. Inne

Katalog niezgodności praktycznych działań koncernów i Rozporządzenia, oprócz wymienionych powyżej jest niezwykle szeroki. Poniżej prezentujemy wykaz kilku dodatkowych najczęstszych uchybień, pojawiających się w umowach pomiędzy koncernami samochodowymi a ich dealerami i serwisami, które w ocenie Rady Dealerów mają bardzo negatywny wpływ na funkcjonowanie polskiego rynku.

Wypowiadanie umów serwisowych jednocześnie z umowami dealerskimi, na skutek zapisów związanych z umową dealerską. Rozporządzenie stanowczo rozdziela działalność dealerską od serwisowej i zakazuje łącznego wypowiedzania umów, albowiem działalność serwisowa jest prowadzona na podstawie spełnianych standardów i może być bez przeszkód realizowana pomimo utraty autoryzacji na sprzedaż samochodów

Rada Dealerów uważa, że nowe rozporządzenie wyłączające powinno wprowadzić bezwzględny nakaz podpisywania z dealermem, co najmniej dwóch umów: dealerskiej i serwisowej oraz zapisów wyraźnie zabraniających wypowiedzenia jednej umowy ze względu na uchybienia w realizacji drugiej.

Wprowadzanie do umów katalogu dziesiątek drobnych uchybień, dzięki którym koncerny mogą wymówić umowy bez wypowiedzenia. Zdaniem Rady Dealerów nowe akty prawne powinny starać się wprowadzić zamknięty katalog uchybień, które uzasadniałyby wymówienie umowy dealerskiej w trybie natychmiastowym. Powinno to zapobiec nadużywaniu pozycji dominującej przez producenta i częstego uzasadniania wypowiedzenia umowy powodami co najmniej wątpliwymi.

Narzucanie dealerom stawek napraw gwarancyjnych często poniżej kosztów ponoszonych przez dealera w związku z naprawą gwarancyjną. Nowe rozporządzenie wyłączające powinno bezwzględnie wymuszać na producentach zapis umowy gwarantujący wynagrodzenie w zakresie napraw gwarancyjnych oparte o rynkowe stawki obowiązujące u danego dealera.

7. Podsumowanie

Rada Dealerów jest zmuszona stwierdzić, że po 3 latach obowiązywania Rozporządzenia w Polsce nie przyniosło ono zakładanych rezultatów, a w niektórych przypadkach spowodowało nawet większe uzależnienie dealerów i serwisów od producentów aut. Winnym tego stanu są koncerny samochodowe, które w oczywisty sposób lekceważą postanowienia prawa, ale w nie mniejszym stopniu Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który pomimo posiadanych informacji z zadziwiającą opieszałością bada wskazywane nieprawidłowości.

Rada Dealerów przy PIM pragnie stanowczo stwierdzić, że producenci i importerzy bezwzględnie wykorzystali Rozporządzenie 1400/2002 w celu przerzucenia znacznej części kosztów swojej działalności na niezależnych przedsiębiorców działających w zakresie sprzedaży i serwisu samochodów. Nowe rozporządzenie wyłączające powinno bezwzględnie zmienić ten stan rzeczy. Jest to jedyna szansa stojąca przed KE na pełną realizację celów polityki konkurencji na rynku motoryzacyjnym, a tym samym na spełnienie obietnic dotyczących zapowiadanej większej dostępności usług dla klientów i obniżenia ich cen. Mamy nadzieję, że zaproponowane powyżej propozycje zmian prawnych staną się inspiracją dla urzędników i prawników KE przygotowujących nowe zasady funkcjonowania rynku dystrybucji aut po roku 2010.