

RABATY STOSOWANE PRZEZ SIECI HANDLOWE - RAPORT UOKiK

- UOKiK sprawdził rabaty uzyskiwane przez duże sieci handlowe od dostawców produktów rolno-spożywczych.
- Efektem jest kompleksowy raport zawierający dane i wskazówki dotyczące rabatów stosowanych przez sieci handlowe.

[Warszawa, 21 kwietnia 2020 r.] Rynek rolno-spożywczy znajduje się pod stałą kontrolą Prezesa UOKiK. Działania w tym obszarze prowadzone są przede wszystkim na podstawie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwemu wykorzystywaniu przewagi kontraktowej. Interwencje Prezesa Urzędu w tym sektorze dotyczyły m.in. relacji pomiędzy sieciami handlowymi a ich dostawcami. Przykładem jest decyzja i kara nałożona na [Jeronimo Martins Polska - właściciela sieci Biedronka](#). Spółka narzucała swoim kontrahentom nieuczciwe rabaty - informowała o konieczności ich udzielenia dopiero na koniec okresu rozliczeniowego, po zrealizowaniu dostaw.

Prezes UOKiK przyjrzał się również polityce rabatowej pozostałych dużych sieci handlowych. W tej sprawie Urząd prowadził postępowania wyjaśniające sprawdzające sytuację na całym rynku. Jednym z efektów tych działań jest [raport](#), w którym przedstawiono m.in. liczbę i rodzaje stosowanych rabatów, a także badanie zgodności z ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwemu wykorzystaniu przewagi kontraktowej.

- Przyjrzelismy się wnikliwie i przeanalizowaliśmy polityki rabatowe dużych sieci handlowych. Zbadaliśmy działania 19 największych sieci handlowych. Zapytaliśmy również o szczegóły współpracy z sieciami dwudziestu dostawców produktów rolno-spożywczych. Na tej podstawie przygotowaliśmy raport, w którym prezentujemy najważniejsze ustalenia dotyczące polityk rabatowych sieci, w tym w zakresie rabatów wstecznych. Pokazujemy skalę zjawiska, precyzujemy również jakie praktyki mogą naruszać prawo - mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

Wybór 20 dostawców odzwierciedla ogólną strukturę wartości produkcji i sprzedaży produktów spożywczych w podziale na branże. Najwięcej badanych podmiotów zajmowało się przetwórstwem mięsa. Wyodrębniono również dwie inne istotne gałęzie: przetwórców branży owocowo-warzywnej oraz mleczarnie. Pozostałe podmioty działały w innych sektorach, takich jak przetwórstwo ryb, produkcja przypraw czy przemiał zbóż. Badani

dostawcy byli również grupą zróżnicowaną pod względem wielkości, a także dynamiki obrotów oraz rentowności.

Rabaty w relacjach handlowych

Rabaty są mechanizmem powszechnie stosowanym w gospodarce rynkowej i służą do dokonywania rozliczeń pomiędzy kontrahentami. Często występują w relacjach dostawców produktów rolno-spożywczych z sieciami handlowymi. Zdarzają się jednak sytuacje, w których kontrahenci sieci handlowych mogą ponosić z tego tytułu nieuzasadnione straty. Jest to najbardziej prawdopodobne przy występowaniu rabatów wstecznych (retrorabatów), czyli naliczanych od dokonanych już transakcji.

Kiedy powinny być ustalane rabaty i zmiany zasad ich udzielania

W raporcie uwagę zwraca fakt, że **choć wielu dostawców ma podpisane wieloletnie umowy z sieciami, to w trakcie trwania relacji handlowej wprowadzane są nowe rabaty lub zasady ich udzielania, zatem warunki dostaw podlegają bardzo częstym zmianom. Oznacza to, że są to tylko pozornie umowy na wiele lat, ponieważ dostawcy nie mają pewności, czy ustalenia kontraktowe nie zmienią się, ani kiedy może to nastąpić.**

Dlatego dla uczciwości relacji handlowych tak istotny jest moment ustalania rabatów. Główne ustalenia dotyczące kontraktów, w tym rabatów, powinny zostać poczynione przy zawarciu pierwotnej umowy lub jej przedłużeniu na kolejny okres, zaś inne przypadki zmiany warunków pomiędzy stronami powinny wynikać z nadzwyczajnych i obiektywnych okoliczności. Jeżeli strony nie będą w stanie określić na etapie negocjacji konkretnej kwoty rabatu, wówczas mogą uzgodnić jedynie określony mechanizm jego rozliczania, niemniej jednak powinny to zrobić przed nawiązaniem współpracy na dany okres.

Jedynie w trzech sieciach handlowych stosowano wyłącznie rabaty, których mechanizm jest określany na etapie negocjacji pierwotnych warunków handlowych. We wszystkich pozostałych sieciach handlowych występowały różne konstrukcje rabatów, w tym rabaty ustalane już w trakcie współpracy. I tak, ponad połowa (57 proc.) rabatów zbadanych przez UOKiK ustalana była przed nawiązaniem współpracy, 16 proc. w trakcie trwania umowy, a 27 proc. zarówno na etapie poprzedzającym zawarcie kontraktu, jak i w trakcie jego obowiązywania.

Inną niekorzystną praktyką może być zmiana zasad udzielania już uzgodnionych rabatów w trakcie trwania umowy. Miało to miejsce w przypadku aż 74 proc. analizowanych rabatów. W sześciu spółkach zasady były modyfikowane w odniesieniu do **każdego rabatu**. Niepokojący jest fakt, że tylko jedna z sieci zadeklarowała, że w trakcie współpracy z dostawcami zasady udzielania rabatów nie zmieniały się w przypadku żadnego z nich.

Przykłady nieuczciwych praktyk

Analiza Urzędu wyodrębniła kilka rodzajów praktyk, które mogą zostać uznane za przejaw nieuczciwego wykorzystywania przewagi kontraktowej sieci handlowych.

Jedną z nich jest **wprowadzanie po dokonanych transakcjach nowych rabatów**, które nie znajdowały się w podpisanej umowie, nie były również uzgodnione na początku współpracy. Zastrzeżenia budzi przede wszystkim jednostronność stosowanych rozwiązań. W związku z udzieleniem rabatu dostawca nie uzyskuje dochodu spodziewanego na podstawie wcześniejszych uzgodnień z siecią. Nie można natomiast wskazać, jakie są uzyskiwane przez niego korzyści.

Kolejna kwestia, która budzi wątpliwości to **ustalanie z dostawcami warunków współpracy, w tym warunków rabatowania, na dany okres już po jego rozpoczęciu**, gdy dostawca zaangażował zasoby w realizację dostaw. Może to prowadzić do powstania po stronie dostawcy dodatkowych zobowiązań wobec sieci, które stanowią dla niego znaczące obciążenia kosztowe, powodując istotne pogorszenie rentowności kontraktu. Taka praktyka może być szczególnie uciążliwa dla niewielkich podmiotów, które są najbardziej wrażliwe na wystąpienie nieprzewidzianych i niekorzystnych zmian we współpracy z kontrahentami - zwłaszcza, jeśli sprzedają znaczną część swoich produktów do danej sieci. W tego rodzaju sytuacjach łatwo może bowiem dochodzić do znacznego uzależnienia działalności dostawcy od kontynuowania dostaw towarów do danej sieci, co zwiększa ryzyko podejmowania przez sieć prób wykorzystania położenia słabszego kontrahenta.

Niekorzystne dla dostawców jest również **jednoczesne stosowanie wobec nich wielu rabatów** (np. miesięcznych, kwartalnych i rocznych), czyli wielokrotne obniżanie ceny dostarczonego towaru. Taka praktyka może być uznana za nieuczciwą przede wszystkim

wówczas, gdy skumulowana wartość narzuconych rabatów ograniczy zyski dostawcy osiąmane w ramach współpracy z siecią do poziomu minimalnego lub nawet uczyni ją nieopłacalną.

Zastrzeżenia budzi ponadto **stosowanie nadmiernych kar umownych związanych z rozliczaniem udzielonych przez dostawców rabatów**. Przykładem są sankcje pieniężne za niedopełnienie zobowiązań związanych z przyznaniem rabatu, np. za brak wystawienia faktury korygującej. Według analiz Urzędu, stosowane kary wynoszą nawet równowartość przyznanego rabatu, jednocześnie nie zwalniając z obowiązku jego rozliczenia.

Niezgodne z prawem mogą być również sytuacje, w których sieć **jednostronnie obniża próg obrotowy**, od którego zależy przyznanie danego rabatu. Takie sytuacje miały miejsce, kiedy okazywało się, że nie doszło do osiągnięcia pierwotnie określonego poziomu obrotów, a tym samym nie było podstaw do udzielenia rabatu.

- Analiza zebranych informacji była podstawą wszczęcia postępowań wyjaśniających w sprawie praktyk Kaufland Polska Markety, Eurocash i SCA PR Polska. Naszym celem jest skuteczne przeciwdziałanie praktykom wykorzystywania przewagi kontraktowej przez sieci handlowe względem dostawców. Zaprezentowany raport powinni oni traktować jako zachętę do wyeliminowania praktyk, które mogą być podstawą wszczęcia postępowań oraz nałożenia sankcji finansowych przewidzianych ustawą - mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

Propozycja zmian w przepisach

Ponadto trwają obecnie prace nad implementacją [unijnej dyrektywy w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych na rynku rolno-spożywczym](#). Z uwagi na zebraną wiedzę na temat polityki rabatowej stosowanej przez największe sieci handlowe w Polsce z inicjatywy Prezesa UOKiK w projekcie ustawy, jako bezwzględnie zakazaną, wskazano praktykę dotyczącą nieuzasadnionego obniżania należności z tytułu dostawy produktów rolnych lub spożywczych po jej przyjęciu przez nabywcę (w całości albo umówionej części), w szczególności na skutek żądania udzielenia rabatu. Widzimy, że konieczna stała się skuteczniejsza walka z nieuczciwymi rabatami i wyeliminowanie tego typu praktyk z obrotu.

Raport o rabatach występujących w relacjach sieci handlowych z dostawcami produktów rolno-spożywczych dostępny jest na stronie internetowej UOKiK.