Wyjaśnienie do artykułu Ceno łapka. Jedenaste: nie będziesz kupował tanio i sprzedawał drogo opublikowanego numerze 21 tygodnika WPROST

W żadnym z krajów przystępujących do Unii Europejskiej w historii jej istnienia, akcesja nie spowodowała znaczącego wzrostu cen. Podobnie było w przypadku Polski. Przystąpienie naszego kraju do Wspólnoty przyniosło zarówno wzrost jak i spadek cen niektórych grup produktów: zdrożała żywność i mieszkania, potaniały samochody i sprzęt AGD.

Właśnie rzetelnej informacji skierowanej do konsumentów obrazującej skalę możliwych zmian cen po akcesji służyła akcja Narodowego Banku Polskiego, w którą zaangażował się Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Kierując się obawą, że niektórzy przedsiębiorcy mogą wykorzystać akcesję do uzasadnienia działań niezgodnych z prawem antymonopolowym (zawierania zmów cenowych, nadużywania pozycji dominującej etc.) opublikowaliśmy w marcu 2004 roku analizę przygotowaną przez obie instytucje. Wskazywała ona – co potwierdziły pierwsze miesiące w Unii – że CPI (*Consumer Price Index* – wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych, inflacja) po 1 maja nie powinien znacznie wzrosnąć.

Nieuprawnionym jest zatem twierdzenie autorów publikacji tygodnika Wprost – Krzysztofa Trębskiego i Michała Zielińskiego, którzy w artykule *Ceno łapka. Jedenaste: nie będziesz kupował tanio i sprzedawał drogo* napisali, że przed rokiem „nagonkę na bardziej obrotnych postanowił rozpocząć Narodowy Bank Polski wspólnie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów".

Zgadzając się z autorami, że konkurencja jako fundament wolnego rynku najlepiej służy konsumentom zapewniając im dostęp do szerokiej oferty towarów i usług oraz prowadząc w konsekwencji do obniżania cen oraz poprawy jakości należy podkreślić, że na całym świecie istnieje konsensus, co do jej ochrony prawnej.

Zgodnie z ustawą antymonopolową, UOKiK może ingerować w wolność gospodarowania wyłącznie w ściśle określonych przypadkach. Dotyczą one sytuacji nadużywania pozycji rynkowej przez przedsiębiorców oraz zawierania przez nich porozumień ograniczających konkurencję.

– Tuż przed akcesją mieliśmy do czynienia z dużym społecznym oczekiwaniem, że UOKiK będzie karał przedsiębiorców za podnoszenie cen. Tymczasem nie mamy ani możliwości prawnych, ani zamiaru, by ingerować w swobodę działalności podmiotów gospodarczych,

przekraczających nasze kompetencje. Zdanie to powtarzaliśmy wielokrotnie, jak mantrę w trakcie kampanii informacyjnej. Argumenty te znane były również autorom wyżej wymienionego artykułu – przypomina Cezary Banasiński.

Dodatkowe informacje:
Elżbieta Anders, Rzecznik prasowy UOKiK
Departament Współpracy z Zagranicą i Komunikacji Społecznej
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa
Tel. (22) 827 28 92, 55 60 106, 55 60 314
E-mail: eanders@uokik.gov.pl