



SEJM
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
V kadencja

Druk nr 200

Warszawa, 2 grudnia 2005 r.

Pan
Marek Jurek
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Na podstawie art. 118 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. i na podstawie art. 32 ust. 2 regulaminu Sejmu niżej podpisani posłowie wnoszą projekt ustawy:

- o wielkopowierzchniowych obiektach handlowych.

Do reprezentowania wnioskodawców w pracach nad projektem ustawy upoważniamy pana posła Waldemara Nowakowskiego.

(-) Mieczysław Aszkielowicz; (-) Jan Bednarek; (-) Jan Bestry;
(-) Bolesław Borysiuk; (-) Hubert Costa; (-) Zofia Grabczan; (-) Alina Gut;
(-) Lech Kuropatwiński; (-) Andrzej Lepper; (-) Sandra Lewandowska;
(-) Jan Łączny; (-) Wanda Łyżwińska; (-) Stanisław Łyżwiński; (-) Janusz Maksymiuk; (-) Henryk Młynarczyk; (-) Halina Molka; (-) Rajmund Moric;
(-) Waldemar Nowakowski; (-) Małgorzata Olejnik; (-) Marzena Paduch;

(-) Józef Pilarz; (-) Bernard Ptak; (-) Renata Rochnowska; (-) Wojciech Romaniuk; (-) Andrzej Ruciński; (-) Krzysztof Sikora; (-) Waldemar Starosta; (-) Józef Stępkowski; (-) Lech Szymańczyk; (-) Grażyna Tyszko; (-) Zenon Wiśniewski; (-) Elżbieta Wiśniowska; (-) Genowefa Wiśniowska; (-) Marek Wojtera; (-) Janusz Marek Wójcik; (-) Jerzy Zawisza; (-) Maria Zbyrowska; (-) Jerzy Żyszkiewicz.

projekt

Ustawa
z dnia (.....) 2005 roku
o wielkopowierzchniowych obiektach handlowych

Art. 1

Ustawa określa zasady i tryb wydawania zezwoleń na utworzenie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, zwanych dalej „WOH“.

Art. 2.

1. WOH - sklep o powierzchni sprzedaży przekraczającej 400m² w którym jest prowadzona działalność handlowa.
2. Powierzchnią sprzedaży – powierzchnia sprzedaży w rozumieniu art.2 pkt 19 ustawy z dnia 27 marca 2003r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U.nr 80, poz. 717, z 2004 r. nr 6, poz 41 i nr 141, poz.1492).

Art. 3.

Utworzenie WOH to budowa lub rozbudowa istniejącego obiektu, a także adaptacja lub łączenie istniejącego obiektu dotychczas nie wykorzystywanego do działalności handlowej jeżeli w wyniku tego działania powstanie WOH.

Art. 4.

1. Utworzenie WOH o powierzchni sprzedaży do 2000m² wymaga zezwolenia wydanego w drodze decyzji administracyjnej przez wójta lub burmistrza (prezydenta miasta) na podstawie uchwały właściwej rady gminy, miasta, o której mowa w art. 9.
2. Utworzenie WOH o powierzchni sprzedaży powyżej 2000m² wymaga zezwolenia wydanego w drodze decyzji administracyjnej przez wójta lub burmistrza (prezydenta miasta) na podstawie uchwały właściwej rady gminy, miasta, o której mowa w art. 9. oraz pozytywnej uchwały rady właściwego sejmiku wojewódzkiego.

Art. 5.

1. Zezwolenie na utworzenie WOH wydaje się na pisemny wniosek, który zawiera:
 - a) nazwę firmy przedsiębiorcy;
 - b) oznaczenie jego siedziby i adresu;
 - c) numer w rejestrze przedsiębiorców albo w ewidencji działalności gospodarczej oraz numer identyfikacji podatkowej (NIP);
 - d) wskazanie nieruchomości, na których planowane jest utworzenie WOH z oznaczeniem numerów wpisów w księdze wieczystej oraz danych z ewidencji gruntów i budynków;
 - e) informację o powierzchni zajmowanej nieruchomości, w tym powierzchni sprzedaży WOH;
 - f) informację o przewidywanej branży;
 - g) informację o planowanej wielkości obrotów.

2.Do wniosku należy dołączyć analizę ekonomicznych i społecznych skutków utworzenia WOH.

3. Rada Ministrów określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowy zakres analizy, o której mowa w ust.2, mając na względzie konieczność oceny skutków utworzenia WOH w szczególności wpływu na : lokalny układ komunikacyjny, miejscowy rynek pracy, istniejący układ urbanistyczny, lokalną sieć handlową oraz wpływ na środowisko naturalne.

Art. 6.

Wydanie zezwolenia, o którym mowa w art.4, podlega opłacie w wysokości 25 zł za każdy metr kwadratowy projektowanej powierzchni sprzedaży.

Art. 7.

Wniosek o wydanie zezwolenia na utworzenie WOH pozostawia się bez rozpoznania w razie:

1. nieuiszczenia opłaty, o której mowa w art.6;
2. niedołączenia, mimo wezwania do uzupełnienia w terminie 30 dni, dokumentów, o których mowa w art.5

Art. 8

Zezwolenie wygasa, jeżeli:

1. WOH nie został utworzony z przyczyn niezależnych od inwestora w ciągu w ciągu 2 lat ;
2. Nie został dokonany odbiór użytkowania obiektu budowanego, przez właściwe organy w ciągu 2 lat od dnia wydania zezwolenia;
3. Nastąpiło zbycie nieruchomości, dotyczącej zezwolenia, osobie trzeciej przed otrzymaniem od właściwego organu decyzji o zezwoleniu na użytkowanie WOH.

Art. 9.

1. Rada gminy podejmuje uchwałę wyrażającą opinię w sprawie celowości utworzenia WOH, w oparciu o wyniki analiz i opinii, kierując się potrzebami gminy w zakresie:
 - a) realizacji interesu publicznego polegającego na ochronie środowiska miejskiego;
 - b) kształtowania korzystnych warunków nabywania towarów i usług oraz poprawy jakości obsługi konsumentów,
 - c) rozwoju sieci handlowej i zachowania pożądaney równowagi pomiędzy różnymi formami handlu,
 - d) poszerzenia oferty towarowej,
 - e) zapewnienie właściwej struktury branżowej miejscowego handlu i kształtowanie właściwej konkurencji,
 - f) rozwoju rynku pracy.
2. Rada sejmiku samorządowego właściwego województwa podejmuje uchwałę w sprawie celowości utworzenia WOH o powierzchni sprzedaży ponad 2000m², w oparciu o wyniki analiz i opinii, kierując się zasadami zrównoważonego rozwoju regionu.
3. Analizy i oceny, o której mowa w ust.1, obejmują krótkoterminowe i długoterminowe skutki z punktu widzenia wpływów do budżetu gminy, rozwoju i wspomagania lokalnej przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów rynkowych w zakresie powstawania i likwidacji lokalnych podmiotów gospodarczych, biorących udział w produkcji i dystrybucji dóbr, będących przedmiotem obrotu planowanego WOH.

Art. 10.

Wójt, burmistrz, prezydent miasta odmawia wydania zezwolenia, jeżeli:

- a. rada gminy podjęła uchwałę wyrażającą negatywną opinię w sprawie utworzenia WOH;
- b. rada właściwego sejmiku wojewódzkiego podjęła uchwałę wyrażającą negatywną opinię w sprawie utworzenia WOH.
- c. wniosek dotyczy utworzenia WOH o powierzchni sprzedaży **powyżej** 400m² dla sprzedaży artykułów spożywczych lub WOH o powierzchni sprzedażowej **powyżej** 600m² dla sprzedaży artykułów pozostałych, na terenie gminy o liczbie mieszkańców do 15 tysięcy,
- d. wniosek dotyczy utworzenia WOH o powierzchni sprzedażowej **powyżej** 600m² dla sprzedaży artykułów spożywczych lub WOH o powierzchni sprzedażowej **powyżej** 1000m² dla sprzedaży artykułów pozostałych, na terenie gminy o liczbie mieszkańców do 50 tysięcy,

Art. 11.

W ustawie z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. z 2003 r. Nr 80 Poz. 717, z 2004 r. Nr 6 Poz. 41 oraz Nr 141 Poz. 1492) wprowadza się następujące zmiany:

- 1) w art. 10 ust. 2 pkt. 8 wyrazy „powyżej 2000 m²” zastępuje się wyrazami „powyżej 400 m²”,
- 2) w art. 11 ust. 8 w lit. h) średnik zastępuje się przecinkiem i dodaje lit. i) w brzmieniu: „i) do lokalnych organizacji samorządu gospodarczego i lokalnych organizacji konsumenckich

Art. 12.

W ustawie z dnia 7 lipca 1994 roku - Prawo budowlane (Dz. U. z 2003 r. Nr 207 Poz.2016 z późn.zmianami) wprowadza się następujące zmiany:

- 1) w art. 28 ust. 3 po wyrazie „budowę” dopisuje się wyrażenie „innego obiektu niż wielkoppowierzchniowy obiekt handlowy, w którym mowa w art.2 niniejszej ustawy.
- 2) w art. 33 ust. 2 dodaje się pkt. 5 w następującym brzmieniu: „5) W przypadku obiektów handlowych zezwolenie, o którym mowa w art. 4 niniejszej ustawy.

Art. 13

Do postępowań w sprawach objętych przepisami ustawy, a nie zakończonych przed dniem jej wejścia w życie stosuje się przepisy dotychczasowe (przejściowe).

Art.14

Ustawa wchodzi w życie po upływie 30 dni od dnia ogłoszenia.

Uzasadnienie

Utworzenie sklepu wielkopowierzchniowego powoduje potencjalne zagrożenie dla okolicznych małych i średnich sklepów w postaci spadku obrotów, mogących w efekcie doprowadzić do bankructwa. Tworzenie sklepów wielkopowierzchniowych, w szczególności zagranicznych, powoduje niezadowolenie nie tylko handlowców lecz i lokalnych producentów. Jest to szczególnie problem społeczny zważywszy, iż większość lokalnych małych firm pracuje w swoich przedsiębiorstwach na zasadzie zatrudnienia socjalnego, bowiem z braku alternatywnej pracy, tkwią w handlu.

Koncepcja regulacji zawartych w projekcie ustawy została przygotowana w oparciu o analizę rozwiązań stosowanych w UE przy tworzeniu sklepów wielkopowierzchniowych, a także ustawodawstwa polskiego wiążącego się z tymi zagadnieniami oraz konsultacją ze środowiskiem przedsiębiorców handlowych i przetwórstwa rolno-spożywczego.

Ustawa określa zasady i tryb wydawania zezwoleń na utworzenie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, zwanych dalej WOH.

W art. 2 projekt określa definicję WOH i powierzchni sprzedaży, przyjmując definicje zgodnie z obowiązującymi w polskim prawie budowlanym, planowania i zagospodarowania przestrzennego oraz GUS.

W art. 3 projekt precyzuje co należy rozumieć przez utworzenie WOH, i tak zgodnie z zapisami tego artykułu „ utworzenie WOH to budowa lub rozbudowa istniejącego obiektu, a także adaptacja lub łączenie istniejącego obiektu dotychczas nie wykorzystywanego do działalności handlowej jeżeli w wyniku tego działania powstanie WOH“.

W art. 5 projektu sprecyzowano zakres informacji jakie musi dostarczyć ubiegający się o zezwolenie na utworzenie WOH - wnioskodawca. Poza tym ze względu na dotychczasowe duże obciążenia budżetu gmin, miast opłatami ponoszonymi przez nie na opracowania dotyczące skutków powstawania takiego obiektu na danym terenie, projekt przesunął ten obowiązek na wnioskodawcę. Natomiast Rada Ministrów (art.5 ust 3) określa w drodze rozporządzenia, szczegółowy zakres analizy, o której mowa w ust. 2 tego art., co pozwoli na wyeliminowanie ewentualnych nadużyć w procesie opracowywania takich analiz i opinii.

W art. 6 wprowadza się opłatę administracyjną za wydanie zezwolenia. Środki te można skierować w gminie lub mieście na zorganizowanie pomocy w przekwalifikowaniu się osób tracących pracę w wyniku powstania WOH.

W art.9 przedstawiono rolę rady gminy, miasta w procesie podejmowania decyzji administracyjnej dotyczącej zezwolenia na utworzenie WOH o powierzchni sprzedaży do 2000m² i rolę rady sejmiku wojewódzkiego w przypadku zezwolenia dotyczącego utworzenia WOH o powierzchni sprzedaży ponad 2000m².

Uchwała sejmiku wojewódzkiego dla wydawania zezwoleń umożliwiających utworzenie WOH o powierzchni ponad 2000m² jest koniecznością biorąc pod uwagę oddziaływanie takiego obiektu nie tylko na konkretną gminę lecz również na gminy sąsiednie. Tylko z punktu widzenia regionu, województwa można ocenić potrzebę takiej inwestycji oraz jej skutki oddziaływania na obszar ponad – gminny., realizując jednocześnie politykę zrównoważonego rozwoju.

W art.10 projekt ustawy zawiera ograniczenia wydawania zezwolenia na utworzenie WOH, w zależności od uchwały rady gminy, miasta czy też sejmiku wojewódzkiego. . W art.10 znalazły się też ograniczenia wydawania zezwolenia na utworzenie WOH w zależności od liczby mieszkańców gminy, miasta, którego zezwolenie ma dotyczyć. Takie rozwiązania są

powszechnie znane w Unii Europejskiej, nie wzbudzają sprzeciwu a dają samorządom gminnym instrument z jednej strony wyhamowujący monopolizację rynku przez sieci wielkopowierzchniowe a z drugiej strony zahamowują proces zmniejszania sie placówek handlowych na danym terenie.

W art. 11 projekt ustawy deleguje zmiany w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z dnia 27 marca 2003 roku, Dz.U. z 2003r. nr 80 poz ,717, z 2004 r. Nr 6 poz. 41 oraz nr 141 poz.1492. Szczególnie ważna jest odnotowania zmiana art.11 ust.8 ww. Ustawy, w którym, przy procesie tworzenia WOH, samorządom gospodarczym i organizacjom konsumenckim nadaje się z mocy prawa prawo do wyrażenia opinii. Brak tego zapisu spowodował wiele nieprawidłowości, a w wielu przypadkach wręcz łamania prawa budowlanego, planowania i zagospodarowania przestrzennego. Udział organizacji gospodarczych i konsumenckich pozwoli wyeliminowanie tych patologii i uspołecznienie procesu powstawania WOH w Polsce.

Art. 12 projektu ustawy przedstawia konieczne zmiany w prawie budowlanym, wynikające z zapisów omawianej ustawy.

W ostatnich latach obserwujemy znaczące zmiany struktury handlu. Powstawanie obiektów wielkopowierzchniowych rodzi w większości konsekwencje o charakterze ponad-lokalnym, zarówno dla rynku handlu jak i produkcji, usług a w konsekwencji negatywnie wpływa na rynek pracy. Proces ten jest żywiołowy, w żaden sensowny sposób nie związany **ze strategiami rozwoju społecznego i gospodarczego gmin i miast**. Skutki podejmowanych decyzji w gminach wykraczają daleko poza ich granice. Nie unormowanie procesu powstawania obiektów wielkopowierzchniowych grozi nam nie tylko problem komunikacyjnymi naszych miast, jak to jest w Warszawie, czy też na Śląsku lecz i utratą dziesiątek tysięcy miejsc pracy. W sytuacji bezrobocia na poziomie 20%, a w niektórych rejonach kraju jak np. powiat Sławieński ponad 36% nie stać nas na dalsze zwiększanie „**ławki osób bezrobotnych**”.

Warszawa z **prawie milionem m2** nowoczesnej powierzchni handlowej wyprzedziła większość krajów europejskich, takich jak Pragę, Budapeszt, Moskwę, Hamburg, Brukselę, Wiedeń, Barcelonę, zbliżając się wielkością nowoczesnej powierzchni handlowej do Berlina. Informacje z izb skarbowych, docierające za pośrednictwem polskich mediów jednoznacznie informują o braku wpłat tytułem podatku dochodowego ze strony sieci wielkopowierzchniowych do budżetu państwa. Również wskazują na ograniczony wpływ do budżetu gmin podatku od nieruchomości, który w wielu przypadkach jest w całości bądź też częściowo przez gminy umarzany. Niepokojące zjawiska obserwuje się w małych miastach, poniżej 40 tysięcy mieszkańców a nawet poniżej 20 tysięcy mieszkańców, jak to ma ostatnio miejsce w 14 tysięcznym Darłowie. W takich miastach budowa sklepu wielkopowierzchniowego o powierzchni sprzedażowej 500m2, a sklepu dyskontowego już 300m2, spowoduje upadek kilkudziesięciu lokalnych sklepów i firm dla nich pracujących.

Powszechne mówienie o tworzeniu nowych miejsc pracy poprzez budowę obiektów wielkopowierzchniowych jest nie tylko demagogią lecz znacznym nadużyciem.

Normą stało się łamanie prawa budowlanego, ochrony środowiska, ustawy o nieuczciwej konkurencji.

Wystarczy przeanalizować wyniki kontroli NIK z kwietnia 2002 roku. Zdaniem NIK „**tak częste naruszanie przepisów prawa materialnego i procedury administracyjnej przy wydawaniu decyzji reglamentujących lokalizację i realizację dużych obiektów handlowych wskazują na możliwość występowania zjawisk korupcyjnych**”.

By to wyeliminować Parlament RP dokonał kuriozalnej zmiany w ustawie o zagospodarowaniu przestrzennym z dnia 21 lipca 2003 roku. Nie napawa to optymizmem,

lecz wręcz przeciwnie zamiast obostrzenia trybu powstawania obiektów wielkopowierzchniowych wprowadzono działania ułatwiające, eliminując przy tym tak ważną opinię lokalnych samorządów gospodarczych, stowarzyszeń oraz sąsiadujących z inwestycją lokalnych samorządów gminnych.

Sytuacja jest o tyle dramatyczna, iż sieci wielkopowierzchniowe rozpoczęły wyścig o polskie małe miasta, a w wielu z nich **jedyne miejsce pracy** jakie można znaleźć jest już tylko praca w tzw. „**budżetówce**”, w handlu, bądź w przedsiębiorstwach pracujących na rzecz małych i średnich kupców.

Jak już wspomniano w mieście 20 tysięcznym wystarczy niejednokrotnie budowa 300m² sklepu dyskontowego, by zachwiać dotychczasową strukturą handlu, pogłębiając miejscowe bezrobocie.

Tylko w 2004 roku ubyło w Polsce ponad 15 tysięcy sklepów. Tendencje spadkowe trwają w dalszym ciągu. Wystarczy skorzystać z danych GUS, w pierwszym półroczu wyrejestrowano ponad 6300 podmiotów handlowych. Czy te cyfry w dalszym ciągu nic nie mówią !!

Zrealizujmy zatem, równe warunki dla wszystkich uczestników rynku.

W liczbie obiektów wielkopowierzchniowych nie jesteśmy outsiderem, wyprzedza nas jedynie Francja -1056, Niemcy-1408 i Anglia 872. Z 338 hipermarketami (stan na 31.12.2004) dopędziliśmy Hiszpanię 264 i Włochy- 277, tyle, że budowane w Polsce hipermarkety są średnio dwu, trzy - krotnie większe^[1] a poza tym są to sieci w przeważającej większości kapitału zagranicznego (ponad 90%), dla których zaopatrzenie z własnych krajów staje się nie tyle normalnością lecz cnotą (wg. danych GUS zagraniczne sieci handlowe w 2004 roku dokonały zaopatrzenia bezpośrednio z importu na poziomie przekraczającym 42% ogółu zaopatrzenia). W takim zestawieniu nie ma co się dziwić, że wraz z bankrutem polskich sklepów bankrutują lokalne zakłady przetwórcze. Dla lokalnego przetwórstwa małe sklepy były niejednokrotnie jedynym miejscem sprzedaży towarów.

Uregulowania dotyczące powstawania obiektów wielkopowierzchniowych w krajach UE.

Już w 1993 roku pierwsze takie kroki podjęła **Francja**, i aczkolwiek bezskutecznie wobec wszechobecnie panującej korupcji i potęgi finansowej dużych sieci handlowych, to jednak prawo zwane ustawą Loi Royer`a wprowadziło limitowanie nowych dużych sklepów w celu ochrony przed upadłością małych firm handlowych oraz przed niepełnym wykorzystaniem dotychczasowej sieci handlowej. Kolejne ustawy z 29 stycznia 1993 roku i z lipca 1996 roku, znacznie ograniczyły wydawanie zezwoleń poprzez ustalenie szczegółowych warunków wydawania zezwoleń, ograniczając wszechobecną korupcję oraz znacznie zmniejszając wielkość powierzchni handlowej sklepów, na uruchomienie których nie jest potrzebna licencja. I tak na budowę i powiększanie obiektów wielkopowierzchniowych wymagane jest zezwolenie tzw. Komisji Departamentalnej ds. Zagospodarowania Przestrzennego, w skład której wchodzi:

- mer gminy, w której zlokalizowano projekt przyszłej budowy,
- przedstawiciel publicznego przedsiębiorstwa współpracy między gminami,
- merowie dwóch najbardziej zaludnionych gmin sąsiednich,
- prezes, lub przedstawiciel izby rzemiosła,
- prezes lub przedstawiciel izby handlowo-przemysłowej,
- przedstawiciel stowarzyszeń konsumentów.

[1] - dane z 2004 roku

Ograniczeniom podlegają: w miastach powyżej 40 000 mieszkańców każda budowa sklepu wielkopowierzchniowego o całkowitej powierzchni przekraczającej 3000m² lub 1500m² powierzchni sprzedażowej, oraz w mniejszych miastach poniżej 40 000 mieszkańców każda budowa o powierzchni sprzedażowej przekraczającej 1000m².

Natomiast ustawa z 1996 roku tzw. Super Loi Royer ograniczyła próg do 300m² powierzchni sprzedaży dla budowy sklepów spożywczych i 1500m² dla sklepów sprzedających artykuły przemysłowe.

Inne kraje znacznie wcześniej zauważyły skutki dominacji sklepów wielkopowierzchniowych wprowadzając drastyczne ograniczenia. I tak w Portugalii już od 1992 roku istnieją ograniczenia budowy obiektów wielkopowierzchniowych; o uruchomieniu sklepu wielkopowierzchniowego o powierzchni sprzedaży przekraczającej 2000m² decyduje minister odpowiedzialny za sektor handlu wewnętrznego. Niezbędnym warunkiem uzyskania takiego zezwolenia jest pozytywna opinia Generalnej Dyrekcji ds. Konkurencji i Cen, przy wydawaniu której uwzględniane są następujące aspekty:

- korzyści dla konsumentów wynikające z równowagi różnych form działalności w handlu detalicznym,
- charakterystyka projektu pod względem struktury i branży w danym rejonie,
- wpływ uruchomienia nowej placówki handlowej na modernizację handlu,
- zróżnicowanie oferty handlowej i stymulacji zdrowej konkurencji.

Nowelizacja ww. ustawy z 1995 roku wprowadziła obowiązek prowadzenia przez Generalną Dyrekcję ds. Konkurencji i Cen rejestru nowych i rozbudowywanych wielkopowierzchniowych obiektów handlowych

W Wielkiej Brytanii natomiast została powołana Komisja Konkurencji, która powoduje ściganie z urzędu wszelkie nieuczciwe zachowania sieci wielkopowierzchniowych wobec małych i średnich przedsiębiorstw, polegające na wykorzystywaniu potęgi finansowej, czy też polegające na sprzedaży towarów po znacznie obniżonych cenach.

Przepisy zagospodarowania przestrzennego (planning laws), których administracja należy do Ministerstwa Ochrony środowiska, skutecznie kontrolują budowę super i hipermarketów (Ustawa z 1990 roku „Town and Country Planning Act”).

Zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa brytyjskiego, żaden plan zagospodarowania przestrzennego, projekt budowlany, począwszy od niewielkich modernizacji istniejących budynków a skończywszy na znacznych projektach budowlanych, nie może być realizowany bez uprzedniego uzyskania zezwolenia władz lokalnych. Natomiast wnioski o zezwolenie na budowę super i hipermarketów muszą być podawane do publicznej wiadomości w środkach masowego przekazu. Przy obiektach powyżej 50000m² wnioski kieruje się bezpośrednio do Ministerstwa Ochrony Środowiska., które to po ocenie opinii publicznej podejmuje ostateczną decyzję.

Rząd brytyjski bierze pod uwagę:

- utrzymanie i rozwijanie żywotności, oraz prawidłowego funkcjonowania centrów miejskich,
- skupienie budowy obiektów handlu detalicznego w rejonach, gdzie będzie możliwa konkurencja korzystna dla wszystkich konsumentów i do których będą mogli dotrzeć bez problemów, przy wykorzystaniu środków komunikacji miejskiej.
- Utrzymanie konkurencyjnego, efektywnego i nowoczesnego systemu handlu detalicznego,
- Zapewnienie konsumentom łatwego dostępu do sklepów o różnorodnej branży, przy użyciu różnych środków transportu, oraz innych udogodnień,

Władze Brytyjskie dopingują administrację lokalną do stworzenia warunków, w których sklepy śródmiejskie i istniejące jednostki handlu detalicznego mogą usprawnić swoją działalność, by w ten sposób konkurować z super i hipermarketami.

W 1996 roku Izba Handlowa Londynu wydała raport na temat „Perspektyw niezależnego sektora handlu detalicznego”, w którym to przedstawiła optymalny udział małych i średnich przedsiębiorstw oraz super i hipermarketów na rynku brytyjskim.

W **Niemczech** budowę super i hipermarketów kontroluje znacznie rozbudowana i skomplikowana ustawa o zagospodarowaniu przestrzennym. Lokalne władze radzą sobie z tym problemem dość dobrze, każdy projekt budowy sklepu wielkopowierzchniowego jest poddawany publicznemu osądowi. W przypadkach newralgicznych władze lokalne kierują sprawę do oceny sądu. Poza tym Ograniczenia wprowadzone przez Federalny Kodeks Budownictwa, który to uniemożliwia budowę super i hipermarketów w miastach o liczbie mieszkańców nie przekraczającej 100.000. Można uzyskać zgodę na taką budowę na peryferiach, poza granicami miast. Komisja ds. Planowania Przestrzennego, w skład której wchodzi przedstawiciele interesów publicznych, mieszkańców sąsiednich regionów, przedstawiciele izb przemysłowo-handlowych, urzędu kontroli handlu, urzędu budowy dróg, ochrony środowiska, rozważa każdy projekt pod względem sprawiedliwego wyważenia interesów publicznych i prywatnych przedsiębiorstw. Przepisy regulujące zagospodarowanie przestrzenne skutecznie i efektywnie kontrolują budowę wszelkich wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. Wyznaczając strefy kraju w których budowa takich sklepów jest absolutnie niemożliwa a w innych rejonach wprowadzają takie utrudnienia, że tylko nieliczni inwestorzy decydują się na ich pokonanie.

W **Hiszpanii** ustawa z 1996 roku „w sprawie funkcjonowania handlu detalicznego” pozwala na budowę sklepów wielkopowierzchniowych o powierzchni powyżej 2500m² po uzyskaniu zezwolenia wydawanego przez 17 Regionów Autonomicznych. I chociaż ustawa nie precyzuje zasad trybu wydawania zezwoleń, to jednak daje władzom Autonomicznych Regionów na odmowę wydania takiego zezwolenia w przypadku zagrożenia funkcjonowania dotychczasowych jednostek handlowych.

W **Grecji** budowę obiektów wielkopowierzchniowych reguluje Ustawa dotycząca handlu rynkowego z 1995 roku. W celu wybudowania supermarketu wymagana jest licencja wydawana przez Radę Urzędu Wojewódzkiego, po uzyskaniu opinii komisji społeczno-gospodarczej i samorządu. Ze względu na specyfikę geograficzną kraju, powierzchnia sprzedaży obiektu handlowego, dla której potrzebna jest licencja jest uzależniona od wielkości wyspy i wynosi 200m², 650m², 2000m². Urząd wojewódzki podejmując decyzję o realizacji takiej budowy bierze pod uwagę:

- zgodność projektu z programem rozwoju regionu,
- jakość obsługi konsumentów, ceny, zaopatrzenie, dogodny dojazd środkami masowego transportu,
- skutki realizacji projektu dla ochrony środowiska naturalnego i kulturalnego rejonu, obciążenia ruchem pojazdów,
- wpływ na miejscowy rynek pracy.

W **Belgii** zgodę na budowę i rozbudowę obiektu handlowego podejmują władze lokalne. Ustawa z 1995 roku: o budowie i rozbudowie obiektów handlowych” stanowi instrument aktywnej polityki państwa w regulacjach powstawania dominacji sieci wielkopowierzchniowych na rynku. Obszar Belgii podzielono na dwie strefy, I – strefa o większym zurbanizowaniu terenu, strefa druga o mniejszym stopniu zurbanizowania. W

przypadku realizacji obiektów handlowych powyżej 400m² w strefie I i 1000m² w strefie II, do wydania zezwolenia na budowę obiektu handlowego wymagana jest opinia Komitetu Społeczno-Ekonomicznego - CSE. W skład takiego Komitetu wchodzi przedstawiciele Ministerstwa Gospodarki, Prac Publicznych, Rolnictwa, Pracy i Zatrudnienia oraz przedstawiciele danego regionu. Opinia taka uwzględnia następujące kryteria:

- interesy konsumentów,
- racjonalność rozmieszczenia sieci handlowej,
- zatrudnienia w danym regionie,
- wpływ projektowanej inwestycji dla istniejącego handlu i na jego rozwój, unowocześnienie i specjalizację centrów handlowych.

W Danii ustawa z 1992 roku zakazuje lokalizacji supermarketów poza granicami miejskimi, co wymagałoby tworzenia nowej infrastruktury. Jednocześnie ustawa ogranicza koncentrację sklepów w dużych centrach i określa maksymalną ich powierzchnię sprzedażową. Według regulacji dotyczących rozwoju handlu ustanowionych w „Planning Act” z 1997 roku^[2], każdy plan powinien:

- promować zróżnicowaną strukturę sklepów w małych i średnich miastach oraz w poszczególnych dzielnicach dużych miast,
- zapewniać dobry dostęp wszystkimi formami transportu, w tym szczególnie pieszym, rowerowym i publicznym, do obszarów przeznaczonych na cele handlowe,
- promować handel zrównoważony społecznie, co oznacza ograniczenie dystansu, jaki musi zostać pokonany, aby dostać się do sklepu,
- lokalizować obszary na cele handlowe w centralnej części miast, a w miastach dużych i Kopenhadze w centrach dzielnic.

Ustawa zobowiązuje do przygotowania planów regionalnych zawierających określenie granic obszarów objętych handlem w każdym mieście i dzielnicy, określenie całkowitej powierzchni gruntu przeznaczonego pod handel, oraz maksymalnej wielkości sklepów z przedmiotami powszechnego użytku i towarami specjalistycznymi.

Poza tym, każdy plan komunalny, wyznaczający miejsca (obszary) z przeznaczeniem pod handel, musi zawierać informacje dotyczące dostępności centrów handlowych dla konsumenta, przy wykorzystaniu różnych środków transportu a przede wszystkim informacje o celach zarządu miasta, jakie realizuje on przez ten plan. W planie przedstawia się również informacje na temat konkretnych projektów w małych i średnich miastach, oraz na terenach wiejskich, promujących sklepy różnej branży, wg społecznego zapotrzebowania.

Natomiast ustawa pozostawiła Ministrowi Środowiska możliwość zawetowania propozycji plany regionalnego w celu ochrony środowiska naturalnego.

We Włoszech wprowadzono ograniczenia w budowie wszelkich powierzchni handlowych. I tak w małych wioskach i miasteczkach do 10.000 mieszkańców bez pozwolenia można budować obiekty do 150m², w większych powyżej 10.000 mieszkańców – do 250m². Istnieją specjalne przepisy wprowadzone przez rząd Romano Prodiego w 1996 roku, dotyczące reformy handlu i budowy obiektów wielkopowierzchniowych o wielkości całkowitej powyżej 2500m².

Są to tylko wybrane kraje w których regulacje prawne powstawania obiektów wielkopowierzchniowych nie tylko istnieją, lecz i funkcjonują.

Stan rynku handlu i usług w Polsce na dzień 31 grudnia 2004 r

- Liczba podmiotów gospodarczych w sektorze handel i naprawy 1.189.174, ubyło **10.525** w stosunku do roku 2003.
- Tendencje spadkowe liczby podmiotów handlowych utrwały się w pierwszym półroczu br 2005, ubyło kolejnych 6095 podmiotów gospodarczych, przy czym ubyło **6395** podmiotów o zatrudnieniu od 0-9 osób.

- Liczba sklepów ogółem – **370.169**, ubyło w stosunku do 2003 roku aż **15.902** sklepy!!
- Liczba sklepów wielkopowierzchniowych o powierzchni sprzedażowej ponad 400m²- **4625**,
- w tym :
 - 477 sklepów o powierzchni ponad 2500m²,
 - 104 sklepy o powierzchni 2001-2500m²,
 - 955 sklepów o powierzchni od 1001-2000m² i
 - 4.060 sklepów o powierzchni 401 – 1000m².Poza tym mamy w Polsce **1845** sklepów o powierzchni 301-400m²,
3306 sklepów o powierzchni 201-300m²,
8912 sklepów o powierzchni 101-200m².

Nie można zatem twierdzić, iż w Polsce mamy za mało powierzchni handlowej, ani ogółem ani też tej powierzchni nowoczesnej, zmodernizowanej. Nie można twierdzić (jak to często mylnie powtarzają media), iż w Polsce jest za mały wskaźnik nasycenia w powierzchni handlowe. W 2003 roku biorąc pod uwagę powierzchnie w sklepach i punktach sprzedaży na targowiskach , wskaźnik ten szacowano na **1150m²** na 1000mieszkańców, przy **1280 m²** w Szwajcarii, czy też średnio w UE 1350m² lub w USA 1740m².

„Marsz“ hipermarketów w kierunku słabych, bezbronnych rynków.

- Pierwsze hipermarkety powstawały w latach 1930 w **USA**,
- Francja, w latach 60-tych stała się naturalnym poligonem rozwoju tego typu formy handlu,
- Rozwój hipermarketów nie ma nic wspólnego z **nieuchronnym zjawiskiem ekonomicznym**,
- Rozwój tzw. nowoczesnej formy handlu to **swoisty „marsz“ hipermarketów na rynki słabe**,

Dlaczego jest to zdecydowany „marsz“ hipermarketów a nie nieuchronne zjawisko ekonomiczne?

- hipermarkety zdobyły dominującą rolę w **Niemczech**, częściowo w krajach Beneluxu i już w mniejszym stopniu w Szwajcarii,
- W latach 80-tych dotarły do Grecji, Portugalii i Hiszpanii,
- W latach 80 opanowały rynek **Wielkiej Brytanii**,
- w latach 90 ekspansja hipermarketów dotarła do **Włoch**. Silne lobby handlowców stawiało skuteczny opór i ograniczyło rozwój tej formy handlu,
- **Norwegia zakazała budowy hipermarketów zagranicznych na swoim terenie!!!!**

- W latach 90 kandydat na Prezydenta Francji Chirac zatrzymanie ekspansji hipermarketów potraktował jako swoją obietnicę wyborczą i słowa dotrzymał. Będąc już Prezydentem Francji wprowadził radykalne ustawodawstwo, ograniczające dalszy rozwój tej formy handlu,
- Niestety decyzje te wprowadzono za późno, z 498 tysięcy sklepów we Francji pozostało 97 tysięcy, reszta 401 tysięcy zbankrutowała.
- Według badań francuskich ekonomistów jeden hipermarket jest w stanie obsłużyć populację 50tysieczną,
- Ekspansja hipermarketów spowodowała upadek drobnego i średniego przemysłu rolno-spożywczego, dla którego kanałem dystrybucji produkowanych towarów był lokalny handel.
- **Dochody gmin spadły o około 33% z tytułu utraty wpływów z podatków lokalnych i dzierżawy lokali handlowych.**
- Hipermarkety stosowały wobec producentów szereg praktyk wymuszania dodatkowych opłat, żądały opłat za wejście do sieci, narzucały odległe terminy płatności, zmuszały dostawców do ponoszenia kosztów druków reklamowych, itd. We Francji, Prezydent Chirac narzucił dekretem krótkie terminy płatności i zakazał monopolistycznych działań wielkich sieci wobec dostawców.
- W krótkim okresie czasu i konsumenci zorientowali się, iż w miarę przejmowania rynku przez hipermarkety jakość towarów systematycznie spadała. Producenci zmuszani do coraz to niższych cen, szukali ratunku w obniżeniu jakości, a wielkie zakłady oferowały żywność nafaszerowaną konserwantami i chemią, pogarszając znacznie jej smak.
- Po przejściu rynku przez hipermarkety, ceny zaczęły wracać do normy, skończyły się nadzwyczajne promocje ***i bzdury plecione przez polityków i media o antyinflacyjnej roli hipermarketów***, o obniżenie kosztów utrzymania emerytów i bezrobotnych.

Ta forma handlu tak wiele złego zrobiła w gospodarkach krajów Europy, iż prawie wszystkie kraje, których dotknęło to zjawisko, wprowadziły ustawy anty-hipermarketowe.

Od drakońskich limitów powierzchni dla nowo otwieranych placówek (tak jak w niektórych miejscach Francji nawet nie przekraczające 100m², czy też w Grecji, w Portugalii 300 i 400m²).

Jaka powinna być polityka polskiego rządu i samorządów do polskich przemian w handlu??? Odpowiedź jest tylko jedna. Równomierny rozwój w imię sprawiedliwości gospodarczej.

Projekt nie jest sprzeczny z prawem Unii Europejskiej, oraz nie wnosi skutków dla obciążeń budżetu państwa.

Uchwalenie tego projektu będzie miało pozytywny wpływ na rozwój małych i średnich przedsiębiorstw czyli na rozwój lokalnego rynku pracy.



Warszawa, 14 grudnia 2004 roku

Pan
Marek Jurek
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Opinia
w sprawie zgodności poselskiego projektu ustawy o
wielkopowierzchniowych obiektach handlowych z prawem Unii
Europejskiej

Na podstawie art. 34 ust. 9 uchwały Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 30 lipca 1992 roku – Regulamin Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej (tekst jednolity: Monitor Polski z 2002 r., Nr 23, poz. 398 z późn. zm.) sporządza się następującą opinię:

1. Przedmiot projektu ustawy

Projekt zawiera przepisy określające zasady i tryb wydawania zezwoleń na utworzenie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. Projekt zmierza również do zmiany:

- 1) ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Nr 80, poz. 717 ze zm.),
oraz
- 2) ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r., Nr 207, poz. 2016 ze zm.).

W myśl art. 14 projektu, ustawa ma wejść w życie po upływie 30 dni od dnia ogłoszenia jej tekstu w Dzienniku Ustaw.

2. Stan prawa wspólnotowego w materii objętej projektem

Podstawę oceny postanowień opiniowanego przedłożenia stanowią art. 43 i n. Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (dalej: TWE). Powołane przepisy dotyczą jednej z podstawowych zasad prawa wspólnotowego, tj. zasady swobody przedsiębiorczości. Zgodnie z jej brzmieniem, wszelkie ograniczenia swobody przedsiębiorczości dotyczące obywateli jednego państwa członkowskiego na terytorium innego państwa członkowskiego są – w ramach określonych przez odpowiednie postanowienia TWE – niedopuszczalne.

Zasada swobody przedsiębiorczości gwarantowana jest przez zakaz jej ograniczania. Zakaz ten obejmuje, w szczególności, wprowadzanie ograniczeń w prowadzeniu przez obywateli jednego państwa członkowskiego działań polegających na zakładaniu lub przenoszeniu przedsiębiorstwa oraz tworzeniu jego agencji, oddziałów lub filii na terytorium innego państwa członkowskiego. Swoboda przedsiębiorczości dotyczy – w myśl przepisów TWE - zarówno podejmowania działalności prowadzonej na własny rachunek, jak i zakładania oraz zarządzania przedsiębiorstwami (...) na warunkach określonych przez ustawodawstwo państwa przyjmującego dla własnych obywateli. Obowiązuje zatem standard traktowania narodowego (art. 43 TWE akapit drugi). W tym sensie do treści powołanej zasady należy zakaz dyskryminacji, który oznacza m.in. zakaz wprowadzania do porządku krajowego państw członkowskich przepisów prawnych, które różnicują sytuacją prawną podmiotów występujących na rynku w oparciu o kryterium przynależności państwowej. Wyjątki od tego zakazu zostały wskazane w art. 45 TWE (działalność jest związana, choćby przejściowo, z wykonywaniem władzy publicznej) oraz w art. 46 TWE (dyskryminacyjne działania państwa członkowskiego uzasadnione są względami porządku publicznego, bezpieczeństwa publicznego lub zdrowia publicznego). Moc obowiązująca zakazu dyskryminacji rozciąga się zarówno na przypadki dyskryminacji jawnej (przepisy prawa zawierają postanowienia różnicujące sytuację prawną podmiotów w zależności od ich przynależności państwowej), jak i przypadki dyskryminacji ukrytej (ograniczenia, które nie odnoszą się wprost do kryteriów przynależności państwowej, ale dotyczą wyłącznie lub w większości cudzoziemców i nie są uzasadnione merytorycznie). Należy podkreślić, że, zgodnie z orzecznictwem Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości, skuteczność wspólnotowej ochrony swobody przedsiębiorczości, której podstawowym instrumentem jest art. 43 TWE, rozciąga się również na sytuacje, kiedy przepisy krajowe utrudniają podejmowanie działalności gospodarczej lub czynią ją mniej atrakcyjną. Krajowe regulacje utrudniające korzystanie ze swobód gospodarczych muszą spełniać dodatkowe warunki - oprócz samego przestrzegania zakazu niedyskryminacji. Trybunał wymaga, żeby podjęte przez państwo członkowskie środki prawne były uzasadnione „istotnymi przyczynami interesu ogólnego” oraz żeby zachowywały proporcjonalność w stosunku do ich celu, nie

wykraczając poza to, co jest niezbędne dla jego osiągnięcia. Interes ogólny, w rozumieniu ETS, nie może mieć przy tym charakteru interesu gospodarczego i nie może stanowić uzasadnienia ochrony krajowych podmiotów przed obcą konkurencją (por. sprawa C-19/92 *Kraus* [1993] ECR I – 1663; sprawa C-55/94 *Gebhard* [1995] ECR – 4165; por. także A. Cieśliński, *Wspólnotowe prawo gospodarcze*, Warszawa 2003, s. 191 i 204).

W świetle powyższych uwag należy stwierdzić, że w przypadku wątpliwości dotyczących niedyskryminacyjnego charakteru danej regulacji krajowej, konieczne jest, po pierwsze, skonfrontowanie jej postanowień z wyjątkami określonymi w art. 45 i 46 TWE, po drugie, zbadanie uzasadnienia faktu ich wprowadzenia powołaniem się na istotne przyczyny interesu ogólnego oraz, po trzecie, przeprowadzenie testu ich zgodności z zasadą proporcjonalności w rozumieniu orzecznictwa ETS. Wyłącznie pozytywne rozstrzygnięcie tych wątpliwości może stanowić podstawę uznania danej regulacji krajowej za zgodną ze wspólnotową zasadą swobody przedsiębiorczości.

3. Traktat podpisany w Atenach w dniu 16 kwietnia 2003 roku dotyczący przystąpienia Republiki Czeskiej, Republiki Estońskiej, Republiki Cypryjskiej, Republiki Łotewskiej, Republiki Litewskiej, Republiki Węgierskiej, Republiki Malty, Rzeczypospolitej Polskiej, Republiki Słowenii i Republiki Słowackiej do Unii Europejskiej (Dz. U. z 2004 r., Nr 90, poz. 864, dalej: Traktat Akcesyjny)

Traktat Akcesyjny nie przewiduje żadnych okresów przejściowych w materiałach objętych regulacją projektu ustawy o wielkopowierzchniowych obiektach handlowych. W związku z tym stosuje się do nich ogólne postanowienia TWE.

4. Analiza przepisów projektu pod kątem ustalonego stanu prawa wspólnotowego.

Projekt nie zawiera przepisów naruszających wprost zasadę niedyskryminacji. Żadne z postanowień projektu nie różnicuje w sposób wyraźny sytuacji prawnej podmiotów objętych jego regulacją w zależności od ich przynależności państwowej. W tym sensie projekt jest formalnie zgodny z art. 43 TWE.

Z drugiej jednak strony, projektowana regulacja zmierza do ustanowienia szczególnego reżimu prawnego odnoszącego się do określonej grupy podmiotów gospodarczych występujących na polskim rynku, tj. przedsiębiorstw prowadzących działalność w oparciu o „wielkopowierzchniowe obiekty handlowe”. Zakładanie i gospodarcze korzystanie z obiektów tego typu wiąże się, w myśl założeń projektu, z szeregiem ograniczeń o charakterze administracyjnym (zezwolenia, opłaty itp.). Ograniczenia te zmierzają do wzmocnienia pozycji rynkowej konkurencyjnych przedsiębiorców – w tym sensie w sposób znaczący oddziałują na rynek.

Co do zasady, reglamentacja funkcjonowania rynku w poszczególnych państwach członkowskich nie jest sprzeczna z porządkiem prawnym UE. Jednak w sytuacji, gdyby analiza struktury własnościowej wielkopowierzchniowych obiektów handlowych wykazała, że w dużej części należą one do podmiotów zagranicznych, wówczas istniałyby podstawy do stwierdzenia naruszenia przez projekt zasady swobody przedsiębiorczości (przypadek dyskryminacji ukrytej). Należy wskazać, że ETS uznaje za dowód dyskryminacji już to, że statystycznie środek krajowy dotyczy większej liczby cudzoziemców z UE niż krajowców. Rzeczą danego państwa członkowskiego jest wówczas udowodnić, że selektywnie stosowane kryteria znajdują uzasadnienie w obiektywnych okolicznościach, nie związanych z przynależnością państwową lub miejscem zamieszkania (kryterium interesu ogólnego oraz proporcjonalności). W przypadku stwierdzenia dyskryminacji środek krajowy może zostać uzasadniony wyłącznie w oparciu o kryteria wymienione w 46 TWE, a więc ze względu na porządek publiczny, bezpieczeństwo publiczne oraz ochronę zdrowia publicznego. W przypadku ograniczeń przewidzianych w projekcie kryteria te z pewnością nie znajdą zastosowania. Istnieją również poważne obawy co do możliwości uzasadnienia ich wprowadzenia powołaniem się na istotne przyczyny interesu ogólnego. Należy zauważyć, że ograniczenia te służą ochronie interesów gospodarczych określonej kategorii podmiotów.

Powyższe ustalenia prowadzą do wniosku, że w sytuacji, gdy zostanie wykazane, iż przepisy projektu odnoszą się w rzeczywistości przede wszystkim do przedsiębiorców pochodzących z innych państw członkowskich, możliwe będzie zakwestionowanie ich zgodności z art. 43 TWE.

5. Konkluzje

Projekt ustawy o wielkopowierzchniowych obiektach handlowych zawiera postanowienia objęte prawem wspólnotowym. Formalnie postanowienia projektu nie są sprzeczne z prawem UE.

W przypadku wykazania w badaniach empirycznych, że przewidziane w projekcie ograniczenia swobody przedsiębiorczości skierowane są przede wszystkim pod adresem podmiotów pochodzących z innych państw UE, istnieje możliwość zakwestionowania ich zgodności z art. 43 TWE.

Opracował: Zespół Prawa Europejskiego

Akceptował: Dyrektor Biura Studiów i Ekspertyz

Wiesław Staśkiewicz

Deskryptory bazy Rex: handel, Unia Europejska, poselski projekt ustawy



Biuro Studiów i Ekspertyz

BSE-WEP-376/05

038987

Warszawa, dnia 14 grudnia 2005 roku

Pan
Marek Jurek
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Opinia
w sprawie stwierdzenia, czy poselski projekt ustawy o
wielkopowierzchniowych obiektach handlowych jest projektem ustawy
wykonującej prawo Unii Europejskiej

Projekt zawiera przepisy określające zasady i tryb wydawania zezwoleń na utworzenie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. Projekt nie zawiera przepisów mających na celu wykonanie prawa Unii Europejskiej.

Projekt nie jest projektem ustawy wykonującej prawo Unii Europejskiej.

Opracował: Zespół Prawa Europejskiego

Akceptował: Dyrektor Biura Studiów i Ekspertyz

Wiesław Staśkiewicz

Deskryptory bazy REX: Unia Europejska, poselski projekt ustawy, handel

BIURO STUDIÓW I EKSPERTYZ KANCELARII SEJMU
00-441 Warszawa, ul. Zagórną 3 tel. 621 09 71, 694 17 27, fax 694 18 65

Niniejszy tekst jest wyłącznie opinią, sporządzoną w Biurze Studiów i Ekspertyz Kancelarii Sejmu, na użytek wewnętrzny w Sejmie i Kancelarii Sejmu; nie stanowi obowiązującej wykładni prawa.