



Pomoc na te same rynki geograficzne

Problem - przykładowe pytania:

- a) Czy jeśli przedsiębiorstwo do tej pory eksportowało do danego kraju tylko kilka swoich produktów, a odbiorcą był tylko jeden klient, to czy można stosować do tego kraju jeszcze wyrażenie "nowy rynek" i aplikować w ramach konkursu 1.2 POPW?
- b) Dana firma realizowała już projekt sfinansowany ze środków publicznych, który dotyczył procesów internacjonalizacji. Tematem projektu był eksport określonej grupy produktów na rynek niemiecki. W ramach działania 1.2. Internacjonalizacja MŚP firma zmierza wyjść ponownie na rynek niemiecki, jednak z całkowicie odmiennym asortymentem. Czy można uzyskać dofinansowanie na ponowne wejście na dany rynek, jednak z całkowicie innym asortymentem?
- c) Czy jeśli firma produkuje telefony i sprzedaje np. na rynek niemiecki model A i wprowadza na rynek nowy asortyment - model B, to czy może uzyskać dofinansowanie na wprowadzenie modelu B na rynek niemiecki? Czy nowy model danego produktu będzie spełniał przesłankę nowego produktu?

Odpowiedź:

We wstępie należy doprecyzować, że dozwolona pomoc może dotyczyć kosztów badań lub usług doradczych potrzebnych do wprowadzenia produktu na rynek, a nie kosztów wprowadzenia produktu na rynek czy wejścia na rynek.

Interpretując frazę „potrzebnych do wprowadzenia nowego lub już istniejącego produktu na nowy rynek”, zasadnicze znaczenie ma "nowy rynek", na który można wprowadzać bądź nowy produkt (nowy dla przedsiębiorcy, jeszcze go nie oferował na żadnym rynku), bądź istniejący produkt (np. przedsiębiorca oferuje go na rynku polskim) na np. rynek niemiecki (nowy rynek, na którym przedsiębiorca dotychczas nie funkcjonował).

Pojęcie „nowego produktu” nie zostało zdefiniowane w kontekście niedozwolonej pomocy wywozowej. Zgodnie ze stanowiskiem KE, pomoc nie powinna być udzielana w odniesieniu do rynków zagranicznych, na których dane przedsiębiorstwo jest aktywne.

Nowy rynek nie zawsze musi mieć wymiar geograficzny - w interpretacji KE jest mowa o "rynkach zagranicznych, na których dane przedsiębiorstwo jest aktywne". Zatem, gdyby polski producent telefonów, obecny na niemieckim rynku telefonów, chciał zbadać niemiecki rynek sprzętu sportowego, to nie ma podstaw, żeby go z pomocy wykluczyć (przedsiębiorca ocenia swoje możliwości wejścia na nowy rynek, na którym nie jest aktywny z nowym produktem).

Niedozwolone jest udzielanie pomocy na działalność związaną z wywozem do państw trzecich lub państw członkowskich, tzn. pomocy bezpośrednio związanej z ilością wywożonych produktów, tworzeniem i prowadzeniem sieci dystrybucyjnej lub innymi wydatkami bieżącymi związanymi z prowadzeniem działalności wywozowej.

W związku z powyższym dozwolone mogłoby być dofinansowanie kosztów badań lub usług doradczych potrzebnych do wprowadzenia nowego produktu na rynek innego państwa, gdzie produkt ten nie jest jeszcze sprzedawany (niezależnie od tego, czy dana firma sprzedaje już na tym rynku inny produkt), o ile planowany do wprowadzenia (nowy) produkt jest na tyle odmienny, że należy do osobnego rynku produktowego oraz planowane badania / usługi doradcze faktycznie będą służyły wyłącznie przygotowaniu do wprowadzenia nowego produktu.

Jeżeli obydwa produkty są na tyle podobne i należą do tego samego rynku produktowego lub są komplementarne względem siebie, badania/usługi doradcze będą również służyły już oferowanemu na danym rynku produktowi (i mogą mieć wpływ na zwiększenie jego sprzedaży) – wówczas działalność taka będzie związana z wywozem i udzielenie pomocy będzie niedozwolone.

W rozeznaniu, kiedy mamy do czynienia z tym samym rynkiem produktowym, pomocne mogą być definicje rynku właściwego i rynków pokrewnych z unijnego prawa konkurencji, ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz definicje produktów substytucyjnych oraz komplementarnych.

Zgodnie z obwieszczeniem Komisji w sprawie definicji rynku właściwego do celów wspólnotowego prawa konkurencji (97/C 372/03), definiując rynek właściwy bierze się pod uwagę zarówno rynek w wymiarze asortymentowym, jak i wymiarze geograficznym. Właściwy rynek asortymentowy składa się z wszystkich tych produktów i/lub usług, które uważane są za zamienne lub za substytuty przez konsumenta, ze względu na właściwości produktów, ich ceny i ich zamierzone stosowanie.

W uproszczeniu, rynek właściwy produktowo obejmuje wszystkie towary lub usługi, które służą zaspokajaniu tych samych potrzeb tej samej grupy nabywców (grupy docelowych odbiorców).

Przełożenie na praktykę oceny wniosków i udzielania dofinansowania w Działaniu 1.2 POPW

W praktyce oceny wniosków i udzielania dofinansowania w ramach działania 1.2 POPW, w przypadku, gdy wnioskodawca poza wymaganym przynajmniej jednym nowym rynkiem zagranicznym, zakłada wejście z nowym produktem na rynki, na których jest już aktywny z innymi produktami, będzie każdorazowo badane, czy nowy produkt należy do tego samego rynku produktowego (rynku właściwego / pokrewnego), tj. czy stanowi produkt substytucyjny lub komplementarny.

Jeżeli nowy produkt planowany do wprowadzenia na dotychczasowe rynki zagraniczne danego przedsiębiorstwa jest produktem substytucyjnym lub komplementarnym, wówczas można domniemywać, że udzielenie pomocy na pokrycie kosztów badań lub usług doradczych związanych z wprowadzeniem tego produktu na ten rynek zagraniczny stanowić może niedozwoloną pomoc wywozową (gdyż może służyć także zwiększeniu sprzedaży dotychczas oferowanego produktu tego przedsiębiorstwa).