

**Oświadczenie złożone
przez senatora Jarosława Obremskiego
na 10. posiedzeniu Senatu
w dniu 26 kwietnia 2012 r.**

Oświadczenie skierowane do ministra finansów Jana Vincenta-Rostowskiego

Szanowny Panie Ministrze!

W ostatnim czasie zwróciła się do mnie grupa obywateli z prośbą o interwencję, o zwrócenie się do Pana Ministra w pewnej sprawie.

Często powtarzany, a niemożliwy do sprawdzenia bez dostępu do informacji niejawnych, jest mit, jakoby zagraniczne sieci handlowe, mimo generowanego w Polsce olbrzymiego obrotu, nie wykazywały zysku, a co za tym idzie, nie odprowadzały do naszego budżetu podatku dochodowego. Mowa o kwotach niemałych, gdyż sieci, o których piszę, według tygodnika „Polityka” pod względem przychodu ze sprzedaży zajmują aż cztery miejsca na liście dwudziestu największych firm. Są to odpowiednio: Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. („Biedronka”) – 25 miliardów zł przychodu ze sprzedaży; Metro Group („Makro”, „Real”, „Saturn”, „Media Markt”) – 17 miliardów zł; Tesco – 12 miliardów zł; Eurocash – 9 miliardów zł; za nimi są Carrefour i Auchan z przychodami 8 miliardów zł i 6 miliardów zł.

Niepokój osób, które prosiły mnie o interwencję, budzi fakt, że wszystkie te firmy obszernie chwala się obrotami i przychodami, dochody utrzymują jednak w ścisłej tajemnicy (co jest oczywiście ich prawem). Pogłoski, których nie można sprawdzić bez dostępu do tajemnic urzędów skarbowych, mówią, jakoby sieci te wyprowadzały z Polski kapitał metodą znaną od czasów kolonialnych i właśnie w krajach kolonialnych stosowaną: płacąc swym zagranicznym spółkom właścicielom za prawo do korzystania z logo lub marki kwoty, które sprowadzają zysk polskich spółek córek prawie do zera. Próby szacowania utraconych przez budżet państwa wpływów wskazują na kwoty przewyższające na przykład niedawny podatek nałożony na KGHM.

Czy Pan Minister, mając do dyspozycji służby i urzędy skarbowe, zna dochody wymienionych przedsiębiorstw, a także innych dużych zachodnich sieci handlowych i paliwowych, i jest w stanie uspokoić wnioskodawców oświadczenia, że są one proporcjonalne do przychodów i obrotów?

Czy znając opisany przeze mnie mechanizm wyprowadzania pieniędzy z Polski, rozważał Pan Minister skreślenie kosztów korzystania z logo i marki z listy kosztów podatkowych (jako drugorzędnych przy osiągnięciu zysku, zwłaszcza przez duże i tanie sieci handlowe)?

Z poważaniem
Jarosław Obremski