

Jerzy Polaczek

Poseł na Sejm RP

Piekary Śląskie, 14 marca 2011r.

Pan Donald Tusk

Prezes Rady Ministrów

### **Interpelacja Poselska**

#### **w sprawie wykonywania nadzoru właścicielskiego przez Skarb Państwa w związku z praktykami Zarządu Polskich Linii Lotniczych LOT S.A.**

Szanowny Panie Premierze,

Zwracam się z wnioskiem o udzielenie odpowiedzi w sprawie praktyk Zarządu PLL LOT S.A.:

1. Dotyczących powierzenia kluczowych obszarów zarządzania Spółką prokurentom, w miejsce członków Zarządu. Czy ta decyzja jest zaakceptowana przez Rząd Rzeczypospolitej Polskiej? Jak się Pana rząd ustosunkuje do zarzutu, iż jest to sposób obchodzenia prawa handlowego oraz tak zwanej ustawy „kominowej” przez prezesa Zarządu tej spółki Skarbu Państwa? Czy jest to jednostkowy przypadek w spółkach Skarbu Państwa, czy sposób na nagminne łamanie prawa, przez wyznaczonych przez Rząd prezesów Zarządu spółek Skarbu Państwa? Zatrudnienie prokurentów z kompetencjami członków Zarządu jest jaskrawym pogwałceniem standardów corporate governance i przepisów tzw. „ustawy kominowej”. Sposób obejścia przepisów tej ostatniej ustawy jest całkowitym zaprzeczeniem jakichkolwiek cywilizowanych standardów. Proszę o poinformowanie czy i jakie zostały wyciągnięte konsekwencje wobec osób winnych tego naruszenia prawa?

Proszę także uzasadnić konieczność utajnienia kontraktów wyżej wymienionych prokurentów, do których to kontraktów ma dostęp wyłącznie Prezes Zarządu, choć praktykowanym powszechnie standardem korporacyjnym jest dostępność tych dokumentów dla całej Rady Nadzorczej.

Pozwalam sobie załączyć do powyższej interpelacji kopię e-maila rozesłanego w PLL LOT S.A. zawierającego informację o nowej „strukturze organizacyjnej”.

2. Kolejną równie ważną kwestią jest wyjaśnienie celowości przeprowadzania „akcji promocyjnych” przez PLL LOT S.A. oraz utrzymywania „promocyjnych cen” w taryfie „PROMO-LOT”, nieprzynoszących żadnych efektów tak „PR-owych” jak i finansowych.

Skalkulowanie cen poniżej jakiegokolwiek progu opłacalności na określone połączenia, dzięki czemu takie połączenia są jednocześnie promowane, skutkuje rosnącą liczbą odwoływanych połączeń, gdyż opłacalne jest kupienie biletu lotniczego „na wszelki wypadek”, przez co powiększyła się w sposób absurdalny liczba niepojawiających się pasażerów. Oznacza to, iż PLL LOT S.A. albo musi prowadzić sprzedaż nadwyżkowej liczby biletów (tzw. „overallotment”), co stwarza wysokie ryzyko płacenia wysokich odszkodowań na rzecz osób, które nie „załapały się” na samolot ze względu na sprzedanie większej liczby biletów (i pojawienie się wszystkich pasażerów) niż miejsc w samolocie. Moje pytanie o zasadność takich działań jest podyktowane ilością odwoływanych przez PLL LOT S.A. połączeń. Tylko w dniu 21 lutego, przy dobrych warunkach pogodowych, odwołane było 31 lotów – z czym wiąże się konieczność zapewnienia alternatywnych połączeń, z reguły samolotami konkurencyjnych przewoźników – na koszt PLL LOT S.A. Czy powyższa „strategia marketingowa” ma za zadanie upadłość, czy tylko likwidację Polskich Linii Lotniczych LOT S.A.? Odnoszę nieodparte wrażenie, iż takie działania nie mają na celu „promowania” wybranych połączeń, natomiast skutkują zlecaniem ich realizacji innym przewoźnikom w tym jak wskazują dane głównie Lufthansie.

W związku z tym proszę o udzielenie informacji uwzględniającej:

- a) Ogólną liczbę sprzedanych biletów „PROMO-LOT” i na jakich trasach one zostały sprzedane;
- b) Jaki był skutek dla wysokości przychodu na przewiezionego pasażera,
- c) Ile kosztowały PLL LOT alternatywne sposoby dowiezienia pasażerów, posiadających bilety sprzedanych w cenie „PROMO-LOT”, do portów docelowych w przypadku odwołania połączenia lub opóźnienia;
- d) Ilu pasażerów, którzy wykupili bilety w cenie „PROMO-LOT” nie pojawiło się na rejsach, na które zostały sprzedane wszystkie oferowane miejsca.
- e) Koszty jakie poniosło PLL LOT z tytułu odszkodowania za nieprzyjęcie pasażera na pokład w samolotach objętych promocją „PROMO-LOT”

Jeżeli jest to tajemnica przedsiębiorstwa, gotów jestem zapoznać się z tymi informacjami w sposób zapewniający poufność ich udostępnienia. Informacja ta nie daje pełnej informacji o stratach poniesionych przez LOT w wyniku prowadzenia

całkowicie bezsensownej polityki sprzedażowej, gdyż nie obejmuje utraconych pasażerów, którzy nie nabyli biletów w wyższej taryfie ze względu na całkowite wypełnienie samolotu.

3. Każda firma która chce sprzedać swój produkt, opracowuje i przeprowadza akcje promocyjne, które mają za zadanie zmaksymalizowanie sprzedaży jej produktów i usług. Czy w tym kontekście Pana zdaniem fragment kampanii promocyjnej narodowego przewoźnika, w sposób bezpośredni kojarzonego za granicą z Polską i opłaconej przez niego, w której reklamuje się „młoda” Polskę jako kraj sztuki, butikowych hoteli i seksturystyki jest rozwiązaniem właściwym i przysłuży się firmie (przekazuję wydruk reklamy PLL LOT S.A. na niemieckim portalu MERIAN.de)? Czy ten kontekst reklamy przylotów do Polski, na który z kasy PLL LOT S.A. wydano prawie 20 tys. euro jest zgodny z wizją działalności narodowego przewoźnika akceptowaną przez Pański Rząd?

Nie wiem, czy w jakichkolwiek kategoriach moralnych, biznesowych można uznać wydanie pieniędzy przez PLL LOT S.A. na reklamę Polski w tym kontekście za dopuszczalną. Dlatego proszę o udzielenie odpowiedzi na pytanie czy i jakie konsekwencje zostały wyciągnięte wobec członków Zarządu, którzy odpowiadają za dopuszczenie do tego skandalu.

4. Jako przykład rozkładu biznesu w PLL LOT S.A. i tego, że także w PLL LOT S.A. jako winnego wskazuje się Rząd Rzeczypospolitej Polskiej, pozwalam sobie załączyć korespondencję e-mail’ową pomiędzy Spółką a jej niedoszłym klientem, który chciał wyczarterować samolot do Zjednoczonych Emiratów Arabskich dla grupy około piętnastu biznesmenów i został .... odesłany do Lufthansy. E-mail został wysłany do wiadomości dość szerokiego grona osób. Argumentem miał być brak samolotów – czyli winnym jest Pański rząd, który lata wyczarterowanymi od PLL LOT samolotami, a LOT nie ma czym latać...

Z poważaniem

Jerzy Polaczek

Posel na Sejm RP

Załączniki:

- 1.E-mail dot. struktury organizacyjnej i uprawnień prokurentów
- 2.Wydruk strony niemieckiego portalu z reklamą PLL LOT S.A.
- 3.Korespondencja e-mail’owa dot. wyczarterowania samolotu ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich do Polski.