**Obchodní řetězce zneužívají svého postavení vůči českým dodavatelům. Doplácejí na to i spotřebitelé.**

**Praha, 25. června 2015 - Obchodní řetězce se dnes chlubí vším českým, ke svým českým dodavatelům se však chovají neeticky. Podle výzkumu nevládní organizace Ekumenická akademie se řetězce na českém trhu těší tak významnému postavení, že si mohou diktovat téměř jakékoli podmínky. Dodavatelé se jim téměř vždy podřídí, někdy i za cenu toho, že své zboží prodávají s minimálním nebo nulovým ziskem. Současné legislativní nastavení navíc dodavatele dostatečně nechrání. Tento trend zásadně ovlivňuje udržitelnost produkce potravin a jejich kvalitu.**

Z výzkumu Ekumenické akademie vyplývá, že mnohé dodavatelské firmy jsou na řetězcích silně závislé. Prodej prostřednictvím řetězců je zásadní pro to, aby na trhu vůbec přežily. Pro 85 % českých domácností jsou totiž supermarkety hlavním místem nákupu potravin.

**Obchodní řetězce ve velké míře využívají nerovného postavení vůči svým dodavatelům.** To se projevuje na způsobu vyjednávání smluv, vynucování poplatků nebo tlakem na nižší ceny. Dodavatelé nemají možnost ovlivnit znění smluv, ty jsou často jednostranně výhodné pouze pro řetězce.

Řetězce přenášejí na dodavatelské firmy svá obchodní rizika (např. špatné naplánování objemu potravin pro promo akci) a své náklady (marketingový vývoj nových obalů pro privátní značku, stroje na výrobu obalů, propagace výrobků).

Supermarkety požadují stále vyšší bonusy, které dodavatelé platí, aniž by věděli, za co jsou, a aniž by jim byla za ně poskytnuta jakákoli protihodnota či benefit. Velkým problémem jsou i vysoké marže obchodních řetězců, které zkreslují představu zákazníků o reálné ceně zboží.

*„Podle některých výrobců je kvůli tlaku firem nutné sahat i po méně kvalitních surovinách, především v oblasti nebalených a pultových potravin. Na maloobchodním trhu je také stále méně firem, přežijí jen ty velké. V konečném důsledku se tak můžeme kvůli praktikám obchodníků dočkat vyšších cen a mnohem menší rozmanitosti produktů,“* komentuje Barbora Mrázková z Ekumenické akademie.

Z výzkumu vyplývá, že český maloobchodní trh je velmi nepřátelský vůči malým a středním firmám a stále více se koncentruje okolo velkých hráčů. Kvůli nízkým výkupním cenám, ztrátám při neodebrání zboží, bonusům, zpětným platbám či pokutám není mnoho firem schopno generovat žádný zisk, popřípadě svoje zboží dotují. *„Je potřeba, aby situaci dodavatelů řešila celoevropská pravidla, výrobci potravin by měli mít možnost anonymně si stěžovat a najít zastání. Regulace by se také měla týkat nejen evropských farmářů, ale například i pěstitelů kakaa, kávy nebo exotického ovoce z tzv. rozvojových zemí,“* říká Barbora Mrázková.

**Kontakty:**

Barbora Mrázková

barbora.mrazkova@ekumakad.cz, + 420 777 560 609

Jan Šturma

jan.sturma@ekumakad.cz, +420 605 296 213

**Další informace:**

**O výzkumu:**

Nevládní organizace Ekumenická akademie ve svém unikátním výzkumu zjišťovala, jak se obchodní řetězce chovají ke svým dodavatelům, a jak toto chování ovlivňuje udržitelnost produkce potravin.

Výzkum je v Evropě ojedinělý, protože většina podobných snah spotřebitelských organizací ztroskotala na strachu dodavatelských firem promluvit o neférových praktikách. Ekumenické akademii se podařilo se překonat tzv. **klima strachu** (*climate of fear*) panující mezi dodavateli. *“Pro drtivou většinu byl obrovský risk se s námi setkat a neustále opakovali, že se potkávají jen díky slíbené anonymitě. Informace sdílené s námi pro ně mají existenciální charakter. Mnozí, ačkoliv velice silně cítili potřebu se potkat a promluvit o nekalých praktikách, nakonec setkání odřekli - jednoduše se báli,”* uvádí Tomáš Uhnák z Ekumenické akademie.

Výzkum **vychází metodologicky** ze studií mezinárodního svazu Consumers International (sdružuje 240 spotřebitelských organizací ze 120 zemí) a nizozemské organizace SOMO - Centre for Research on Multinational Corporations.

Během výzkumu bylo osloveno na 230 firem, z nichž více než 30 souhlasilo s hloubkovým rozhovorem s podmínkou zachování naprosté anonymity.

S prosbou o vyplnění dotazníku byly osloveny i obchodní řetězce, na výzkumu se rozhodl aktivně participovat jediný.

Výzkum proběhl v rámci kampaně Volím fair trade ([www.volimfairtrade.cz](http://www.volimfairtrade.cz/)) a projektu Devět miliard u jednoho stolu.

Koalice 19 organizací z Evropy, Ekvádoru, Kolumbie a Návětrných ostrovů spustila 16.6.2015 petici požadující regulaci neférových obchodních praktik na evropské úrovni. Ta by měla vyjít z principů fungujících ve Velké Británii a vztahovat se i na mimoevropské dodavatele. V roce 2013 podpořilo obdobnou petici 40 000 evropských spotřebitelů.

**O Ekumenické akademii:**

Ekumenická akademie (EA) je nevládní nezisková organizace, která se zabývá vzděláváním dospělých a mládeže, organizováním kampaní a podporou fair trade. [www.ekumakad.cz](http://www.ekumakad.cz/)

**Některé z citací dodavatelských firem:**

***Vyjednávání smluv:***

*„Smlouvu nevidíte do té doby, než si vás tam pozvou. Nesmíte si ji vzít s sebou. Nesmíte opustit ty jejich místnosti, ve kterých sedíte, a buď to podepíšete, nebo ne. (…) V momentě, kdy nesouhlasíte s jejich smlouvou, tak nedodáváte.“*

***Vynucené poplatky:***

*„V podstatě si to vynutí. Pokud oni chtějí, pak si placení inzerce vynutí. Aniž bychom my chtěli.”*

***Akce:***

*“Akce většinou pro dodavatele zajímavé nejsou. A konec konců ani pro ten řetězec. Všichni to uděláme zhruba na nulu.”*

***Nestabilita:***

*“Problematické je, že v průběhu akce výrazně změní odhadované množství a pak to případně penalizují nebo mi to případně zbyde na skladě a já pak nemám kam to prodat. To je velký problém u privátních značek.“*

***Přenášení nákladů:***

*„Bývají požadavky typu „zaplaťte design na privátní značku“ a přitom řízení designového studia není možnost ovlivnit z naší strany. Dost často býváme žádáni o to, abychom platili náklady, nad kterýma nemáme žádnou kontrolu.“*

***Nerovné postavení:***

*„Celý systém obchodování s řetězci je ten, že oni nám předurčují a staví podmínky, které my musíme dodržovat, bez pardonu. Neexistuje, že bychom udělali chybu, to je hned pokuta. (…) Ale když se stane chyba na druhé straně, tak pro ně neplatí nic, oni nic nemusí.“*

***Kvalita potravin:***

*“Pointa v podstatě je, že síla řetězců a tedy jejich neadekvátní marže, vede k vyšším cenám a k výraznému snížení kvality prodávaných produktů - potravin zejména.”*