

Stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru na tému „Obchodné vzťahy medzi veľkými maloobchodnými reťazcami a dodávateľmi potravín – súčasný stav“ (stanovisko z vlastnej iniciatívy)

(2013/C 133/03)

Spravodajca: **pán Igor ŠARMÍR**

Európsky hospodársky a sociálny výbor sa 12. júla 2012 rozhodol na základe článku 29 bodu A vykonávacích predpisov k rokovaciemu poriadku vypracovať stanovisko z vlastnej iniciatívy na tému

„Obchodné vzťahy medzi veľkými maloobchodnými reťazcami a dodávateľmi potravín – súčasný stav“.

Odborná sekcia pre poľnohospodárstvo, rozvoj vidieka a životné prostredie poverená vypracovaním návrhu stanoviska výboru v danej veci prijala svoje stanovisko 9. januára 2013.

Európsky hospodársky a sociálny výbor na svojom 487. plenárnom zasadnutí 13. a 14. februára 2013 (schôdza z 13. februára 2013) prijal 79 hlasmi za, pričom 6 členovia hlasovali proti a 2 sa hlasovania zdržali, nasledujúce stanovisko:

1. Závbery a odporúčania

1.1 EHSV konštatuje, že veľké maloobchodné reťazce tvoria vo všetkých krajinách oligopol. Podľa štatistík o podieloch na trhu kontroluje všade podstatnú časť trhu len hŕstka maloobchodníkov. EHSV sa domnieva, že takáto oligopolná pozícia dáva členom tohto oligopolu obrovskú vyjednávaciu silu voči dodávateľom, v dôsledku čoho môžu týmto dodávateľom nanútiť obchodné podmienky, ktoré nie sú ani zďaleka vyvážené.

1.2 EHSV konštatuje, že spoločnosti, ktoré oligopol tvoria, medzi sebou súťažia, ale len pokiaľ ide o zákazníkov. Súťažia medzi sebou, aby si získali priazeň zákazníkov, ale ich správanie sa voči dodávateľom vôbec neprezrádza existenciu vzájomnej konkurencie medzi nimi. Ale i súťaženie medzi obchodnými reťazcami z pohľadu zákazníkov prebieha predovšetkým v oblasti maloobchodných cien a dostatočne nezohľadňuje rôzne sociálne či environmentálne aspekty, ktoré prispievajú k celkovej kvalite ⁽¹⁾.

1.3 EHSV konštatuje existenciu vysokého stupňa netransparentnosti v oblasti tvorby cien a marží jednotlivých účastníkov zmluvných vzťahov. V dôsledku „zadných marží“, ktoré využívajú veľké maloobchodné reťazce, nákupné ceny vyplácané dodávateľom neodrážajú skutočné príjmy, ktoré dodávatelia dostávajú za svoje výrobky.

1.4 EHSV je presvedčený, že v situácii, keď jedna zmluvná strana môže svojim obchodným partnerom nanútiť svoje podmienky, zmluvná sloboda neexistuje. Ak veľké maloobchodné reťazce uplatňujú voči svojim dodávateľom potravín nekalé praktiky, ktoré narúšajú hospodársku súťaž, podľa EHSV to svedčí o nedostatku skutočnej zmluvnej slobody.

Uplatňovanie nekalých praktík poškodzuje nielen producentov, ale aj spotrebiteľov (najmä z dlhodobého hľadiska). Všeobecne možno povedať, že súčasný rozsah uplatňovania nekalých praktík poškodzuje verejný záujem, konkrétne ohrozuje hospodárske záujmy štátov.

1.5 Podľa EHSV sa osobitne znepokojujúce zneužívajúce praktiky objavujú iba vo vzťahoch medzi veľkými maloobchodnými reťazcami a ich dodávateľmi potravín. Nepoužíva ich ani potravinársky priemysel voči poľnohospodárom, ani veľké maloobchodné reťazce voči dodávateľom iných ako potravinárskych výrobkov.

1.6 EHSV konštatuje, že v niektorých členských štátoch boli snahy poľnohospodárov a spracovateľov o vytvorenie združení výrobcov potrestané národnými orgánmi na ochranu hospodárskej súťaže, pretože sa postavenie týchto združení posudzovalo len z hľadiska národnej produkcie.

1.7 EHSV konštatuje zlyhanie pôsobenia trhových síl, keďže situácia v systéme bez dostatočnej regulácie sa naďalej zhoršuje.

1.8 Podľa EHSV samoregulácia nepredstavuje dostatočný liek na zistené nedostatky. Len „etické kódexy“ nezabezpečia rovnováhu v týchto obchodných vzťahoch. Samotná povaha takýchto zneužívajúcich praktík si vyžaduje a odôvodňuje, aby sa zakázali zákonom.

1.9 EHSV žiada Európsku komisiu, aby sa začala zaoberať otázkou oligopolov, aby preskúmala ich skutočnú moc a vplyv, aby určila, do akej miery je ich dosah porovnateľný s dosahom monopolov, a aby následne primerane upravila právne predpisy a zásady týkajúce sa hospodárskej súťaže.

⁽¹⁾ Stanovisko EHSV na tému „Poľnohospodársky model Spoločenstva: kvalita výroby a poskytovanie informácií spotrebiteľom ako prvky konkurencieschopnosti“, Ú. v. EÚ C 18, 19.1.2011, s. 5 – 10.

1.10 EHSV žiada Európsku komisiu, aby aj ona uznala, že vo vzťahoch medzi veľkými maloobchodnými reťazcami a ich dodávateľmi potravín chýba zmluvná sloboda.

1.11 EHSV žiada Európsku komisiu, aby navrhla riešenia, ktoré v tomto systéme zabezpečia väčšiu transparentnosť. V ideálnom prípade by sa „zadné marže“ veľkých maloobchodných reťazcov mali umiestniť „dopredu“, t. j. obchodné reťazce by sa mali prinútiť, aby zakalkulovali ceny za rôzne služby fakturované dodávateľom do konečnej ceny výrobku. To by umožnilo zistiť, koľko dodávateľia v skutočnosti dostávajú za svoje výrobky.

1.12 EHSV žiada Európsku komisiu, aby pre národné orgány na ochranu hospodárskej súťaže vydala jasné pokyny, aby sa pri posudzovaní vyjednávacej sily združení výrobcov zohľadňoval relevantný trh, t. j. všetky potravinové výrobky v tej istej kategórii, ktoré sú ponúkané na trhu v danom štáte, a nie len tie, ktoré sa v danom štáte vyrábili.

1.13 EHSV žiada, aby Európska komisia bezodkladne upustila od myšlienky samoregulácie a aby navrhla právne záväzný text s cieľom zlepšiť situáciu v agropotravinárskom reťazci podporou nenarušenej hospodárskej súťaže. Koncepcia regulácie by nemala byť založená na ochrane hospodárskej súťaže, ale mala by umožniť štátu, ktorého hospodárske záujmy sú ohrozené, zasiahnuť ako navrhovateľ v administratívnom a súdnom konaní.

1.14 EHSV sa napokon nazdáva, že je potrebné ísť legislatívnu cestou smerom k „spoločenskej voľbe“, ktorá prekračuje trhovú logiku, s cieľom zabrániť tendencii koncentrácií veľkých maloobchodných reťazcov, ktoré sú čoraz silnejšie, a podporovať ostatné formy obchodovania akými sú nezávislí maloobchodníci, tradičné miestne trhy alebo priamy predaj zo strany výrobcu zákazníkom. EHSV v tejto súvislosti žiada Komisiu, aby v pripravovaných dokumentoch zameraných na boj proti plytvaniu potravinami venovala osobitnú pozornosť kratším dodávateľským reťazcom.

2. Zdôvodnenie

2.1 Vývoj vnímania obchodných reťazcov

Oblasť obchodných vzťahov medzi veľkými maloobchodnými reťazcami a dodávateľmi potravín vyvoláva čoraz viac záujmu, ba priam obavy. Pred desiatimi rokmi bola táto téma tabu nielen pre organizácie a inštitúcie EÚ, ale aj pre väčšinu novinárov⁽²⁾, a to aj napriek niekoľkým legislatívnym pokusom vo

(2) Jedným z mála expertov, ktorí sa v tom čase odvážili verejne poukázať na zneužívanie veľkými obchodnými reťazcami bol Christian Jacquiau, autor knihy „(V zákulisí veľkodistribúcie) a článku uverejneného v mesačníku Le Monde diplomatique (v decembri 2002) s názvom „(Zdieranie v sektore veľkodistribúcie na francúzsky spôsob).

Francúzsku už v roku 1992 a tomu, že Komisia na ochranu hospodárskej súťaže v Spojenom kráľovstve uskutočnila v rokoch 1999 a 2000 vyšetrovanie v súvislosti so zneužívaním postavenia zo strany veľkých maloobchodných reťazcov voči dodávateľom potravín, výsledky ktorého preukázali, že supermarketky zneužívali svoju odberateľskú silu (tento pojem v zásade vyjadruje schopnosť odberateľa získať priaznivejšie nákupné podmienky ako podmienky, ktoré by existovali na trhu s riadnou hospodárskou súťažou⁽³⁾). Veľkodistribúcia sa vo všeobecnosti považovala za verejnosprospešný jav, z ktorého mali úžitok všetci, pričom jej rozvoj sa dokonca považoval za prejav hospodárskeho zdravia krajiny. Orgány a média zdôrazňovali predovšetkým jej nepopierateľne pozitívne aspekty, najmä možnosť zákazníkom nakúpiť takmer všetko na jednom mieste a za zaujímavú cenu, ako aj dostupné vymoženosti (napríklad dostatok parkovacích miest) a ponúkané služby. Situácia sa ale v posledných piatich rokoch radikálne zmenila a inštitúcie EÚ vydali viacero kritických dokumentov venovaných tejto téme.

2.2 Veľké maloobchodné reťazce v pozícii oligopolu

2.2.1 Veľkodistribúcia sa začala rýchlo rozvíjať takmer pred tridsiatimi rokmi a jej vývoj bol úzko spojený s globalizáciou. V skutočnosti je väčšina veľkých obchodných spoločností, ktoré majú v súčasnosti kontrolu nad maloobchodom, nadnárodnými korporáciami, ktoré môžu oveľa lepšie profitovať z nových podmienok nastolených globalizáciou, ako malé a stredné podniky.

2.2.2 Rozmách nadnárodných korporácií (medzi ktoré patria aj veľké maloobchodné reťazce) sa často deje na úkor malých a stredných podnikov. V mnohých sektoroch kontroluje malá hŕstka veľkých nadnárodných spoločností veľkú časť trhu. Popri maloobchode sa tak deje aj vo farmaceutickom priemysle, potravinárskom priemysle, pri obchodovaní s osivom⁽⁴⁾, u petrochemických spoločností, v bankovníctve atď. Tieto nadnárodné spoločnosti nie sú monopolmi, keďže vo väčšine prípadov majú na trhu konkurenciu zo strany iných nadnárodných korporácií alebo malých a stredných podnikov, a preto sa nepovažujú za spoločnosti s dominantným postavením na trhu⁽⁵⁾.

2.2.3 Veľké európske maloobchodné spoločnosti sa aktívne podieľajú na obsadzovaní celosvetového trhu. Britský distribútor Tesco, francúzske maloobchodné spoločnosti Auchan a Carrefour, nadnárodné nemecké a rakúske spoločnosti Kaufland, Lidl, Metro a Billa, ako aj holandská spoločnosť Ahold majú svoje zastúpenie v mnohých krajinách.

(3) Consumers International, „(Vzťah medzi supermarketmi a dodávateľmi: aké z neho vyplývajú dôsledky pre spotrebiteľov?), 2012, s. 2.

(4) V roku 2009 bolo 80 % svetového trhu s osivom pod kontrolou len desiatky spoločností, zatiaľ čo pred 25 rokmi vykonávali výber a predaj osiva stovky spoločností. Rovnako tomu bolo aj v oblasti agrochemických výrobkov.

(5) Britský inštitút pre medzinárodné a komparatívne právo, „(Modely presadzovania právnych predpisov v Európe v oblasti vzťahov v potravinovom dodávateľskom reťazci), 23. apríla 2012, s. 4.

2.2.4 Výsledkom je, že nad maloobchodným trhom s potravinami v jednotlivých krajinách má skutočnú kontrolu len hŕstka distribútorov. Napríklad v Nemecku majú štyri spoločnosti kontrolu nad 85 % trhu; v Spojenom kráľovstve majú tiež štyri spoločnosti kontrolu nad 76 % trhu; v Rakúsku majú tri maloobchodné spoločnosti kontrolu nad 82 % trhu a vo Francúzsku a Holandsku má päť spoločností kontrolu nad 65 % trhu atď. (6). Táto situácia svedčí o tom, že na jednej strane žiadna z maloobchodných spoločností nespĺňa oficiálne kritériá na to, aby bola označená za spoločnosť s dominantným postavením, na strane druhej však tri až päť obchodných spoločností má kontrolu nad značnou časťou trhu a tvorí oligopol.

2.2.5 Členovia týchto oligopolov bezpochyby navzájom súťažajú, avšak len pokiaľ ide o spotrebiteľov. Vo vzťahu k dodávateľom, najmä ak sú to malé a stredné podniky, sa konkurencia medzi obchodnými reťazcami vôbec neprejavuje. Na rozdiel od dodávateľov, ktorí sú omnoho početnejší, majú odberatelia veľa možností na výber. Inými slovami, dodávatelia sa musia veľmi snažiť a ponúkať veľa ústupkov, aby mohli svoje výrobky dodávať, zatiaľ čo odberatelia si vyberajú tých dodávateľov, ktorí sú „najflexibilnejší“ z hľadiska ich podmienok.

2.2.5.1 Aj keď výrobcovia majú legitímny nárok na spravodlivú časť pridanej hodnoty pochádzajúcej zo zdravého a zákonného obchodného vzťahu s ich distribútormi, je nutné aj to, aby výrobcovia načúvali signálom o očakávaníach spotrebiteľov, ktoré im títo distribútori vysielajú. Výrobcovia budú mať lepšiu rokovaciu pozíciu, ak budú vedieť svoju ponuku inovovať a prispôbiť prípravu a prezentáciu svojich výrobkov požiadavkám spotrebiteľov.

2.3 Nekalé praktiky

2.3.1 Vďaka svojej nákupnej sile si môžu veľké maloobchodné reťazce diktovať zmluvné podmienky, o ktorých je možné často povedať, že sú zneužívaním odberateľskej sily. Takéto zmluvné podmienky sa tiež označujú ako „nekalé praktiky“ alebo „nelojálne obchodné praktiky“, pričom ich orientačný zoznam bol zostavený už viackrát. Popri neustálom tlaku na nákupné ceny (smerom dole) a neskorým platbám alebo príliš dlhým lehotám splatnosti, obchodné reťazce prostredníctvom nekalých praktík celkom zmenili klasický model spolupráce medzi dodávateľom a odberateľom. Zjednodušené povedané, zmluvné strany sa zvykli dohodnúť na objeme a cene dodávaného tovaru, ako aj na iných nevyhnutných podmienkach a potom dodávateľ tovar dodal a odberateľ zaň zaplatil. Po príchode obchodných reťazcov sa tento model radikálne zmenil. Dnes sú dodávatelia, ktorí za svoje výrobky dostávajú čoraz menej a menej, nútení platiť čoraz viac a viac

alebo ponúkať iné protislužby, ak chcú spolupracovať s odberateľom. Tí, ktorí by mali dostávať peniaze, namiesto toho dostávajú faktúry! Treba poznamenať, že obchodným reťazcom sa podarilo zaviesť tento nový model, ktorý sa v súčasnosti bežne akceptuje, a že nikto, počínajúc kompetentnými orgánmi, sa nad ním nepozastavuje.

2.3.2 Vo všeobecnosti je možné povedať, že najrozšírenejšie nekalé praktiky sa týkajú dvoch aspektov vzťahu medzi dodávateľom a odberateľom (7). Prvým je prenášanie z obchodníka na dodávateľa obchodných nákladov t.j. nákladov na promo, vybavenie predajní, distribúciu, režijné náklady obchodu atď. Toto sa dosahuje poplatkami za rôzne „obchodné služby“ ako je napríklad zalistovanie alebo letákové akcie. V rámci druhého aspektu ide o prenos nákladov obchodného rizika, ktoré sa v praxi prejavuje dodatočnými úpravami predajnej ceny v závislosti od predaja tovaru konečnému spotrebiteľovi tak, aby všetky odchýlky od želaného vývoja išli na ťarchu dodávateľa. Tento cieľ sa dosahuje komplikovaným systémom stanovovania konečnej netto ceny pomocou rôznych bonusov ako sú spätný, sezónny a podobne. Oba mechanizmy deformujú jednoduchý obchodný vzorec, podľa ktorého výrobné náklady znáša výrobca a obchodné náklady idú na ťarchu obchodníka.

2.3.3 Tento nový model vzťahov medzi maloobchodníkmi a dodávateľmi bol zavedený pod zámenkou, že vzhľadom na zvýšenie konkurencie v maloobchode je potrebná užšia obchodná spolupráca. Podľa zdôvodnenia obchodných spoločností by malo byť v záujme dodávateľov, aby predaj ich výrobkov rástol, a preto je oprávnené, aby sa dodávatelia finančne podieľali na nákladoch na predaj výrobkov. Aj keď s týmto názorom zďaleka nesúhlasia všetci, dodávatelia sú nútení ho akceptovať. Veľkodistribúcií to však nestačilo, a tak je táto rozšírená obchodná spolupráca predmetom ešte škandálnejších nekalých praktík. Buď sa skutočne poskytnuté služby vo veľkom predražujú, alebo si odberatelia fakturujú vyslovene fiktívne služby. Posledne uvedená praktika sa nazýva „neopodstatnená fakturácia“, pretože sa za ňu zjavne neposkytuje žiadna protihodnota. Ako príklad možno uviesť „poplatok za stabilnú spoluprácu“, „poplatok za vystavenie faktúry“, „poplatok za uhradenie faktúry“ alebo „príspevok na náklady na podnikovú oslavu“. Aj keď sa to môže zdať neveriteľné, maloobchodníci naozaj zaslali takto zdôvodnené faktúry svojim dodávateľom potravín.

2.3.3.1 Poslanci francúzskeho národného parlamentu identifikovali viac ako 500 dôvodov, na základe ktorých si nákupné ústredia obchodných reťazcov vyžadovali od dodávateľov dodatočné výhody (8).

(6) Consumers International, „(Vzťah medzi supermarketmi a dodávateľmi: aké z neho vyplývajú dôsledky pre spotrebiteľov?)“, 2012, s. 5.

(7) Britský inštitút pre medzinárodné a komparatívne právo, „(Modely presadzovania právnych predpisov v Európe v oblasti vzťahov v potravinovom dodávateľskom reťazci)“, 23. apríla 2012, s. 4.

(8) Christian Jacquiau, „(Zdieranie v sektore veľkodistribúcie na francúzsky spôsob)“, Le Monde diplomatique, december 2002, s. 4 – 5.

2.3.3.2 Podľa Konfederácie agropotravinárskeho priemyslu (FoodDrinkEurope) a Európskeho združenia značkového priemyslu (AIM), bolo 84 % európskych dodávateľov veľkodistribúcie v roku 2009 obeťou nedodržania zmluvných podmienok; 77 % z nich hrozilo vyradenie z registra, ak by spoločnostiam nepriznali neopodstatnené výhody; 63 % muselo strpieť zníženie fakturovaných cien bez pádneho obchodného dôvodu; 60 % bolo nútených vykonať platby bez akejkoľvek reálnej protihodnoty.

2.3.4 Faktúry, ktoré obchodné reťazce vystavujú svojim dodávateľom a ktorých úhrady tvoria „zadné marže“, majú za následok totálnu netransparentnosť nákupných cien. Ani dodávateľ, ani žiaden vonkajší pozorovateľ takto nemá šancu dozvedieť sa skutočnú nákupnú cenu. Obchodná politika založená na „dvojitých ziskových maržiach“ spôsobuje vážne problémy zákazníkom a dodávateľom⁽⁹⁾. Mal by sa zaviesť transparentnejší systém.

2.4 Absencia skutočnej zmluvnej slobody

2.4.1 Dodávateľia akceptujú tento systém, ktorý je pre nich veľmi nevýhodný, pretože nemajú na výber. Ak chcú predávať svoje výrobky, nemôžu sa zaoberať bez obchodných reťazcov, a preto pokračujú v podpísaní obchodných zmlúv dovtedy, kým im táto spolupráca prináša aspoň minimálny zisk. Nekalé praktiky, ktoré uplatňujú jednotlivé obchodné reťazce, sú v skutočnosti skoro rovnaké, a preto nie je možné povedať, že je lepšie spolupracovať s jedným obchodným systémom ako s nejakým iným. Obchodné vzťahy sú poznačené atmosférou strachu (z vylistovania), čo bolo uznané aj v oficiálnych dokumentoch⁽¹⁰⁾.

2.4.2 Uplatňovanie nekalých zmluvných podmienok sa zvyčajne považuje za neetické. Vzhľadom na vyššie opísané praktiky sa však toto označenie javí nedostatočné. V situácii, keď sú obchodné podmienky diktované silnejšou zmluvnou stranou a druhá zmluvná strana nemá reálnu možnosť ich odmietnuť, by bolo možno vhodnejšie hovoriť skôr o vydieraní alebo zdieraní. A za týchto okolností sa ani nedá hovoriť o zmluvnej slobode, na ktorú sa často maloobchodníci a príslušné orgány odvolávajú. Rovnako ako nemôžeme predpokladať, že vo vzťahoch medzi prirodzenými monopolmi (dodávateľia elektrickej energie alebo plynu a pod.) na jednej strane a zákazníkmi na strane druhej existuje zmluvná sloboda, nie je možné týmto termínom ani označiť realitu zmluvných vzťahov medzi obchodnými reťazcami a ich dodávateľmi potravín spomedzi výrobcov.

⁽⁹⁾ Stanovisko EHSV na tému „Lepšie fungovanie potravinového reťazca v Európe“ (Ú. v. EÚ C 48, 15.2.2011, s. 145 – 149).

⁽¹⁰⁾ Napríklad v správe Komisie COM(2010)355 final, „Na ceste smerom k efektívnejšiemu a spravodlivejšiemu vnútornému obchodno-distribučnému trhu do roku 2020“, s. 8 alebo v dokumente Britského inštitútu pre medzinárodné a komparatívne právo, „(Modely presadzovania právnych predpisov v Európe v oblasti vzťahov v potravinovom dodávateľskom reťazci), 23. apríla 2012, s. 3.

2.5 Dôsledky uplatňovania nekalých praktík a identifikácia ich obetí

2.5.1 Uplatňovanie nekalých praktík obchodnými reťazcami má negatívny vplyv na dodávateľov, ale aj zákazníkov. Dodávateľia, najmä malí a strední producenti, sa musia preto často vyrovnávať s veľmi ťažkou hospodárskou situáciou, ktorá môže viesť až k likvidácii podniku, čo sa občas aj stáva. Veľké potravinárske spoločnosti sú na tom v tejto situácii lepšie, pretože sú schopné kompenzovať nízke príjmy z predaja jednotlivého výrobku, predajom veľkého objemu výrobkov. Tieto nadnárodné potravinárske spoločnosti navyše majú dosť veľkú vyjednávaciu silu: veľkodistribúcia by sa bez ich výrobkov nezaobišla, a preto sa voči nim nemôže chovať rovnako ako voči malým a stredným podnikom. Výsledkom je, že napríklad vo Francúzsku predstavujú dodávky dvadsiatky veľkých nadnárodných skupín 70 až 80 % obratu obchodných reťazcov⁽¹¹⁾.

2.5.2 Pokiaľ ide o zákazníkov, ktorí podľa príslušných orgánov vo veľkom profitujú z tohto systému, ich postavenie je omnoho menej ružové, ako by sa mohlo zdať. Viaceré skutočnosti prezrádzajú, že uplatňovanie nekalých praktík voči dodávateľom má negatívny dopad aj na zákazníkov. Na jednej strane zákazníci nie vždy profitujú z nízkej nákupnej ceny⁽¹²⁾ a na strane druhej sa výber čoraz viac obmedzuje, inovácií je menej, kvalita mnohých potravín sa znižuje v dôsledku neustáleho tlaku na nákupnú cenu a v neposlednom rade sa tiež zvyšuje maloobchodná cena⁽¹³⁾.

2.5.2.1 Obchodné reťazce majú aj dosť významný dopad na život spoločnosti vo všeobecnosti, keďže jej fungovanie narušilo niektoré tabu. Napríklad nedľa už nie je tak posvätná ako predtým, pretože hypermarkety a supermarkety sú otvorené každý deň v týždni, niektoré i 24 hodín denne, a to so sebou prináša dôsledky v oblasti pracovných podmienok.

2.5.3 Popri potravinárskom priemysle sa veľkodistribúcia objavuje aj v ďalších odvetviach. Napriek tomu sú obeťami nekalých praktík predovšetkým producenti potravín. Dôvodov je pravdepodobne viac a jedným z nich sú určite väčšie

⁽¹¹⁾ Sgheri Marie-Sandrine, „(Mlátačka na malé a stredné podniky), Le Point, Paris, č. 1957, 18.3.2010, s. 88 – 89.

⁽¹²⁾ Napríklad počas „mliečnej“ krízy v roku 2009 supermarkety ešte mesiace pokračovali v predaji mlieka zákazníkovi za rovnakú cenu, a to aj napriek veľkému zníženiu nákupnej ceny vyplácanej výrobcovi.

⁽¹³⁾ Consumers International, „(Vzťah medzi supermarketmi a dodávateľmi: aké z neho vyplývajú dôsledky pre spotrebiteľov?), 2012, s. 12, ale aj stanovisko EHSV, Ú. v. EÚ C 255, 14.10.2005, s. 48.

možnosti realizácie odbytu u výrobcov iných ako potravinárskych výrobcov. Okrem obchodných reťazcov disponujú výrobcovia oblečenia, rozličných výrobkov pre domácnosť, kníh alebo športového vybavenia aj sieťou špecializovaných obchodov. Je preto úplne legitímne venovať osobitnú pozornosť vzťahom medzi obchodnými reťazcami a dodávateľmi potravín.

2.5.4 Spomínané nekalé praktiky sú v omnoho menšej miere uplatňované vo vzťahu medzi poľnohospodármi a potravinárskym priemyslom, hoci potravinárske firmy tiež disponujú veľkou nákupnou mocou. Aj keď sú na jednej strane rokovania o nákupných cenách často veľmi náročné, na strane druhej priemyselník zvyčajne nežiada od svojho dodávateľa surovín, aby prispel k nákupu novej plniacej linky, na rozdiel od veľkodistribútora, ktorý pravidelne od svojho dodávateľa žiada poplatok za modernizáciu obchodov alebo otvorenie nového obchodu.

2.5.5 Skrátka, veľká väčšina spomínaných nekalých praktík existuje len vo vzťahu supermarket – dodávateľ potravín. V dôsledku uvedených praktík a rozsahu ich uplatňovania existuje aj tretia obeť – hospodárske záujmy štátu. Neschopnosť časti dodávateľov reagovať na požiadavky obchodných reťazcov a z toho vyplývajúce hospodárske ťažkosti prispievajú k úpadku celého agropotravinárskeho sektora vo viacerých krajinách. Niektoré štáty, ktoré boli v minulosti potravinovo sebestačné, stratili túto sebestačnosť, čo sa v dnešnej dobe javí ako mimoriadne nebezpečné.

2.6 Možné riešenia

2.6.1 Už nejaký čas sú nekalé praktiky obchodných reťazcov voči jej dodávateľom predmetom čoraz konkrétnejšej kritiky zo strany orgánov jednotlivých členských štátov, ako aj európskych inštitúcií. Prvý veľmi kritický dokument prijal Európsky hospodársky a sociálny výbor v roku 2005⁽¹⁴⁾. Bolo to však až písomné Vyhlásenie Európskeho parlamentu⁽¹⁵⁾, podpísané väčšinou poslancov EP v januári 2008, ktoré spustilo skutočnú diskusiu na túto tému. Komisia, Parlament a EHSV uverejnili v nadväznosti na toto vyhlásenie viacero dokumentov a štúdií⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁴⁾ Stanovisko EHSV na tému „Sektor veľkých maloobchodných reťazcov – trendy a dopady na poľnohospodárov a spotrebiteľov“, Ú. v. EÚ C 255, 14.10.2005, s. 44 – 49.

⁽¹⁵⁾ Písomné vyhlásenie č. 0088/2007 o vyšetrovaní a náprave zneužitia moci veľkými supermarketmi pôsobiacimi v Európskej únii.

⁽¹⁶⁾ Stanovisko EHSV na tému „Lepšie fungovanie potravinového reťazca v Európe“, Ú. v. EÚ C 48, 15.2.2011, s. 145.

2.6.1.1 Európska sieť pre hospodársku súťaž (ECN), ktorej členmi je Európska komisia a národné orgány na ochranu hospodárskej súťaže 27 členských štátov, uverejnila správu, ktorá nadviazala na oznámenie Komisie o zlepšení fungovania potravinového reťazca. V oznámení sa žiadalo zavedenie jednotného prístupu orgánov na ochranu hospodárskej súťaže v rámci siete ECN, aby sa lepšie zisťovali endemické problémy, ktoré sú špecifické pre trhy s potravinami, a aby sa urýchlili koordinovali budúce kroky. Komisia ustanovila Fórum na vysokej úrovni na zlepšenie fungovania potravinového reťazca, ktoré sa opiera o prácu viacerých platforiem expertov, ako napríklad platformy týkajúcej sa zmluvných praktík medzi podnikmi („business to business“) poverenej vymedzením najvhodnejšej metódy na predchádzanie nekalým obchodným praktikám. Po dohode všetkých aktérov agropotravinárskeho reťazca na základných zásadách bola platforma poverená, aby našla konsenzus o ich uplatňovaní. Všetky zúčastnené strany zatiaľ nedospeli k uspokojivému kompromisu o dobrovoľnom kódexe.

2.6.2 Situácia sa stala politicky citlivou a orgány boli vyzvané, aby bezodkladne konali. Regulácia len prostredníctvom trhových síl však zlyhala a v súčasnosti sa len zriedka považuje za optimálne riešenie, pretože počas posledných desaťročí vyznačujúcich sa neregulovaným systémom obchodných vzťahov sa problémy naďalej zhoršovali. Medzi možnými riešeniami sa ozývajú hlasy za reguláciu, samoreguláciu alebo vytvorenie združení výrobcov a spracovateľov, ktorých sila by mohla vyvažovať nákupnú moc veľkých maloobchodných reťazcov.

2.6.3 Etické kódexy predstavujú tzv. „mäkké“ riešenie. Ide tu o dobrovoľný záväzok neuchyľovať sa k spomínaným praktikám. Samoregulácia bola prijatá v Spojenom kráľovstve, Španielsku a Belgicku. Jej výsledky nie sú ani uspokojivé, ani presvedčivé. Nielenže samoregulácia neprinesla pozitívne výsledky, ale etické kódexy predstavujú aj filozofický problém. O koho etiku ide v prípade nadnárodných spoločností? Etiku manažmentu, akcionárov alebo samotnej spoločnosti? Skutočnými vlastníckymi nadnárodných spoločností sú akcionári, ktorí sú často anonymní a pre ktorých je vlastníctvo akcií často len výlučne finančnou investíciou. Za správanie sa spoločnosti a prípadné uplatňovanie nekalých praktík nenesú žiadnu osobnú zodpovednosť. Z dôvodu uvedeného je v prípade obchodných reťazcov dosť iluzórne odvolávať sa na etiku.

2.6.4 Európska komisia, ako aj ďalšie inštitúcie vrelo odporúčajú malým a stredným poľnohospodárom a podnikom, aby sa združovali v záujme zvýšenia vyjednávacjej sily počas obchodných rokovaní s odberateľmi. V niektorých členských štátoch, kde sa podniky takto združili, však bol tento krok

potrestaný národnými orgánmi na ochranu hospodárskej súťaže pod zámienkou, že išlo o „kartelovú dohodu“. Podľa miestnych orgánov bol podiel trhu pod kontrolou týchto združení výrobcov príliš veľký; orgány však vzali do úvahy len domácu produkciu a nezohľadnili ponuku výrobkov pochádzajúcich z iných krajín. Z nejakého ťažko pochopiteľného dôvodu nezvyknú uvedené orgány pri určovaní dominujúceho podielu obchodníka na trhu brať do úvahy všetky výrobky ponúkané na národnom trhu.

2.6.5 V mnohých členských štátoch došlo k viac alebo menej odvážnym pokusom regulovať túto oblasť. Niektoré krajiny zakázali uplatňovanie určitých praktík (napríklad zákaz predaja so stratou platí v polovici členských štátov), iné prijali osobitnú sektorovú legislatívu, ako napríklad Maďarsko, Taliansko, Česká republika, Rumunsko, Slovensko a Poľsko, alebo novelizovali svoje právne predpisy, ako napríklad Lotyšsko a Francúzsko. V posledných rokoch boli zákony zamerané na represiu uplatňovania nekalých praktík zo strany obchodných reťazcov prijaté najmä vo viacerých postkomunistických krajinách východnej a strednej Európy. Dôvodom pravdepodobne bolo to, že situácia v tomto regióne je obzvlášť znepokojujúca. Okrem iného je tam na rozdiel od západnej Európy veľkodistribúcia potravín takmer úplne v rukách zahraničných spoločností, ktoré majú privilegované kontakty s dodávateľmi vo svojich krajinách pôvodu alebo v krajinách, v ktorých sa už etablovali skôr. Dôsledkom je úpadok agropotravinárskeho sektora v tomto regióne.

2.6.6 Je pravda, že uplatňovanie uvedených zákonov je náročné najmä preto, že dodávatelia, ktorí sú obeťmi tohto zneužívania, sa z existenčných dôvodov obávajú sťažovať. Aj napriek tomu sú však tieto zákony vhodnejším riešením ako etické kódexy. Na jednej strane preto, lebo nekalé praktiky sa nielenže priečia etike, ale sú tiež nezlučiteľné so základnými zásadami spravodlivosti. Nezávisle od problémov spojených s uplatňovaním uvedených zákonov je tento jediný argument dostatočný na to, aby sa tieto praktiky zakázali zákonom. Na druhej strane preto, lebo systematická legislatívna snaha už priniesla vo Francúzsku určité pozitívne výsledky⁽¹⁷⁾.

2.6.7 Komisia uznáva, že existujú problémy, ale v súčasnosti uprednostňuje samoreguláciu a kritizuje fragmentáciu európ-

ského právneho priestoru. Zákony, ktoré prijali jednotlivé členské štáty totiž nie sú navzájom veľmi zlučiteľné. Predsa ale jediný spôsob, ako odstrániť toto roztrieštenie a nezlučiteľnosť by bolo prijatie záväznej regulácie na európskej úrovni. EHSV vrelo odporúča Európskej komisii, aby v tomto smere podnikla nevyhnutné kroky. Z praktických dôvodov by bolo vhodné nezakladať prípadnú európsku reguláciu na koncepcii ochrany hospodárskej súťaže, v dôsledku ktorej by boli dodávatelia ako obeť nútení čeliť veľkým maloobchodným reťazcom pred súdom. Po príklade Francúzska je to štát, ktorého hospodárske záujmy sú ohrozené, kto by mal vystupovať v úlohe navrhovateľa. Predchádzalo by sa tým problémom spojeným so strachom dodávateľov podávať sťažnosti.

2.6.7.1 Právne záväzné predpisy by mali ukladať povinnosť používať písomné zmluvy obsahujúce dĺžku trvania zmluvy, množstvo a popis predávaného tovaru, cenu a dodacie a platobné podmienky, pričom v prípade nedodržania týchto podmienok by sa tieto zmluvy považovali za neplatné. Pod hrozbou pokuty by uhradenie platieb malo prebehnúť do 30 dní v prípade tovaru podliehajúceho skaze a do 60 dní v prípade ostatného tovaru. Zakázané by malo byť predovšetkým:

- priame alebo nepriame nanútenie nákupných a predajných podmienok či ostatných záväzných zmluvných podmienok, ako aj podmienky neuvedené v zmluve a retroaktívne podmienky,
- uplatňovanie rôznych podmienok na rovnocenné služby,
- podmieňovanie uzavretia a vykonávania zmlúv, ako aj pokračovania a pravidelnosti obchodných vzťahov poskytovaním služieb, ktoré nemajú žiadnu súvislosť s predmetom zmluvy alebo predmetným obchodným vzťahom,
- získavať neoprávnené jednostranné peňažné alebo nepeňažné plnenia, ktoré nemajú nič spoločné s predmetom alebo rozsahom obchodných vzťahov,
- akékoľvek konanie, ktoré by sa v súvislosti s obchodným vzťahom ako takým dalo považovať za nekalé.

V Bruseli 13. februára 2013

Predseda
Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru
Staffan NILSSON

⁽¹⁷⁾ Podľa francúzskeho generálneho riaditeľstva pre hospodársku súťaž, ochranu spotrebiteľa a boj proti podvodom sa zadné marže obchodných domov znížili na akceptovateľnú úroveň.