

Potravinářská komora ČR: Plošný zákaz slev nenavrhujeme. Odmítáme zkreslování našich stanovisek i osobní útoky

Datum 9.10.2026
Subjekt Potravinářská komora ČR
Autor Marek Zemánek
Region Czech Republic - Capital City Prague
Kategorie Trade and economy, Retail, Food industry

Prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a viceprezident Hospodářské komory ČR Tomáš Prouza opakovaně šíří v médiích a na sociálních sítích řadu účelových a zavádějících tvrzení. Komora proto uvádí na pravou míru tvrzení o údajném zákazu slev, efektivitě českého potravinářství i konkurenci na trhu. Současně odmítá osobní útoky pana Prouzy na svou prezidentku a další představitele.

SLEVY, AKCE, NEJNIŽŠÍ CENY

Prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Tomáš Prouza se opakovaně snaží vyvolat dojem, že potravináři chtějí zakázat akční slevy v obchodech. To je však nesmysl. Výrobci potravin v minulosti pouze upozornili na to, že pokud by se slevy kultivovaly, zmenšila by se propast mezi běžnou regálovou cenou a akční cenou. **Potravinářská komora nenavrhuje plošný zákaz slev ani zrušení akčních nabídek. Prosazuje řešení podnákupních cen, nikoli zákaz slev jako takových.**

Naopak je nutné připomenout, že to byl v minulosti právě jeden z obchodních řetězců, kdo sám inicioval diskusi o zastropování rozdílu mezi cenami. Způsob nastavování běžných a akčních cen je součástí cenové a marketingové politiky obchodníků. Pro zákazníka je podstatné, kolik za výrobek skutečně zaplatí, nikoli pouze výše deklarované slevy.

PODNÁKUPNÍ CENY

Komora se chce naopak zaměřit na prodej za podnákupní ceny, tedy na případy, kdy obchody prodávají výrobek za méně, než jej od dodavatele nakoupily. To však v žádném případě neznamená zákaz slev. Tyto praktiky se týkají vybraných komodit, například konzumních mlék, másla, masa, cukru nebo v období svátků i vajec. Problém nelze omezit pouze na to, zda obchodník uhradí sjednanou cenu konkrétní dodávky. Podnákupní prodeje mohou vytvářet další tlak na dodavatele při dojednávání cen budoucích zakázek.

Pokud jeden řetězec výrazně sníží prodejní cenu vybrané komodity, mohou ostatní při dalším vyjednávání požadovat nižší dodavatelské ceny, aby mu dokázali konkurovat. Z extrémní akční ceny se tak může stát měřítko pro další obchodní jednání. Dodavatelé pak mohou čelit tlaku na dodávky za ceny, které nepokrývají jejich náklady, pokud si chtějí zachovat přístup na pulty.

Zákaz prodeje pod skutečnou nákupní cenou byl součástí zákona o významné tržní síle až do roku 2016. Nejde tedy o myšlenku, která by českému právnímu prostředí byla neznámá.

EFEKTIVITA PODNIKŮ

Pan Prouza také pravidelně kritizuje české potravinářské podniky za údajnou neefektivitu, v poslední době zejména mlékárny. **České mlékárenství přitom patří z hlediska technologií a provozní efektivity k vysoce vyspělým oborům a řada našich zpracovatelských závodů se může srovnávat s moderními provozy v západní Evropě.**

Již v minulosti jsme panu Prouzovi nabízeli exkurzi do našich provozů, aby se na vlastní oči přesvědčil, jaké moderní technologie využíváme. Tuto nabídku mu rádi zopakujeme, aby se diskuse o efektivitě českého potravinářství opírala o konkrétní poznatky z výroby.

Možnost zpracovávat tuzemské suroviny nezávisí pouze na technologiích a kapacitách, ale také na ceně, za kterou lze výsledné výrobky uplatnit na trhu. Dalším faktorem je tlak obchodních řetězců na výrobu privátních značek. Řada tuzemských firem si však chce budovat vlastní silný brand a odmítá se stát pouhým anonymním dodavatelem. Rozhodně to však neznamena, že by české podniky neuměly vyrábět, zkrátka jen nechtějí přistoupit na diktát podmínek, které jim berou vlastní identitu.

NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY

Diskuse o pravidlech v potravinovém dodavatelském řetězci se vede i na evropské úrovni. Týká se například podnákupních cen, slevových mechanismů, postavení privátních značek a transparentnosti obchodních podmínek.

Problematikou nekalých obchodních praktik se zabývá také Evropská komise. **Pro Komoru je podstatné, aby silnější vyjednávací pozice nevedla k jednostrannému přenášení nákladů a obchodních rizik na zemědělce a výrobce potravin.**

KONKURENCE NA TRHU

Jednou pan Prouza tvrdí, že na trhu chybí konkurence, jindy zase přiznává, že v Česku funguje dostatečně silné konkurenční prostředí. Supermarkety si totiž mohou dovézt, co chtějí, a také to dělají, o čemž svědčí neustále rostoucí dovozy. Příkladem jsou mléčné výrobky, kde dovozy každoročně rostou a dospěly do bodu, kdy už téměř každé druhé máslo a každé druhé kilo sýrů na českých pultech pochází ze zahraničí. Podobný trend je i u drůbežího masa, jehož dovoz do České republiky rovněž neustále stoupá.

Pravidelně se navíc zástupce obchodu odvolává na to, že je nutné strukturovat český trh nabídkou menších specializovaných výrobců, jako je tomu v Rakousku. Podpora menších a regionálních výrobců se však nemůže omezovat na mediální prohlášení. Musí se projevit také v konkrétních nákupních podmínkách, které těmto výrobcům umožní dlouhodobě dodávat, rozvíjet výrobu a investovat.

Pokud už navíc řetězce dovážejí ze zahraničí, rozhodně nenakupují od malých farmářů, ale vozí kamiony z větších zahraničních podniků, vedle kterých je jakýkoliv český potravinář jen malým nebo středním výrobcem.

FINANČNÍ PODPORY A DOTACE

Svaz obchodu a cestovního ruchu v minulosti kritizoval národní investiční program na modernizaci zpracovatelských kapacit. Požadavky na další investice však musí doprovázet také podmínky, které firmám umožní tyto investice financovat. Odmítání investičních podpor a současný tlak na co nejnižší dodavatelské ceny tento prostor zužují.

Neméně zajímavý je i další názorový obrat v otázce zákazu klecových chovů. Pan Prouza tehdy zcela ignoroval varování chovatelů, že se kapacity do daného termínu nestihnou přestavět a že hrozí nedostatek vajec. Výstrahy přitom označoval jen za další natahování ruky po dotacích. O to podivuhodněji působilo, když později sám varoval před nedostatkem vajec v řetězcích, a ještě kritizoval stát, že měl na přestavbu chovů poskytnout vyšší podporu.

ZPŮSOB VYJADŘOVÁNÍ

Potravinářská komora na výroky pana Prouzy průběžně reaguje. Očekává, že odborná diskuse bude vedena s použitím srovnatelných údajů a na základě skutečného obsahu jejích návrhů. Odmítá zároveň osobní útoky na svou prezidentku Danu Večeřovou i další představitele. Odborný nesouhlas není důvodem k osobnímu znevažování ani k šíření urážlivých příspěvků. Od prezidenta Svazu obchodu a cestovního ruchu očekáváme věcnou diskusi o předložených návrzích, nikoli útoky na osoby, které je prosazují.

Potravináři a obchody by měli být partnery, navzájem se potřebují a bez sebe nemohou fungovat. Při přímých jednáních s jednotlivými obchodními řetězci přitom nacházíme prostor pro věcnou diskusi a hledání kompromisů. Výrobci chtějí své potraviny dodávat a řada řetězců má zájem české výrobky nabízet. O to méně pochopitelná je veřejná rétorika, která mezi oběma sektory vytváří zbytečný konflikt.

Potravinářská komora ČR je řádným členem Hospodářské komory ČR, kde pan Prouza zastává funkci viceprezidenta. Rozdílné zájmy výrobců a obchodníků jsou legitimní. Od představitele Hospodářské komory však očekáváme respekt k jejím členským organizacím a věcnou diskusi i tam, kde se jejich stanoviska rozcházejí.

Marek Zemánek

Tiskový mluvčí a vedoucí tiskového oddělení Potravinářské komory ČR

<https://www.foodnet.cz/cs/aktuality/11850-potravinarska-komora-cr-plosny-zakaz-slev-nenavrhujeme-odmitame-zkreslovani-nasich-stanovisek-i-osobni-utoky>