

Dyktatura supermarketów

21 stycznia 2012

W kryzysie brytyjskie sieci handlowe rosną w siłę. Oferując tanie produkty starają się nie drażnić nerwowych konsumentów. Jednak za spokój brytyjskich portfeli płaci ktoś inny gdyż nawet tanie zakupy mają swoją cenę. I to całkiem wysoką.

Brytyjska gospodarka wciąż przeżywa okres stagnacji. Według National Institute of Economics i Social Research gospodarcze wskaźniki UK osiągną swój poziom z 2008 roku dopiero za dwa lata.

Oznacza to, że obecny kryzys na Wyspach jest najdłuższy od niemal 100 lat. Rośnie bezrobocie, a w wyniku cięć budżetowych uderzających także w system socjalny perspektywy dla osób plasujących się na najniższym stopniu drabiny społecznej stają się coraz bardziej dramatyczne. Wyspiarze mocno zaciskają pasa licząc każdego pensa w portfelu. Mimo to okres świąteczny był czasem żniw dla największych brytyjskich sieci handlowych. Według British Retail Consortium odnotowano 4 procentowy wzrost w porównaniu z rokiem ubiegłym. Supermarkety stale oferują promocje, ceny nabiału i mięs praktycznie stoją w miejscu, a za sezonowe owoce i warzywa konsumenci płacą niemal tyle samo co w zeszłym roku.

Wszystko to po to, aby nie drażnić, nie wystraszyć a zwłaszcza nie zniechęcić zmęczonego kryzysem i niespokojnego o swoją przyszłość klienta. Jednak krwawa wojna cenowa jak każdy konflikt ma swoje ofiary. To producenci i pracownicy, którzy za relatywny spokój konsumentów płacą swoim niespokojnym snem, stresem, lękiem i marnym wynagrodzeniem. Albo wypadnięciem z rynku i brakiem pracy.

BRYTYJSKI CHŁOP PAŃSZCZYŹNIANY

Na praktyki największych wyspiarskich graczy na supermarketowym rynku coraz częściej, choć zaledwie szeptem i

nieoficjalnie skarżą się brytyjscy farmerzy. Cztery największe sieci handlowe (Tesco, Sainsbury's, ASDA i Morrisson), które podzieliły między siebie brytyjski rynek spożywczy i na którym mają pozycję niemal monopolistyczną (80 proc.) dyktują ceny skupu doprowadzając brytyjskie rolnictwo na skraj bankructwa.

Na półce w supermarkecie latem można nabyć dwa koszyczki truskawek w cenie jednego, ale to nie supermarket płaci za tę wakacyjną promocję, tylko farmer. W wyniku wyśrubowanych do granic możliwości cen skupu rolnik może w ogóle nie mieć zysku, a w skrajnych wypadkach nawet odnotować straty. Kontrakty są tak skonstruowane, że farmer nie ma możliwości ustalenia ceny za swoje truskawki czy jakiegokolwiek inne dobra, ani pojęcia, w jakiej wysokości otrzyma wynagrodzenie za dostarczone supermarketowi produkty.

Wie za to, że sam musi zapłacić za opakowanie i to wyprodukowane przez firmę narzuconą przez supermarket. A koszt takiego opakowania jest zazwyczaj dwa razy większy niż oferowanego przez niezależne firmy. Wie także, że jeśli jego owoce lub warzywa nie znajdą chętnych wśród klientów supermarketu to on będzie musiał ponieść wszelkie koszty utylizacji dostarczonych produktów. Rolnicy nie skarżą się jednak głośno, gdyż jak tłumaczy National Farmers Union na Wyspach panuje teraz „klimat strachu”.

W zmonopolizowanym przez największe sieci sklepów, świecie masowej żywności mali producenci niechętnie mówią o nadużyciach supermarketowych gigantów w obawie przed „represjami” i utratą jedynek klientów. Według szacunków Związku brytyjscy farmerzy od największych sieci handlowych otrzymują zaledwie 25 proc. wartości za dostarczane produkty, a próby biznesowych negocjacji są szybko i bez ceregieli torpedowane przez supermarketety. Sieci handlowe mają świadomość swojej dominacji na rynku oraz ekonomicznej siły i nie pozwalają rolnikom na jakąkolwiek dyskusję. Farmerzy nie mogą także decydować się na zmianę partnerów handlowych i zaopatrywać lokalne, małe sklepy gdyż umowy są tak

konstruowane, że w razie ich „nagłego zerwania” farmer otrzymuje karę w wysokości 40 tys. funtów a także „długi i kosztowny proces sądowy”.

„Nagłe zerwanie” nie polega jednak na tym, że farmer wypowiada kontrakt z dnia na dzień. Supermarkety narzucają „termin wypowiedzenia” na minimum dwuletni okres, dzięki czemu brytyjski rolnik zamienia się w XXI wieczną wersję chłopa pańszczyźnianego z tą różnicą, że zamiast do ziemi zostaje przywiązany do supermarketu. I podobnie jak chłop pańszczyźniany, aby zrzucić krępujące jego biznesowe ruchy rynkowe homonto musi się wykupić. Albo zbankrutować.

BIEDACY W GUMIAKACH – BOGACZE W KRAWATACH

Według danych i szacunków National Farmers Union te ocierające się niebezpiecznie o granicę legalności praktyki supermarketów doprowadziły do tego, że w ostatniej dekadzie około 3 tys. brytyjskich rolników ogłosiło bankructwo i/lub stanęło na skraju nędzy. Cierpią niemal wszystkie sektory. Z biznesu wypada średnio jeden producent mleka dziennie, a według National Association Pig w zeszłym roku, w którym sieci handlowe jeszcze bardziej usztywniły ceny skupu ponad 30 hodowców świń ogłosiło bankructwo.

Cierpiący ekonomicznie farmerzy nie mają jednak sprzymierzeńców w brytyjskiej opinii publicznej. Według przedstawicieli sektora wynika to głównie ze społecznej ignorancji. Brytyjscy konsumenci nie wiedzą jak i za ile supermarkety kupują świeżą żywność i nie zastanawiają się jak udaje im się oferować relatywnie niskie ceny osiągając przy okazji stale zwiększające się zyski. A te są niebagatelne. Zysk Tesco w zeszłym roku przekroczył trzy i pół miliarda funtów, a zyski sieci Sainsbury's wzrosły o 13 proc. Wyniki te mimo wyniszczającej wojny cenowej między supermarketami, możliwe są dzięki zmuszaniu dostawców do obniżania cen. W zeszłym roku na taki krok zdecydowali się niemal wszyscy farmerzy mimo stale wzrastających kosztów produkcji. National

Farmers Union tłumaczy, że supermarkety przeniosły całkowite ryzyko na rolników „sieci handlowe zwiększają swoje marże, a brytyjscy farmerzy zmuszani są do ciągłego cięcia kosztów i cen przez co produkcja jest na skraju opłacalności. Nie tylko muszą płacić za opakowania i za utylizację niesprzedanych produktów, ale także często z dnia na dzień dowiadują się, że trafiają one na promocyjną półkę w wyniku czego dostają jeszcze mniejsze wynagrodzenie”

Cały ten biznes kręci się zaś w szarej prawnie strefie. Tesco i Sainsbury's od ponad jedenastu lat torpedują wszelkie propozycje wprowadzenia przepisów regulujących i cywilizujących kontakty między producentami a supermarketami. Taki projekt był już czytany w Izbie Gmin i jest popierany przez wszystkie partie, ale ministrowie nie spieszą się z wprowadzeniem w życie nowych przepisów, z obawy podsycanej dodatkowo przez British Retail Consortium (10 największych brytyjskich sieci handlowych) o drastyczny wzrost cen żywności.

WYCISKANIE CYTRYNY

BRC włączając się do publicznej debaty na temat nowych rozwiązań legislacyjnych w swoim oświadczeniu napisało: „Już dziś ceny są pod olbrzymią presją globalnego wzrostu kosztów surowców i paliwa, przez co dodatkowe koszty związane z nowymi regulacjami oraz kolejnym organem administracyjnym znacząco i negatywnie wpłyną na ceny produktów na półkach”. Parlamentarzysta Liberalnych Demokratów Andrew George replikował: „W wyniku wprowadzenia proponowanego ciała administracyjnego tzw. arbitra koszt dla pojedynczej sieci handlowej wyniesie nie więcej niż 120 tysięcy funtów rocznie. To nic przy zyskach, jakie uzyskują. Ich przekaz jest co najmniej dziwny.

Supermarkety twierdzą, że nie mogą zachowywać się przyzwoicie i zgodnie z prawem, bo ich na to nie stać? Nową ustawę popiera szereg organizacji począwszy od Friends of the Earth po

ActionAid a na NFU kończąc dodają jednak, że na czele proponowanej Komisji powinien stanąć Rzecznik, który powinien mieć prawo do przeprowadzania dochodzeń nawet w wyniku anonimowych skarg. Mimo to brytyjski rząd na wojnę z supermarketowym lobby jak na razie się nie wybiera żeby nie drażnić wyborców ewentualnymi podwyżkami wychodząc ze słusznego politycznie założenia, że siła przekonywania farmerów i popierających ich organizacji jest za słaba.

Problem w tym, że rabunkowa i agresywna polityka ekonomiczna wszechpotężnych sieci handlowych uderza nie tylko w rolników. Zwiększająca się z każdym rokiem dyktatura supermarketów prowadzi do upadku małych lokalnych sklepików, obniżce zarobków oraz praw pracowników i małej różnorodności oferowanych produktów na brytyjskich ulicach.

Autor: Radosław Zapałowski

Źródło: [eLondyn](#)