

Niemcy dyktują Polakom ceny wyższe niż u siebie

26 listopada 2017

Przez internet przetoczyła się informacja o audycie cen produktów tzw. „marek własnych” sprzedawanych w polskich i niemieckich Lidlach. Okazało się, że ceny w sklepach ulokowanych w Polsce są średnio o 10% wyższe, niż w sklepach ulokowanych za Odrą. Koszyk z 86 identycznymi towarami różni się o blisko 60 zł. W Polsce aż 70% asortymentu kosztuje więcej. Przypomnijmy, że wcześniej Grupa Schwarz (właściciel Lidla) dostała z Banku Światowego i EBOiR blisko miliard dolarów kredytu, który umożliwił ekspansję Lidla w krajach Europy środkowo-wschodniej.

W 2015 roku brytyjski dziennik „The Guardian” opublikował materiały, z których wynikało, że Bank Światowy oraz Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju (EBOiR) pożyczyły w latach 2003-2014 blisko miliard dolarów właścicielowi niemieckich sieci handlowych Lidl i Kaufland w celu ekspansji w krajach Europy środkowo-wschodniej. Kuriozalnie brzmiało tłumaczenie przedstawicieli EBOiR w sprawie udzielonych Grupie Schwarz pożyczek (sam EBOiR pożyczył łącznie 700 mln dolarów). – „Daliśmy im kredyt. Oni, owszem, byli raczej agresywną nastawioną na zysk firmą, ale z drugiej strony dawali ludziom dostęp do produktów, których nie mieliby oni szansy inaczej zdobyć” (sic!).

W lipcu 2016 roku EBOiR przyznał Grupie Schwarz kolejne 100 mln euro pożyczki na wsparcie ekspansji i rozwoju działalności sieci Kaufland w Polsce. Według specyfikacji pożyczki, środki zostały przeznaczone m.in. na „kwestie związane z ochroną środowiska, zdrowia, bezpieczeństwa pracy i operacjami w sklepach a także społeczną odpowiedzialnością biznesu”.

Efekt jest taki, że Lidl z Kauflandem zdobyli w Polsce całkiem

spora część rynku handlu detalicznego. Obie sieci handlowe osiągają łącznie w naszym kraju przychody przekraczające 20 miliardów złotych. W kontekście powyższego ciekawi mnie niezmiernie pytanie, czy jakaś polska firma mogłaby liczyć na podobne wsparcie Banku Światowego i EBOiR-u (czyli instytucji publicznej dysponującej środkami pozyskanymi od podatników) w celu dokonania ekspansji na Zachodzie?

Osiągnięcie tak silnej pozycji na rynku polskim przez sklepy należące do Grupy Schwarz oraz polityka koncernu, który nastawiony jest na jak największe wolumeny zamówień w centrali europejskiej (Niemcy) powoduje, że ceny takich samych produktów mogą być inne w różnych państwach. Najdobitniej ukazał to ujawniony wczoraj audyt agentów TakeTask dotyczący cen produktów tzw. „marek własnych” sprzedawanych w polskich i niemieckich Lidlach. Wykazał on, że ceny w sklepach ulokowanych w Polsce są średnio o 10% wyższe, niż w sklepach ulokowanych za Odrą. Koszyk z 86 identycznymi towarami marki by Lidl różni się o blisko 60 zł na niekorzyść naszego kraju. W Polsce aż 70% badanego asortymentu kosztuje więcej niż w Niemczech!

Na podstawie: Wyborcza.pl, DlaHandlu.pl, TheGuardian.com
Źródło: Niewygodne.info.pl