**Tisková zpráva: Cena potravin a množství v obalu**

•

V Praze 2014-01-31

Média již opět spotřebitele připravují na další výrazný cenový růst potravin. Tentokrát zejména s ohledem na důsledky opatření, které přijala národní banka, vnímá Sdružení českých spotřebitelů (SČS) toto považuje tak trochu za každoroční „folklor“ na přelomu roku. Nahlédněme do komentářů a prognostik rok či dva nazpět a zjistíme, že vždy se na následující rok očekává až 10% navýšení cen. Jednou z důvodu zvyšování dph, jindy z  jiných příčin... K dramatickému navýšení cen pak obvykle nedojde: Loni v srpnu např. činilo meziroční navýšení cen potravin něco přes 5%, takže nakonec vlastně může být spotřebitel „spokojený“.

Ceny potravin se ovšem směrem vzhůru (byť s výkyvy a kolísáním) již několik let pohybují. U některých komodit to i méně všímavý spotřebitel musel zaznamenat – vejce, maso a masné výrobky, mléko a mléčné výrobky. Skoková zdražení jsou výjimečná (ale vzpomeňme vejce), obchod „umně“ rozloží zdražení v čase tak, aby ho spotřebitel nezaznamenal a nebyl až příliš demotivován nakupovat.

Sdružení českých spotřebitelů se dlouhodobě snaží, například na platformě České technologické platformy pro potraviny (<http://spotrebitelzakvalitou.cz/>), podporovat kvalitu potravin na českém trhu a zlepšovat orientaci spotřebitele v kvalitě, i jeho orientaci na domácí produkci, pokud je to pro něj výhodné právě s ohledem na kvalitu. A to třeba i „za cenu vyšší ceny“.

Toto úsilí SČS je samozřejmě nárůstem cen komplikováno. Dobré předsevzetí spotřebitele upřednostnit kvalitu, třeba i na úkor kvantity, nakonec bere za své při měsíčním vypořádání hubeného domácího rozpočtu. Honba spotřebitele za co nejlevnějšími potravinami s důsledkem nakupování potravin, které zdaleka neodpovídají požadavkům na vyšší kvalitativní standardy, je přetrvávajícím trendem. Na druhé straně se již velká část populace o kvalitu potravin intenzivně zajímá, dokáže se v kvalitě i s naší pomocí orientovat, a zejména i v mezích relativně skrovného rozpočtu „umí“ i dražší kvalitní potraviny nakupovat.

CENA potraviny ovšem zajímá každého spotřebitele. Jak již zmíněno, její růst průběžně zaznamenáváme. Zatím ale stále platí, že v Česku máme spíše levnější potraviny než ve většině zemí Evropské unie (kvalitu potravin na našem trhu ponechme v této souvislosti stranou; je to samostatný problém a problém to je, ale nejsme, prosím, smetiště Evropy!). Některé inflační vlivy dokáže stále ještě kompenzovat u nás vysoká hustota sítě prodejních řetězců a tedy tržní konkurence, a také marže obchodu, kterou čeští výrobci považují za neúměrně vysokou. Tyto „polštáře“ ale už možná začínají být vyčerpané, což vede ke zmiňovanému  zvyšování ceny potravin.

Výroba i obchod, tentokrát ve svorné spolupráci, nás spotřebitele ovšem, na druhé straně, dokáží ušetřit špatné nálady, nabyté po nákupu za více peněz než včera. Sníží množství výrobku v obalu, který se pak prodává třeba za stejnou cenu, v každém případě ale za cenu na měrnou jednotku vyšší. V elektronických médiích jsme nalezli více takových případů. U kostky másla „obvykle“ vážící čtvrt kila, doma shledáme hmotnost 200 g, čtvrtlitrové balení šlehačky či zakysané smetany má „najednou“ 200 ml, či i méně, podobně balený sýr, sladkosti, ... Nejinak to může být s „kusovým“ zbožím: bochník chleba či rohlík výrazně za poslední léta zhubly, nikoliv ale jejich cena.

Co s tím? Výrobci na tyto trendy reagovali vysvětlením, že si spotřebitelé přáli menší balení potraviny či nápoje. Pomineme, že našemu sdružení nebyla od našich členů taková přání tlumočena, ale zejména by možná spotřebitel, který takové přání vyjádřil, měl být seznámen s tím, že menší balení bude vždy a nutně relativně dražší. On to ostatně průměrný spotřebitel dobře ví, a proto chodí nakupovat rodinná balení do diskontů.

Připomeňme, že i oblast obsahu a objemu balení (tzv. nominální množství výrobku) byla ještě před „pár“ lety v Evropské unii regulována: celá řada výrobků mohla být balena jen v určitých, legislativou vymezených množstvích (objemech, hmotností obsahu balení). Týkalo se to některých nápojů a kapalných výrobků - vinařských výrobků, minerálních vod, nealko nápojů, mléka a mléčných nápojů, olejů aj., či pevných a sypkých potravin - máslo, margariny, balené sýry, kuchyňská sůl, různé obilné výrobky, včetně mouky, těstovin a další a další. Ostatně i některé drogistické výrobky, jako detergenty či barvy byly předmětem této regulace. Ačkoliv je spotřebitelská legislativa na evropské úrovni stále složitější a sofistikovanější – a někdy skutečně s cílem spotřebitele lépe chránit – předmětná oblast je jednou z výjimek, kde došlo k podstatnému zjednodušení a je praktickým případem úspěšné (a nebudeme slovo ‚úspěšné‘ dávat do uvozovek) deregulace.

Tento vývoj byl následkem paralelních legislativních změn, na jejichž základě zboží umístěné v regálech obchodů musí být označeno cenou za měrnou jednotku množství výrobku (tzv. měrnou cenou). Spotřebitel tedy snadno srovnává, kolik stojí u předmětných balení 1 kg másla či mouky a jeho ochrana je tak přímo úměrná jeho pozornosti a vlastní odpovědnosti. Samozřejmě, toto zcela neplatí v případě některého kusového zboží, jako jsou zmiňované rohlíky. Žádné opatření není dokonalé, že.

Ve vztahu ceně potravin jsou zajímavé výsledky právě zveřejněného průzkumu společnosti Provident Financial o chování spotřebitelů na trhu. Narůstající ceny potravin nutí Čechy lépe s nimi hospodařit, ale také nakupovat méně kvalitní a lacinější produkty. Nicméně, čtvrtina respondentů na potravinách i přes zvýšení ceny nešetří, úspory hledají v jiných výdajích, například omezením nákupů spotřebního zboží či vybavení domácnosti, dovolených nebo zábavy. Tato zjištění v zásadě odpovídají zkušenostem našeho sdružení.

Sdružení českých spotřebitelů vede spotřebitele k vlastní odpovědnosti za svá rozhodnutí. „Jen poučený spotřebitel se dokáže účinně hájit“ je mottem SČS. Bohužel, k odpovědnosti patří obezřetnost. Je proto třeba pečlivě sledovat nejenom běžnou cenu u výrobku či na něm, ale i přepočtenou - měrnou cenu – to je naše rada spotřebiteli.

Dodáváme, že spotřebitelé se v této věci na naše sdružení příliš neobracejí. Podle našich zkušeností se občas „napálí“ a pak už si dají pozor; nepovažují to ale za předmět pro podání stížnosti. Ohledně kvality spotřebitelů se tak blýská na lepší časy. Je to tak i s kvalitou služeb a prodeje?

Libor Dupal

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

Ing. Libor Dupal

Předseda / Chairman

SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ, o. s. /

CZECH CONSUMER ASSOCIATION

Budějovická 73, 140 00 Praha 4

tel.: +420 261263574, cell: +420 602561856

e-mail: Dupal@regio.cz

[www.konzument.cz](http://www.konzument.cz); <https://www.facebook.com/Spotrebitele>

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**Sdružení českých spotřebitelů (SČS)** si klade za cíl hájit oprávněné zájmy a práva spotřebitelů na vnitřním trhu EU a ČR, přičemž zdůrazňuje preventivní stránku ochrany zájmů spotřebitelů: „Jen poučený spotřebitel se dokáže účinně hájit“. SČS působí v řadě oblastí - pokrývají odbornosti ve vztahu ke kvalitě a bezpečnosti výrobků včetně potravin, technické normalizaci a standardizaci, kvalitě a bezpečnosti služeb včetně služeb finančního trhu aj.