

Reakce Svazu pekařů a cukrářů na snížení spotřebitelských cen pečiva

(Praha, 21. 1. 2020)

Od čtvrtka 16. ledna 2020 se rozhodl obchodní řetězec Lidl snížit ceny některých potravin, mezi nimi je i nejprodávanější pekařský výrobek rohlík. Jedná se o snížení spotřebitelské ceny rohlíku z ceny 1,90 Kč na 1,50 Kč.

Snížení cen pečiva degraduje práci pekařů

Dle Svazu pekařů snížení nebylo na úkor dodavatelských cen z pekáren. Ty sice rostou, ale výrazně pomaleji, než náklady na výrobu a distribuci pečiva. Obchodník si v tomto případě snížil u výrobku vlastní marži, která je u rohlíku dostatečně vysoká. Mohlo by se zdát, že je vše v pořádku. Bohužel toto snížení ceny může mít pro pekaře velmi negativní dopady.



Pokud přistoupí ke stejnému kroku i další řetězce, bude určitě vyvíjen z jejich strany tlak na pekárny ke snížení dodavatelských cen nejen rohlíku, ale i dalších druhů pečiva. Pekárny však nemají již žádný prostor pro snižování nákladů, jsou většinou podkapitalizované a chybí jim zdroje na rozvoj a slušné zaplacení zaměstnanců. Svaz pekařů a cukrářů v ČR proto považuje obchodní rozhodnutí Lidlu za velmi nešťastné. V době ekonomického růstu a zvyšující se koupěschopnosti obyvatelstva není důvod snižovat ceny základních potravin.

Nízké spotřebitelské ceny pečiva, které neodrážejí jeho vnímanou hodnotu, navíc degradují práci českých pekařů v očích spotřebitelů. Česká republika se tímto stává jakousi marketingovou laboratoří velkých obchodníků a nejprodávanější výrobek rohlík zbraní ve „válce řetězců“.

Paradox: rohlík o korunu levněji než před 10 lety

Stanovení spotřebitelské ceny rohlíku je plně v kompetenci obchodu. Nicméně cena 1,90 Kč, za kolik se rohlík běžně v marketech v posledních letech prodával, neodpovídala reálné hodnotě produktu a postrádala podle pekařů jakoukoliv ekonomickou logiku. Vždyť před 10 lety prodával Lidl a ostatní řetězce rohlík za 2,50 Kč – co se za tu dobu změnilo? Náklady na mzdy, energie či služby se zvýšily stejně tak pekařům, jako obchodníkům. Vezměme si názorný příklad z minulosti: před rokem 1989 se rohlík prodával za 30 hal, přitom byla jeho cena ještě dotována státem tzv. zápornou daní z obrátu. Za uplynulých 30 let se náklady pekařům zvedly zhruba 10x – tímto jednoduchým propočtem si můžeme lehce spočítat cenu, za jakou by měl být rohlík prodáván. Odpovídá poměrně přesně ceně rohlíku v pekařských speciálkách, kde si cenu stanoví sami pekaři.

Přijdou zákazníci o čerstvé pečivo?

Pekaři se obávají, že snížená cena rohlíku na 1,50 Kč u jed-

noho z lídrů trhu je signální i pro ostatní obchodní řetězce a může vyvolat řetězovou reakci a pád cen pečiva. To by mohlo vést k existenčním problémům řady výrobců čerstvého pečiva a ukončení jejich výroby. Byla by to určitě špatná zpráva pro spotřebitele, protože by čerstvé pečivo bylo masově nahrazováno v marketech výrobky dopékanými ze zmrazených polotovarů. Češi, kteří si na čerstvé pečivo potrpí, by se museli smířit s unifikovanými výrobky, které k nám budou zmrazené putovat napříč Evropou.

Špatný signál je to i pro regionální maloobchodní sítě a místní prodejny řemeslných pekáren, které rohlík prodávají za mnohem vyšší ceny až na úrovni kolem 2,90 Kč. Zákazníci totiž ztrácí představu o reálné hodnotě produktu, což se projevuje velmi negativně v jejich reakcích na reálně nastavené ceny v tradičním maloobchodě a pekařských speciálkách.

Pokud bychom si měli vyčíslit ekonomický dopad na pekaře, tak ten prezentoval Svaz pekařů na semináři k podnákladovým cenám na Ministerstvu financí. Denní výroba rohlíků je v Česku okolo 13 mil. ks, do řetězců se jich dodává okolo 8 mil. ks. Dodavatelská cena 10 hal pod výrobními náklady znamená pro obor roční ztrátu 290 mil. Kč, které pak chybí na rozvoj, investice, mzdy zaměstnanců.

Pekaři: za kvalitní pečivo dobrou cenu!

Pekařský cech apeluje na pekaře, aby se chovali jako zodpovědní podnikatelé vůči své firmě, zaměstnancům i pekařskému oboru. To znamená, aby vyráběli kvalitní pečivo a požadovali za něj od obchodníků odpovídající cenu, tj. cenu, která pokrývá ekonomicky oprávněné náklady plus přiměřený zisk pro rozvoj pekárny. Neměli by se v žádném případě nechat dotlačit nákupčími řetězců k tomu, aby zhoršovali kvalitu chudší recepturou či snižovali cenu pečiva pod ekonomicky oprávněné náklady a porušovali tak zákon o cenách. Stejně tak vysvětlujeme Svazu obchodu a cestovního ruchu, který sdružuje nadnárodní obchodní řetězce, že by řetězce neměly soutěžit o nejnižší cenu pečiva, ale o jeho nejvyšší kvalitu a čerstvost tohoto výrobku. Proto pekařský svaz připravuje projekt „cechovního rohlíku“, vyráběného s bohatší recepturou pod značkou kvality Česká cechovní norma, který by uvítali jak velcí obchodníci, tak jistě i spotřebitelé.

Ing. Jaromír Dřízal, výkonný ředitel Svazu pekařů a cukrářů v České republice, z.s.