

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee arvamus teemal „Suurte jaemüügikettide ja toiduainete tarnijate kaubanduslikud suhted – praegune olukord” (omalgatuslik arvamus)

(2013/C 133/03)

Raportöör: **Igor ŠARMÍR**

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee otsustas 12. juulil 2012. aastal vastavalt kodukorra rakenduseeskirja artikli 29 punktile A koostada omalgatusliku arvamuse teemal:

„Suurte jaemüügikettide ja toiduainete tarnijate kaubanduslikud suhted – praegune olukord”.

Asjaomase töö ettevalmistamise eest vastutav põllumajanduse, maaelu arengu ja keskkonna sektsioon võttis arvamuse vastu 9. jaanuaril 2013.

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee võttis täiskogu 487. istungjärgul 13.–14. veebruaril 2013 (13. veebruari 2013 istungil) vastu järgmise arvamuse. Poolt hääletas 79, vastu hääletas 6, erapooletuks jäi 2.

1. Järeldused ja soovitused

1.1 Komitee märgib, et suured jaemüügiettevõtjad moodustavad kõikides riikides oligopoli. Turuosa kajastava statistika kohaselt kontrollib väike arv jaemüüjaid kõikjal suuremat osa turust. Komitee leiab, et sellise oligopolistliku turgu valitseva seisundi tõttu on neil ettevõtjatel võrreldes tarnijatega väga tugev läbirääkimispositsioon, mis võimaldab neil dikteerida kaubanduslikke tingimusi, mis ei ole kaugeltki tasakaalustatud.

1.2 Komitee märgib, et oligopoli moodustavad jaemüügiettevõtjad konkureerivad üksteisega vaid tarbijate osas. Nad võitlevad omavahel uute tarbijate soosingu pärast, ent tarnijate osas ei avaldu nende konkurents sugugi. Ent ka jaemüügikettide omavaheline konkurents tarbijate osas avaldub peamiselt jaemüügihinnas ning selles ei arvestata piisavalt kvaliteediga lahutamatu seotud sotsiaalseid ja keskkonnapunkte⁽¹⁾.

1.3 Komitee märgib, et hinnakujunduses ja turuosaliste kasumimarginaalides valitseb suur hägusus. Suurte jaemüügikettide kasutatav mahahindlus tähendab seda, et tarnijatele makstud ostuhind ei kajasta nende toodete eest tegelikult saadud tulu.

1.4 Komitee on veendunud, et kui ühel lepingupoolel on võimalik dikteerida oma kaubanduspartneritele enda tingimusi, siis puudub lepinguvabadus. Komitee hinnangul ilmneb tõelise lepinguvabaduse puudumine selles, et suured jaemüügiketid kasutavad toiduainete tarnijatega suhtlemisel kuritarvitavaid ja konkurentsi kahjustavaid tavaid. Kuritarvitused ei kahjusta mitte ainult tootjaid, vaid ka tarbijaid (eriti pikas perspektiivis).

Üldiselt kahjustab kuritarvituste praegune ulatus üldisi huve, täpsemalt liikmesriikide majandushuve.

1.5 Komitee hinnangul esinevad erilist muret valmistavad kuritarvitused ainult suurte jaemüügikettide ja toiduainete tarnijate vahelistes suhetes. Neid ei kasuta toiduainetööstus põllumajandustootjatega suhtlemisel ega suured jaemüügiketid muu kui toiduainete tarnijatega suhtlemisel.

1.6 Komitee märgib, et mõnedes liikmesriikides on põllumajandustootjate ja töötajate püüeid moodustada tootjarühmi riikide konkurentsiametid karistanud, sest viimased hindavad nende rühmade turuosa suurust ainult riiklikku tootmist arvesse võttes.

1.7 Komitee täheldab turutõrget, kuna olukord ebapiisavalt reguleeritud turul aina halveneb.

1.8 Komitee on seisukohal, et täheldatud moonutuste kaotamiseks ei ole iseregulatsioon piisav lahendus. Neid kaubandus-suhteid ei aita tasakaalustada ka nn eetikakoodeksid. Kuritarvituste olemus ise tingib nende tavade seadusega keelustamise ja õigustab seda.

1.9 Komitee kutsub Euroopa Komisjoni üles alustama tööd oligopolide küsimusega, et uurida nende tegelikku võimu ja mõju – seda, kas ja mil määral on nende mõju võrreldav monopolide omaga, ning muuta sellest tulenevalt asjakohasel viisil konkurentsieeskirjade aluseks olevaid põhimõtteid.

⁽¹⁾ Komitee arvamus teemal „Ühenduse põllumajandusmudel: tootmis-kvaliteet ja tarbijate teavitamine kui konkurentsivõime tegurid“, ELT C 18, 19.1.2011, lk 5–10.

1.10 Komitee kutsub komisjoni üles samuti tunnistama lepinguvabaduse puudumist suurte jaemüügikettide ja toiduainete tarnijate suhetes.

1.11 Komitee kutsub komisjoni üles pakkuma välja lahendusi süsteemi läbipaistvamaks muutmiseks. Ideaalne oleks rakendada suurte jaemüügikettide mahahindlusi eelneval turul ehk sundida jaemüüjaid lisama tarnijate poolt neile tasutud eri teenuste maksumuse toote ostuhinnale. See võimaldaks näha, kui palju tarnija oma toote eest tegelikult saab.

1.12 Komitee kutsub komisjoni üles esitama selgeid suuniseid riikide konkurentsiametitele, et nad saaksid tootjarühmade läbirääkimispositsiooni tugevuse hindamisel arvesse võtta kogu asjaomast turgu, st kõiki konkreetse riigi turul pakutavaid sama kategooria toiduaineid ja mitte ainult neid, mis on selles riigis toodetud.

1.13 Komitee kutsub Euroopa Komisjoni üles loobuma viivitamata turu iseregulatsiooni ideest ja esitama ettepaneku siduva õigusakti vastuvõtmiseks, et parandada olukorda toiduainete tarneahelas, soodustades moonutamata konkurentsi. Reguleerimise käsitlus ei peaks põhinema konkurentsi kaitsel, vaid võimaldama liikmesriigil, kelle majandushuvid on ohus, sekkuda haldus- ja kohtumenetlustes hagejana.

1.14 Komitee leiab, et seadusandlus peaks lisaks turuloolikale lähtuma nn ühiskondlikust valikust, mis aitaks peatada suundumust turu koondumiseks üha mõjukamate suurte jaemüügikettide kätte ja edendada kaubanduse muid vorme, nagu väikesed sõltumatud jaemüüjad, kohalikud turud või kaupade otsemüük tootjalt tarbijale. Siinkohal palub komitee komisjonil pöörata ettevalmistusel olevates toidu- ja raiskamise vastu võitlemist käsitlevates dokumentides eritähelepanu lühematele jaotusvõrkudele.

2. Taust

2.1 Muutuv nägemus suurtest jaemüügikettidest

Suurte jaemüügikettide ja toiduainete tarnijate kaubanduslike suhete teema tekitab üha rohkem huvi või lausa ka muret. Kümme aastat tagasi oli see aga tabuteema mitte ainult ELi ametiasutuste ja institutsioonide, vaid ka suurema osa ajakirjanike jaoks (2), seda vaatamata asjaolule, et esimesed katsed seda

küsimust õiguslikult reguleerida pärinevad Prantsusmaalt 1992. aastast ja et aastatel 1999–2000 viis Ühendkuningriigi konkurentsikomisjon läbi uuringu suurte jaemüügikettide valitseva seisundi kuritarvitamise kohta toiduainete tarnijatega suhtlemisel, milles jõuti järeldusele, et supermarketid kuritarvitavad oma ostujõudu (see mõiste peegeldab peamiselt ostja võimalust saavutada soodsamaid ostutingimusi kui see oleks võimalik täielikult konkurentsile avatud turul (3)). Üldiselt käsitati suuri jaemüügikette üldhuvi pakkuva nähtusena, mis toob kasu kõigile, ja selle arengut peeti koguni riigi majandusliku elujõulisuse näitajaks. Ametiasutused ja meedia rõhutasid peamiselt selle vaieldamatuid eeliseid, eelkõige tarbijate võimalust osta peaaegu kõike ühest ja samast kohast ja soodsa hinnaga, ning muid pakutavaid võimalusi (nt piisav hulk parkimiskohti) ja teenuseid. Viimase viie aasta jooksul on olukord radikaalselt muutunud ja ELi institutsioonid on sellel teemal avaldanud mitmeid kriitilisi dokumente.

2.2 Suurte jaemüügikettide oligopolistlik turuseisund

2.2.1 Suured jaemüügiketid hakkasid kiiresti arenema umbes 30 aastat tagasi, olles tihedalt seotud üleilmastumise protsessiga. Tegelikult on enamik suurtest kaubandusettevõtjatest, mis praegu jaemüügiturgu kontrollivad, rahvusvahelised. Neil on palju paremad võimalused saada kasu üleilmastumisest tulenevatest uutest tingimustest kui väikestel ja keskmise suurusega ettevõtjatel (VKE-d).

2.2.2 Rahvusvaheliste ettevõtjate (sealhulgas suurte jaemüügikettide) esilekerkimine toimub sageli VKEde arvelt. Paljudes valdkondades kontrollib väike arv rahvusvahelisi suurettevõtjaid suuremat osa asjaomases turust. Lisaks jaemüügiettevõtjatele on see nii näiteks farmaatsia-, toiduaine- ja seemnetööstuses (4), naftatöötlemise ettevõtjates, pangandussektoris ja mujal. Need rahvusvahelised ettevõtjad ei ole monopolid, enamasti peavad nad samal turul konkureerima teiste rahvusvaheliste ettevõtjate või koguni VKEdega, mistõttu ei peeta nende seisundit turgu valitsevaks (5).

2.2.3 Euroopa suured jaekaubandusettevõtjad osalevad aktiivselt kogu maailmaturu vallutamises. Paljudes riikides tegutsevad praegu Suurbritannia jaemüüja Tesco, Prantsuse jaemüüjad Auchan ja Carrefour, Saksamaa ning Austria rahvusvahelised jaemüügiketid Kaufland, Lidl, Metro või Billa ning Madalmaade ettevõtja Ahold.

(2) Üks vähesed eksperte, kes sõandas avalikult hukka mõista suurte jaemüügikettide turupositsiooni kuritarvitused, oli Christian Jacquiau. Ta kirjutas raamatu „Coulisse de la grande distribution” ja avaldas 2002. aasta detsembris ajakirjas *Le Monde diplomatique* artikli pealkirjaga „Racket dans la grande distribution à la française”.

(3) Rahvusvaheline tarbijakaitseorganisatsioon Consumers International, „The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?”, 2012, lk 2.

(4) 2009. aastal kontrollis 80 % maailma seemneturust vaid kümme ettevõtet, samas kui 25 aastat tagasi osalesid seemnete valikul ja müügis sajad ettevõtte. Sama kehtib põllumajanduskemikaalide turu kohta.

(5) British Institute of International and Comparative Law, „Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain”, 23. aprill 2012, lk 4.

2.2.4 Selle tulemusena kontrollib väike arv jaemüüjaid tõhusalt eri riikide toidukaupade jaemüügiturgu. Näiteks Saksamaal kontrollivad neli ettevõtet 85 % turust, Ühendkuningriigis samuti neli ettevõtet 76 % turust, Austrias kolm jaemüüjat 82 % turust, Prantsusmaal ja ka Madalmaades viis ettevõtet 65 % turust ja nii edasi ⁽⁶⁾. Selline olukord peegeldab asjaolu, et ühelt poolt ei ole ühelgi jaemüüjal ametlikult turgu valitsevat seisundit, kuid teisalt kontrollivad kolm kuni viis ettevõtet suuremat osa turust ja moodustavad oligopoli.

2.2.5 Oligopolide liikmed konkureerivad kahtlemata omavahel, aga ainult tarbijate osas. Konkurentsi tarnijate ja eriti VKEdes osas ei esine sugugi. Erinevalt tarnijatest, keda on palju rohkem, on ostjatel palju valikuvõimalusi. Teisisõnu peavad tarnijad tegema suuri jõupingutusi ja palju järeleandmisi oma kaupade edasimüümiseks, samas kui ostjad valivad need tarnijad, kelle tingimused on nende jaoks kõige „paindlikumad”.

2.2.5.1 Samas loodab tootja õigustatult saada eluterves ja lojaalses kaubandussuhtes jaemüüjatega õiglase osa lisaväärtusest ning sellepärast eeldatakse tootjalt ka seda, et ta võtab arvesse jaemüüja vahendatavaid signaale tarbijate ootuste kohta. Tootjad, kes suudavad olla innovaatilised ja kohandada oma toote valmistamist ja esitlemist nõudlusele, on läbirääkimistel tugevama positsioonil.

2.3 Kuritarvitused

2.3.1 Suured jaemüüjad võivad tänu oma ostujõule dikteerida lepingutingimusi, mille olemus on selline, et neid võib sageli näha ostujõu kuritarvitamisena. Selliseid lepingutingimusi nimetatakse ka kuritarvitavateks või ebaõiglasteks tavadeks, millest on korduvalt koostatud mitteammendavaid loetelusi. Lisaks pidevale (madalama) ostuhinna survele, hilinevad maksetele või liiga pikkadele maksetähtaegadele on suured jaemüügikettid kuritarvitavate tavade kaudu põhjalikult muutnud tarnija ja ostja klassikalist koostöömudelit. Veidi lihtsustades võib öelda, et traditsiooniliselt leppisid lepingupooled kokku tarnitavate kaupade koguses ja hinnas, samuti muudes vajalikes tingimustes, misjärel tarnija tarnis kaubad ja ostja maksis nende eest. Suurte jaemüügiketide turule saabumisele on see mudel radikaalselt muutunud. Nüüd on tarnijad, kellele makstakse nende toodete eest üha vähem, sunnitud maksma üha rohkem või tegema muid järeleandmisi vastutasuks ostja teenuste eest. Seega need, kes peaksid saama raha, saavad hoopis arveid!

Tasub märkida, et suurteil jaemüügikettidel õnnestus see uus mudel edukalt kehtestada – see on nüüd üldtunnustatud ega üllata enam mitte kedagi, kõige vähem pädevaid ametiasutusi.

2.3.2 Üldiselt võib öelda, et kõige levinumad kuritarvitused on seotud tarnija ja ostja vaheliste suhete kahe aspektiga ⁽⁷⁾. Neist esimene hõlmab kaubanduskulude, nimelt reklaami- ja turunduskulude, kaupluste inventarikulude, jaotuse ja üksikute kaupluste juhtimisega seotud kulude ülekandmist ostjalt tarnijale. Jaemüüjad püüavad seda eesmärki saavutada tarnijatele kehtestatud eri tasude kaudu, nagu näiteks toote müügiavalikusse lisamise tasu või reklaamvoldikute tasu. Teine aspekt seisneb selles, et jaemüüja kannab tarnijale üle ettevõtlusrisi kulud, mis tegelikkuses tähendab kokkulepitud ostuhinna hilisemat muutmist sõltuvalt sellest, kui hästi konkreetne toode lõpptarbijale müügiks läheb. Sel juhul kannab kõik müügiprognoosist kõrvalekaldumise kulud tarnija. Teise eesmärgi saavutab jaemüüja lõpliku netohinna kindlaksmääramise keerulise süsteemiga (eri tüüpi preemiad tootluse eest). Mõlemad mehhanismid moonutavad lihtsat ärimudelit, mille kohaselt tootja kannab tootmiskulud ja kaupleja kaubanduskulud.

2.3.3 See uus jaemüüjate ja tarnijate suhete mudel loodi ettekäändel, et suureneva konkurentsi tingimustes on jaemüügiturul vaja tihedamat kaubanduskoostööd. Jaemüüjate põhjenduste kohaselt peaks olema tarnijate huvides suurendada oma toodete müüki, mistõttu on täiesti õigustatud, et nad osalevad kaubanduskulude rahastamisel. Ehkki seda arusaama ei jaga kaugeltki kõik, ei jää tarnijatel muud üle kui seda aktsepteerida. Suured jaemüügikettid aga ei piirdu sellega ja sellises laiendatud kaubanduskoostöös esineb veelgi ennekuulmatumaid kuritarvitusi. Olgu siis tegemist tegelikult osutatud teenuste selge ülemaksustamisega või puhtalt fiktiivsete teenuste eest arve esitamisega. Viimast nimetatakse põhjendamatu arve esitamiseks, sest sellel pole tegelikult mingit alust. Näitena võib tuua arveid „stabiilse koostöö eest”, „arve koostamise eest”, „arve maksmise eest” või isegi „ettevõttepeo kulude hüvitamises osalemiseks”. Nii uskumatu kui see ka ei tundu, on jaemüüjad toidukaupade tarnijatele tõepoolest sellise sisuga arveid esitanud.

2.3.3.1 Prantsuse Rahvussamblee liikmed on tuvastanud rohkem kui 500 põhjendust, mille on esitanud suured ostukeskused eesmärgiga saada sedasi oma tarnijatelt täiendavat kasu ⁽⁸⁾.

⁽⁶⁾ Consumers International, „The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?”, 2012, lk 5.

⁽⁷⁾ British Institute of International and Comparative Law, „Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain”, 23. aprill 2012, lk 4.

⁽⁸⁾ Christian Jacquiau, „Racket dans la grande distribution à la française”, Le Monde diplomatique, detsember 2002, lk 4–5.

2.3.3.2 Euroopa Liidu toiduaine- ja joogitööstuste konföderatsiooni (FoodDrinkEurope) ja Euroopa kaubamärgiomanike assotsiatsiooni (AIM) andmetel kannatas 2009. aastal lepingutingimuste rikkumise all 84 % suurte jaemüügikettide Euroopa tarnijatest; 77 % tarnijate tooted ähvardati müügivalikust välja jätta, kui nad ei paku jaemüüjatele põhjendamatuid eeliseid; 63 % tarnijatest oli sunnitud leppima arvel esitatud hinna alandamisega ilma veenva kaubandusliku põhjusega; 60 % tarnijatest oli sunnitud tegema makseid, millel polnud tegelikult mingit alust.

2.3.4 Suurte jaemüügikettide mahahindlused, mille alusel nad tarnijatele arveid esitavad, muudavad hinnasüsteemi täiesti läbi paistmatuks. Ei tarnija ega ükski välisvaatleja ei tea tegelikku ostuhinda. Topelt kasumimarginaalil põhinev kaubanduspoliitika tekitab suuri probleeme nii tarbijatele kui ka tarnijatele ⁽⁹⁾. Kehtestada tuleks läbipaistvam süsteem.

2.4 Tõelise lepinguvabaduse puudumine

2.4.1 Tarnijad lepivad selle neile väga ebasoodsa süsteemiga, kuna neil pole muud valikut. Oma toodete müümiseks ei saa nad mööda vaadata suurtest jaemüüjatest ja jätkavad seetõttu nendega müügilepingute sõlmimist nii kaua, kui see koostöö tagab neile vähemalt minimaalse kasumimarginaali. Tegelikuses on eri jaemüüjate turupositsiooni kuritarvitused peaaegu identsed, mistõttu ei saa öelda, et eelistatav oleks teha koostööd pigem ühe kui teise jaemüüjaga. Neid kaubandussuhteid ümbritseb hirmuatmosfäär (toote müügivalikust väljajätmise oht), mida tunnistatakse isegi ametlikes dokumentides ⁽¹⁰⁾.

2.4.2 Ebaõiglaste lepingutingimuste kasutamist peetakse tavaliselt ebaetiliselt. Kuid eespool kirjeldatud kuritarvitusi arvestades näib see määratlus ebapiisav. Olukorras, kus kaubandus-tingimusi dikteerib kõige tugevam pool ja kus teisel poolel ei ole reaalselt võimalik neist tingimustest keelduda, oleks kohane rääkida pigem väljapressimisest. Nisuguse olukorra puhul ei ole ka asjakohane rääkida lepinguvabadusest, millele jaemüüjad ja pädevad asutused sageli viitavad. Samuti nagu lepinguvabadust ei saa eeldada loomulike monopolide (elektri- ja gaasitarnijad jms) ja tarbijate suhetes, oleks eksitav niiviisi määratleda ka suurte jaemüügikettide ja toiduainete tarnijate suhete tegelikust.

2.5 Turupositsiooni kuritarvituste tagajärjed ja ohvrite väljaselgitamine

2.5.1 Suurte jaemüügikettide kuritarvitavate tavade kasutamine avaldab negatiivset mõju mitte ainult tarnijatele, vaid ka tarbijatele. Tarnijad, eriti väikesed ja keskmise suurusega tootjad, satuvad seetõttu sageli väga raskesse majandusliku olukorda, mis võib viia ettevõtja tegevuse lõpetamiseni, mida aeg-ajalt juhtubki. Suured toiduettevõtjad tulevad selle olukorraga palju paremini toime, sest nad suudavad tarnitud toodete madalat hinda kompenseerida toodete suurema kogusega. Lisaks on nendel rahvusvahelistel toiduettevõtjatel ka piisavalt tugev läbirääkimispositsioon: suured jaemüügiketid ei taha nende toodetest ilma jääda, mistõttu ei saa nad neid kohelda samamoodi nagu VKEsid. Selle tulemusena moodustavad näiteks Prantsusmaal 70–80 % supermarketite käibest umbes kahekümne suure rahvusvahelise kontserni tärned ⁽¹¹⁾.

2.5.2 Mis puutub tarbijatesse, kes on pädevate asutuste hinnangul peamised sellest süsteemist kasu saajad, siis tegelikkus ei ole sugugi nii roosiline kui näidata tahetakse. Nimelt viitavad mitmed tegurid sellele, et kuritarvitused suhetes tarnijatega avaldavad omakorda negatiivset mõju ka tarbijatele. Ühelt poolt ei saa tarbijad madalast ostuhinnast alati kasu ⁽¹²⁾ ja teisalt muutub valik piiratumaks, innovatsiooni on vähem, paljude toiduainete kvaliteet halveneb pideva ostuhinna surve tõttu ja lõpuks tõuseb ka jaemüügihind ⁽¹³⁾.

2.5.2.1 Suurtel jaemüügikettidel on ka üsna suur sotsiaalne mõju, kuna nende toimimisviis on raputanud ühiskonnaelu teatud tabusid. Näiteks ei ole pühapäev enam nii püha kui varem, kuna hüper- ja supermarketid on avatud kõigil nädalapäevadel või isegi ööpäev läbi, ja see toob kaasa tagajärgi töötin- gimustes.

2.5.3 Lisaks toiduainesektorile mõjutab suurte jaemüügiket- tide tegevus ka paljusid teisi valdkondi. Kuid kõnealuse kuritar- vitamise ohvriteks on eelkõige toiduainete tootjad. Põhjuseid on ilmselt mitu, üks neist on kindlasti see, et muu kui toiduainete

⁽⁹⁾ Komitee arvamus teemal „Toiduainete tarneahela parem toimimine Euroopas“, ELT C 48, 15.2.2011, lk 145–149.

⁽¹⁰⁾ Nt komisjoni aruanne „Tõhusam ja õiglasem siseturg kaubanduse ja turustuse valdkonnas 2020. aastaks“ COM(2010) 355 final, lk 8, või British Institute of International and Comparative Law, „Models of Enforcement in Europe for Relations in the Food Supply Chain“, 23. aprill 2012, lk 3.

⁽¹¹⁾ Marie-Sandrine Sgheri, „La machine à broyer des PME“, Le Point nr 1957, Pariis, 18. märts 2010, lk 88–89.

⁽¹²⁾ Näiteks 2009. aasta piimakriisi ajal jätkasid supermarketid veel kuude jooksul tarbijatele piima müümist sama hinnaga kui varem, vaatamata tootjatelt sisseostuhinna olulisele langusele.

⁽¹³⁾ Consumers International, „The relationship between supermarkets and suppliers: What are the implications for consumers?“, 2012, lk 12, aga ka komitee arvamus, ELT C 255, 14.10.2005, lk 48.

tootjad saavad valida enamate turustamisvõimaluste vahel. Lisaks supermarketitele on rõivaste, kodumasinade, raamatute või spordivarustuse tootjatel olemas spetsialiseerunud kaupluste võrgud. Seega on õigustatud käsitleda konkreetsetelt suurte jaemüügikettide ja toiduainete tarnijate suhteid.

2.5.4 Ilmnenu kuritarvitused on palju haruldasemad põllumajandustootjate ja toiduainetööstuse vahelistes suhetes, milles toiduainetööstuse ettevõtjatel on samuti märkimisväärne ostujõud. Kui ühelt poolt on ostuhinna läbirääkimised sageli üsnä rasked, siis teisalt ei nõua tööstus üldiselt oma toorainetarnijalt toetust näiteks uue villimisliini ostmiseks – erinevalt suurest jaemüügiketist, kes nõuab oma tarnijalt pidevat toetust oma kaupluse ajakohastamiseks või uue kaupluse avamiseks.

2.5.5 Kokkuvõtvalt öeldes leiab suurem osa ilmnenu kuritarvitustest aset supermarketi ja toiduainete tarnija vahelistes suhetes. Ent võttes arvesse nimetatud kuritarvituste tagajärgi ja esinemise ulatust, on neil ka kolmas ohver: riigi majandushuvi. Asjaolu, et osa tarnijaid ei ole võimelised vastama suurte jaemüügikettide nõudmistele, ja sellega kaasnevad majanduslikud raskused viivad kogu põllumajandusliku toiduainesektori allakäiguni paljudes riikides. Mõned riigid, mis suutsid kunagi ennast ise toiduainetega varustada, on niiviisi kaotanud oma toiduga kindlustatuse, mis on eriti ohtlik just praegu.

2.6 Võimalikud lahendused

2.6.1 Juba mõnda aega on suurte jaemüügikettide kuritarvitavad tavad oma tarnijatega suhtlemisel saanud nii liikmesriikide ametiasutuste kui ka ELi institutsioonide üha konkreetsema kriitika osaliseks. Esimese väga kriitilise sisuga dokumendi võttis vastu Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee 2005. aastal⁽¹⁴⁾. Aga tõelise arutelu sel teemal käivitas eelkõige Euroopa Parlamendi liikmete kirjalik deklaratsioon⁽¹⁵⁾, mille allkirjastas suurem osa parlamendiliikmetest 2008. aasta jaanuaris. Sellele deklaratsioonile järgnes mitmeid komisjoni, parlamendi ning komitee dokumente ja uuringuid⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁴⁾ Komitee arvamus teemal „Suured jaemüügiketid: suundumused ning nende mõju talunikele ja tarbijatele“, ELT C 255, 14.10.2005, lk 44–49.

⁽¹⁵⁾ Kirjalik deklaratsioon nr 0088/2007 Euroopa Liidus tegutsevate suurte selvehallide jõupositsiooni kuritarvitamise uurimise ja selle vastu võitlemise kohta.

⁽¹⁶⁾ Komitee arvamus teemal „Toiduainete tarneahela parem toimimine Euroopas“, ELT C 48, 15.2.2011, lk 145–149.

2.6.1.1 Euroopa konkurentsivõrgustik, mis ühendab Euroopa Komisjoni ja 27 liikmesriigi konkurentsiameteid, on pärast komisjoni teatist toiduainete tarneahela parema toimimise kohta avaldanud oma aruande. Komisjoni teatistes kutsuti konkurentsiameteid üles kasutama Euroopa konkurentsivõrgustiku raames ühist lähenemisviisi, et paremini avastada toiduainete turgudele iseloomulikke püsivaid probleeme ja kooskõlastada kiiresti edasist tegevust. Komisjon on loonud toiduainete tarneahela parema toimimise kõrgetasemelise foorumi, mis tugineb paljude eksperdifoorumite tööle, sealhulgas ettevõtjatevahelisi (*business to business*) lepingutavasid käsitlev foorum, mille ülesanne oli sobivaima meetodi määratlemine ebaausate tavade ärahoidmiseks. Pärast seda, kui põllumajandusliku toidutööstuse ahela kõik osalejad jõudsid kokkuleppeni ühiste aluspõhimõtete osas, tehti foorumile ülesandeks saavutada nende põhimõtete elluviimisel konsensus. Seni ei ole kõik pooled jõudnud rahuldava kompromissini vabatahtliku koodeksi näol.

2.6.2 Olukord on muutunud poliitiliselt tundlikuks ja ametiasutusi kutsutakse üles sellele viivitamata reageerima. Kuid turu reguleerimine ainuüksi turujõudude abil on läbi kukkunud ja seda ei peeta tänapäeval enam eriti optimaalseks lahenduseks, kuna viimastel aastakümnetel on reguleerimata kaubandussuhete süsteem muutnud probleemid üha teravamaks. Võimalikeks lahendusteks peetakse turu reguleerimist, iseregulatsiooni või tootjate ja töötajate rühmade moodustamist vastukaaluks suurtele jaemüügikettidele.

2.6.3 Eetikakoodeksid on nn leebe lahendus. Need kujutavad endast vabatahtlikku lubadust hoiduda kõnealustest tavadest. Iseregulatsioon on vastu võetud Ühendkuningriigis, Hispaanias ja Belgias. Tulemused ei ole ei rahuldavad ega veenvad. Lisaks sellele, et isereguleerimine ei ole andnud positiivseid tulemusi, tõstatuvad seoses eetikakoodeksitega ka filosoofilised küsimused. Nimelt tekib rahvusvahelise ettevõtja puhul küsimus, millist eetikakoodeksit kohaldada? Kas äriühingu juhtide, aktsionäride või äriühingu enda oma? Rahvusvahelise ettevõtjate tõelised omanikud on aktsionärid, kes on sageli anonüümsed ja kelle jaoks aktsiate omamine on sageli puhtalt finantsinvesteering. Aktsionärid ei vastuta isiklikult ettevõtja käitumise ega võimalike kuritarvituste eest. Sellest tulenevalt ongi suurte jaemüügikettide puhul keeruline käsitleda eetikat asjakohase näitajana.

2.6.4 Euroopa Komisjon ja teised organid soovivad tungivalt põllumajandustootjatel ning väikestel ja keskmise suurusega ettevõtjatel koonduda, et parandada oma läbirääkimispositsiooni ärikohtumistel ostjatega suurtest jaemüügikettidest. Kuid mõnes liikmesriigis, kus ettevõtted on sedasi koondunud, on riigi

konkurentsiametid seda algatust karistanud ettekäändel, et tegemist on nn kartellikokkuleppega. Nimelt leidsid kohalikud ametiasutused, et nende tootjarühmade kontrollitav turuosa on liiga suur, ent nad arvestasid ainult kodumaist toodangut ja mitte teistest riikidest pärit tooteid. Raskesti mõistetavatel põhjustel ei arvesta ametiasutused ettevõtja valitsetava turuosa määratlemisel kõiki riiklikul turul pakutavaid tooteid.

2.6.5 Paljud liikmesriigid on turu reguleerimiseks teinud rohkem või vähem julgeid katseid. Mõned riigid on keelustanud teatud tavad (nt pooltes liikmeriikidest on kehtestatud omahinnast odavamalt müümise keeld), samas kui teistes riikides, näiteks Ungaris, Itaalias, Tšehhi Vabariigis, Rumeenias, Slovakkias ja Poolas, on vastu võetud eraldi valdkondlikud õigusaktid. Mõnedes riikides, näiteks Lätis ja Prantsusmaal, on muudetud standardeid. Viimastel aastatel on suurte jaemüügikettide ebaõiglase tegevuse keelustamise seadused vastu võetud ka mitmes postkommunistlikus Kesk- ja Ida-Euroopa riigis. Põhjuseks on ilmselt asjaolu, et olukord neis piirkondades on eriti murettekitav. Erinevalt Lääne-Euroopast on suured jaemüügiketid seal peaaegu täielikult välismaiste ettevõtjate kättes, kellel on eelistatud sidemed tarnijatega oma päritoluriigist või riikidest, kus nad on kauem asutatud olnud. Selle tulemuseks on põllumajandusliku toiduainesektori allakäik kõnealuses piirkonnas.

2.6.6 On tõsi, et selliste seaduste jõustamine ei ole lihtne, eriti kuna kuritarvituste all kannatavad tarnijad kardavad püsijäämise ohus hagi esitada. Sellele vaatamata on õigusaktid sobivam lahendus kui eetikakoodeksid. Seda ühelt poolt sellepärast, et kuritarvitused ei ole mitte ainult ebaeetilised, vaid vastuolus ka õigluse üldpõhimõtetega. Kui jätta kõrvale jõustamisega seotud probleemid, on juba ainuüksi see piisav argument nende tavade seadusega keelustamiseks. Teisalt aga sellepärast, et süstemaatiline seadusandlik töö on Prantsusmaal juba teatud määral vilja kandnud ⁽¹⁷⁾.

2.6.7 Komisjon tunnistab probleemide olemasolu, ent eelistab praegu pigem turu iseregulatsiooni ja kritiseerib Euroopa õigusruumi killustatust. Tegelikult ei ole eri liikmesriikides vastu võetud seadused omavahel eriti kokkusobivad.

Siiski oleks ainus võimalus selle killustatuse ja kokkusobimatuse kaotamiseks võtta vastu siduvad Euroopa eeskirjad. Komitee kutsub komisjoni tungivalt üles astuma selles suunas vajalikke samme. Praktilistel kaalutlustel näib asjakohane mitte võtta võimalike Euroopa eeskirjade aluseks konkurentsi kaitsmise põhimõtet, mis kohustaks tarnijaid kui kannatanuid pöörduma suurte jaemüügikettide vastu võitlemiseks kohtusse. Prantsusmaa käsituse kohaselt peaks hagejana esinema riik, kelle majandushuvi on samuti kaalul. See võimaldaks vältida hästi tuntud probleeme seoses tarnijate hirmuga hagi esitada.

2.6.7.1 Eeskirjades tuleks muuta kohustuslikuks kirjalikud lepingud, milles on määratletud lepingu kestus, müüdava toote kogus ja omadused, hind ning tarne- ja maksetingimused, vastasel juhul on leping tühine. Maksta tuleks kergesti riknevate toodete puhul seadusega määratud tähtpäevaks 30 päeva jooksul ja muude toodete puhul 60 päeva jooksul, maksimisega viivitamisel tuleb maksta trahvi. Keelatud peaks olema eelkõige järgmine:

- ostu-, müügi- või muude siduvate lepingutingimuste, samuti lepinguväliste või tagasiulatuvate tingimuste otsene või kaudne dikteerimine;
- erinevate tingimuste kohaldamine võrdväärsete teenuste puhul;
- selliste kohustuste seadmine lepingute sõlmimise ja täitmise ning kaubandussuhete jätkamise ja regulaarsuse tingimuseks, millel pole lepingu eseme ega kõnealuse kaubandussuhtega mingit seost;
- selliste ühepoolsete eeliste alusetu saavutamine, mis on kaubandussuhete olemust või ulatust arvestades põhjendamatud;
- mis tahes muu ebalojalne käitumine kaubandussuhte kui terviku osas.

Brüssel, 13. veebruar 2013

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee
president
Staffan NILSSON

⁽¹⁷⁾ Pettuste vastu võitlemise, konkurentsi ja tarbimise peadirektoraadi hinnangul on supermarketite mahahindlused langenud mõistlikule tasemele.