



Asociace
pro mezinárodní
otázky
Association
for International
Affairs

Briefing Paper 14/2015

Kvalita potravin a daně na dětské zboží: doháníme Západ?

—

Říjen 2015

Kvalita potravin a daně na dětské zboží: doháníme Západ?

—

Kryštof Kruliš

Říjen 2015

Briefing paper byl připraven pro setkání s poslancem Evropského parlamentu Pavlem Svobodou (KDU-ČSL/EPP), předsedou Výboru pro právní záležitosti. Akce byla podpořena Konrad Adenauer Stiftung.



Konrad
Adenauer
Stiftung



Kvalita a cena potravin v ČR a v Německu

Jedním z témat kampaně před volbami do Evropského parlamentu v České republice byla i otázka kvality (a potažmo i ceny) potravin ve srovnání se zeměmi původní starších členských států, zejména pak s Německem. Poukazováno bylo především na to, že výrobci jeden a tentýž výrobek produkuje ve dvou kvalitách, jeden pro západní spotřebitele a druhý pro spotřebitele z východu EU. Na východě přitom tyto výrobky s nižší kvalitou nezdědka bývají nabízeny **dokonce za vyšší ceny**. Spotřebitelé z východních států EU, přestože mají nižší koupěschopnost, vlastně dotují levnější a kvalitnější výrobky pro západní spotřebitele.¹

Rozdíly ve složení (potažmo kvalitě) a cenách potravin potvrzuje řada studií z nedávné doby. Předmětem srovnávacích testů bývá srovnání potravin prodávaných v **České republice a v Německu**. Při srovnávání cenové hladiny pro spotřebitele je však třeba zohlednit skutečnost, že v Německu se na podstatnou část potravin uplatní snížená sazba **DPH 7 %**, zatímco v České republice je převážná část potravin v sazbě **DPH 15 %**.² Test srovnávací v těchto dvou zemích základní (nezlevněné) ceny některých konkrétních potravin identifikoval jako levnější v Německu například *tuňáka v olivovém oleji, jahodovou zmrzlinu* či *cukrovinky pro děti* (vše vždy od totožného výrobce a ve stejné variantě výrobku).³ Ceny se u těchto výrobků lišily o 35 % – 50 %, což nelze vysvětlit jen s ohledem na nižší DPH v Německu.

Odborné studie se většinou nezabývají přímo kvalitou potravin, protože jde o vlastnost s výrazně subjektivní hodnotící složkou, ale snaží se odhalit rozdíly ve složení mezi některými výrobky stejné značky v České republice a v Německu. Například při zkoumání Vysoké školy chemicko-technologické byly nalezeny **rozdíly u 1/3 testovaných výrobků**, zatímco u **2/3 výrobků bylo identifikováno totožné složení v České republice i v Německu**.⁴ Rozdíly ve složení byly v České republice nejčastěji následujícího charakteru: ke slazení se ve větší míře používají náhražky cukru (např. glukózo-fruktózový sirup, fruktóza či steviol-glykosidy), výrobky obsahují menší procento tukové složky či složky masa a v některých případech používají k dobarvování karmín. Oproti tomu v Německu bylo u rozdílného složení častěji identifikováno slazení cukrem, větší poměr složky tuku či masové složky ve výrobku a barvivo na bázi červené řepy.

¹ Kopecký Josef. „Svoboda: Východní spotřebitelé koupí horšího výrobku dotují západní“ iDNES.cz, 3.3.2014, dostupné na: http://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-lidrem-eurokandidatky-kdu-csl-svobodou-fwy/-domaci.aspx?c=A140303_165620_domaci_kop [18/10/2015].

² Evropská komise. „VAT Rates Applied in the Member States of the European Union“ Taxud.c.1(2015) – EN, situace k 1.1.2015.

³ Potravinářská komora ČR. „České potraviny rozhodně nejsou díky řetězcům levnější“ Tisková zpráva 3.7.2015, dostupné na <http://www.ceskapotravina.net/content/tiskova-zprava-potravinarske-komory-cr-ceske-potraviny-rozhodne-nejsou-diky-retezcum> [21/10/2015].

⁴ VŠCHT. Závěrečná zpráva srovnání kvality výrobků v ČR a SRN, 24.4.2015, dostupné na: http://data.idnes.cz/soubory/ekonomika/A150703_HRO_012_ZVRENZPRVAPROAHOLD.PDF [21/10/2015].



Doplácíme na Západ, nebo máme jen jiné chutě?

Výrobci spotřebního zboží mimo potravinářský sektor často uvádějí, že vnitřní trh Evropské unie není z hlediska preferencí spotřebitelů jednotným celkem, ale lze na něm nalézt výrazné variace, co se týká vkusu a požadavků na vlastnosti určitého výrobku (použití barvy, lesk/mat, tvar, design, apod.). To vyplývá například i z rozhovorů s evropskými exportéry, kteří trh USA často považují ve srovnání s Evropskou unií za velmi homogenní ve vkusu spotřebitelů. Zatímco v Evropské unii své výrobky často přizpůsobují národním preferencím, v USA nezdědka mohou uplatnit jen jednu výrobovou strategii.

To platí i pro potravinářství, vezmeme-li v potaz například míru variace jednotlivých národních kuchyní v Evropské unii. Specifické zacílení na místního spotřebitele bývá nejčastějším argumentem ze strany potravinářských firem, proč se složení jejich výrobků v jednotlivých zemích odlišuje. Tento argument však nemůže ospravedlnit odlišnosti skutečného složení od složení deklarovaného. Jeho relevance je problematická i u takových vlastností výrobku jako je míra tukové složky, složky masa ve výrobku, nebo obsahu například jahod v jahodovém džemu. Zde totiž jde o hlavní složku výrobku, která v očích informovaného spotřebitele často bývá základní vlastností charakterizující „kvalitní výrobek“. Ochuzení hlavní složky výrobku může představovat podstatnou úsporu výrobních nákladů. Z hlediska spotřebitelů je ale přijatelné pouze pokud je náležitě deklarované a pokud se přiměřeně promítne i do nižší ceny výrobku.

Na stanovení konečné ceny výrobku pro spotřebitele se však vedle cenové politiky výrobce podílí i sazba DPH a marže obchodníka. Je to přitom často obchodník (obchodní řetězec), kdo je klíčovým článkem ve vytváření tlaku na cenu a/nebo kvalitu prodávaných výrobků. Schopnost obchodníka působit na své dodavatele bývá často spojena s jeho silou na trhu a v neposlední řadě i velikostí trhu, na kterém působí. Například výrobci, kteří dodávají do velkých řetězců v USA, jsou pod silným tlakem jak na cenu, tak i na kvalitu svých výrobků. Řetězce z USA také u svých dodavatelů provádějí pravidelné audity, které často bývají dalekosáhle přísnější, než standardní požadavky vyplývající z legislativy. Snaha nepřijít o možnost dodávat do velkého řetězce typu Walmart je pak pro výrobce klíčovou motivací.

Závisí však rovněž na tom, jakým způsobem obchodníci vnímají preference svých zákazníků a jakým způsobem se v té které zemi chtějí profilovat z hlediska nastavení mixu cena/kvalita. V tom sehrává zásadní roli míra informovanosti spotřebitelů (například o vlastnostech výrobků; která složka výrobku má jakou hodnotu, apod.) a schopnost jejich aktivizace, například za pomoci organizací ochrany spotřebitelů. Zde přitom lze spatřovat **klíč k pochopení rozdílů v ceně a obsahu výrobků v západní a východní části Evropské unie**. Spotřebitelé v zemích západní Evropské unie mohou využívat silnější personální a finanční zázemí tamních spotřebitelských organizací, které mají větší schopnost vyvinout potřebně silný a systematický tlak na obchodníky a výrobce, a zároveň i možnost



zprostředkovat lepší informovanost spotřebitelů. Pozorovanou rozdílnou úroveň v kvalitě a cenách potravin mezi západní a východní částí Evropské unie tak lze spojit i s faktorem stále méně rozvinuté občanské společnosti u nás.⁵

„Dudlíky bez DPH“

První z bodů programu poslance Evropského parlamentu Pavla Svobody při kandidatuře v květnových volbách 2014 byl uváděn pod sloganem „**Dudlíky bez DPH**“ a poukazoval na to, že *„vymírání je největším problémem nejen ČR, ale celé EU; DPH má mantinely stanovené právem EU: je proto namístě podpořit rodiny s dětmi také tím, že dětskou spotřebu zlevníme o 21% DPH, jako to mají ve Velké Británii či Irsku“*.⁶

Problematika snížení sazby daně z přidané hodnoty (DPH) u zboží pro dětskou spotřebu má v zásadě dvě roviny.

- První rovinu představuje **směrnice Rady č. 2006/112/ES**,⁷ která vymezuje podmínky pro osvobození od DPH a limity uplatnění snížených sazeb této daně.
- Druhou rovinou je **legislativa každého členského státu Evropské unie** a politická vůle k využití možnosti stanovených v uvedené směrnici Evropské unie.

Evropský parlament se v legislativním procesu podílí na změnách směrnice č. 2006/112/ES, má tak možnost ovlivnit její znění a vytvořit širší manévrovací prostor pro členské státy Evropské unie a tedy i pro Českou republiku. Za stávajícího stavu nejsou osvobození od DPH uplatňovaná v jednotlivých státech Evropské unie plně harmonizovaná. Směrnice zároveň stanoví, že snížené sazby DPH musí být alespoň 5%, ale řada zejména starých členských států (EU15) má v platnosti zvláštní režim, který jim umožňuje udržovat snížené sazby i pod touto hranicí.⁸

Záměrem poslance Evropského parlamentu Pavla Svobody proto bylo usilovat v Evropském parlamentu o takovou změnu směrnice č. 2006/112/ES, která by umožnila všem členským

⁵ Srov. například Desse. (2012). „The Role and Structure of Civil Society Organizations in National and Global Governance Evolution and outlook between now and 2030.“ AUGUR Project no. SSH-CT-2009-244565. Fifth draft.

⁶ Pavel Svoboda. „My program“, dostupné na: <http://www.pavelsvoboda.com/?q=myprogram> [18/10/2015].

⁷ Směrnice Rady 2006/112/ES ze dne 28. listopadu 2006 o společném systému daně z přidané hodnoty, ve znění pozdějších změn (poslední konsolidované znění sestavené k 1.7.2015, dále jen „**Směrnice č. 2006/112/ES**“.

⁸ Srov. např. články 114 a 115 Směrnice č. 2006/112/ES.



státům Evropské unie uplatnit nulovou nebo sníženou sazbu DPH na zboží pro dětskou spotřebu.⁹

DPH na dětskou spotřebu v České republice

Od 1. 1. 2015 začala v České republice platit vedle základní sazby DPH ve výši 21 % a snížené sazby DPH ve výši 15 % nově také tzv. **druhá snížená sazba DPH** ve výši **10 %**, která se mj. uplatní i na **kojeneckou výživu a výživu pro malé děti do 3 let věku a tištěné knihy (včetně obrázkových knih pro děti)**.¹⁰ Na ostatní zboží pro dětskou spotřebu se však nevztahují.

V roce 2013 byly *dětské pleny* přeřazeny ze snížené do základní sazby (21 %) DPH s ohledem na řízení pro porušení směrnice č. 2006/112/ES, které s Českou republikou zahájila Evropská komise. Příslušná ustanovení této směrnice se dosud nezměnila. Z důvodů obav o obnovení tohoto řízení proto Ministerstvo financí nepřistoupilo k přeřazení dětských plen do snížené sazby DPH.

Zdroj: Businessinfo.¹¹

Přehled výjimek osvobození a sazeb DPH na dětskou spotřebu v EU

Členské státy Evropské unie uplatňují na zboží pro dětskou spotřebu v zásadě své standardní sazby DPH. Výjimku tvoří jen úzký okruh zemí, které buď mají pro vybrané zboží pro dětskou spotřebu zavedenu zvláštní sníženou sazbu, nebo mají dokonce zvláštní výjimky z limitů směrnice č. 2006/112/ES a uplatňují nulovou sazbu či sazbu nižší než minimální práh 5 % platný pro sníženou sazbu. Tabulka č. 1 ukazuje, které státy Evropské unie takto postupují ve vztahu k a) dětskému oblečení a obuvi, a b) dětským autosedačkám:

⁹ Kopecký Josef. „Svoboda: Východní spotřebitelé koupí horšího výrobku dotují západní“ iDNES.cz, 3.3.2014, dostupné na: http://zpravy.idnes.cz/rozhovor-s-lidrem-eurokandidatky-kdu-csl-svobodou-fwy-/domaci.aspx?c=A140303_165620_domaci_kop [18/10/2015].

¹⁰ Ustanovené § 47 odst. 1 a 3, ve spojení s přílohou č. 3a zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších změn.

¹¹ Businessinfo. „Od ledna začnou platit tři sazby DPH, únikům mají zabránit kontrolní hlášení“, dostupné na: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/od-ledna-zacnou-platit-tri-sazby-dph-unikum-maji-zabranit-kontrolni-hlaseni-58490.html> [18/10/2015].



Briefing Paper 14/2015

Kvalita potravin a daně na dětské zboží: doháníme Západ?

–
Říjen 2015

Tabulka č. 1

Stát	Základní sazba DPH	Sazba DPH dětské oblečení a obuv	Sazba DPH dětské autosedačky
Belgie	21	21	21
Bulharsko	20	20	20
Česká republika	21	21	15
Dánsko	25	25	25
Německo	19	19	19
Estonsko	20	20	20
Řecko	23	23	23
Španělsko	21	21	21
Francie	20	20	20
Chorvatsko	25	25	25
Irsko	23	0	13,5
Itálie	22	22	22
Kypr	19	19	5
Lotyšsko	21	21	21
Litva	21	21	21
Lucembursko	17	3	17
Maďarsko	27	27	27
Malta	18	18	18
Nizozemí	21	21	21
Rakousko	20	20	20
Polsko	23	23	8
Portugalsko	23	23	6
Rumunsko	24	24	24
Slovinsko	22	22	22
Slovensko	20	20	20
Finsko	24	24	24
Švédsko	25	25	25
Spojené království	20	0	5

Zdroj: Evropská komise, stav k 1.1.2015.¹²

Ve vztahu k *dětskému oblečení a obuvi* uplatňují Spojené království a Irsko na základě speciálních výjimek nulovou sazbu DPH (s refundací DPH placené při předchozích fázích výroby) a Lucembursko má zavedenu tzv. super-sníženou sazbu ve výši 3 %.

¹² Evropská komise. „VAT Rates Applied in the Member States of the European Union“ Taxud. c. 1 (2015) – EN, situace k 1.1.2015.



O něco širší je seznam zemí uplatňující sníženou sazbu DPH na *dětské autosedačky*. Směrnice č. 2006/112/ES dětské autosedačky zahrnuje do výčtu zboží, na které je možné aplikovat sníženou sazbu DPH. Z práva Evropské unie tak pro tento sortiment vyplývá pouze minimální limit pro snížené sazby DPH 5 %.¹³ Tento limit plně využívají jen Spojené království a Kypr. Země se sníženou sazbou oproti základní sazbě pak zahrnují Portugalsko (6 %), Polsko (8 %), Irsko (13,5 %) a Českou republiku (15 %).

Výjimky na kojeneckou výživu spíše reflektují všeobecně vyšší sazbu DPH na potraviny v daných zemích

V několika členských státech Evropské unie se pak na *kojeneckou výživu* či *výživu určenou pro malé děti* vztahuje nižší sazba DPH než na ostatní potraviny, viz Tabulka č. 2.

Stát	Sazba DPH pro potraviny	Sazba DPH kojenecká (dětská) výživa
Česká republika	15	10
Chorvatsko	25	13
Lotyšsko	21	12

Členské státy Evropské unie se speciální sazbou pro kojeneckou výživu či výživu pro malé děti jsou jen tři. Kromě České republiky (druhá snížená sazba DPH ve výši 10 %; vedle snížené sazby 15 % používané pro většinu ostatních potravin) jde o Chorvatsko (snížená sazba DPH 13 % na kojeneckou výživu a zpracované cereálie pro děti; vedle sazby 25 % pro většinu ostatních potravin) a Lotyšsko (snížená sazba DPH 12 % na výživu pro kojence; vedle sazby 21 % pro ostatní potraviny).

Na základě výjimek z režimu směrnice č. 2006/112/ES však některé státy uplatňují na většinu potravin tak jako tak nulovou sazbu DPH (Spojené království, Irsko, Malta), či mají sazbu DPH na potraviny velmi nízkou, jako například Lucembursko (3 %), Španělsko (4 % a 10 %), Itálie (4 % a 10 %), Nizozemí (6 %), Slovinsko (9,5 %) či Rakousko (10 %). V těchto zemích tak je sazba daně na potraviny všeobecně nižší, a zároveň je tak zde i nižší potřeba zvýhodňovat zvláštní sazbou DPH kojeneckou výživu či výživu pro malé děti.

¹³ Příloha č. III bod 4) ve spojení s článkem 98 a 99 směrnice č. 2006/112/ES.



ASOCIACE PRO MEZINÁRODNÍ OTÁZKY (AMO)

AMO je nevládní nezisková organizace založená v roce 1997 za účelem výzkumu a vzdělávání v oblasti mezinárodních vztahů. Základním posláním AMO je přispívat k hlubšímu porozumění mezinárodnímu dění. Díky svým aktivitám doma i v zahraničí a dlouholeté historii je AMO vnímána jako čelní nezávislá instituce svého druhu v České republice.

K dosažení svých cílů AMO:

- formuluje a vydává studie a analýzy;
- pořádá mezinárodní konference, expertní semináře, kulaté stoly, veřejné diskuse;
- organizuje vzdělávací projekty;
- prezentuje kritické názory a komentáře k aktuálnímu dění pro domácí a zahraniční média;
- vytváří příznivější podmínky pro růst nové generace expertů;
- podporuje zájem o disciplínu mezinárodních vztahů mezi širokou veřejností;
- spolupracuje s řadou dalších domácích i zahraničních institucí.

VÝZKUMNÉ CENTRUM AMO

Výzkumné centrum AMO je předním českým think-tankem, který není spjat s žádnou politickou stranou ani ideologií. Svou činností podporuje aktivní přístup k zahraniční politice, poskytuje nestrannou analýzu mezinárodního dění a otevírá prostor k fundované diskusi. Hlavním cílem Výzkumného centra je systematické sledování, analýza a komentování mezinárodního dění se zvláštním zaměřením na českou zahraniční politiku.

Výzkumné centrum bylo založeno v říjnu 2003 jako analytický útvar AMO se zaměřením na mezinárodní vztahy a zahraniční, bezpečnostní a obrannou politiku. Jeho jádrem je [tým analytiků](#), jejichž prostřednictvím nabízí odbornou expertizu v hlavních problémech světových regionů a klíčových otázkách současné mezinárodní politiky. Výzkumné centrum zpracovává [vlastní odborné studie](#), analytici poskytují [komentáře](#) k aktuálnímu dění prostřednictvím médií. Dedikovanou platformou pro hodnocení mezinárodní politiky je [blog AMO](#).

www.amo.cz

