

Tsjechië legt supermarkten nationalisme op

Tsjechië broedt op een wet die buitenlandse supermarkten zoals Ahold het leven zuur maakt. Het voedingsnationalisme past in een trend die in menig EU-lidstaat in Midden- en Oost-Europa de kop opsteekt, met regels die vooral buitenlandse concerns zwaar treffen en strijdig zijn met de regels van de Europese interne markt. 'Laten we nou eens een beetje nationalistisch zijn, ten bate van de Tsjechische landbouw en ons land.'

 **PAGINA 20**

Tsjechië wil beleid van eigen producten eerst in supermarkt

Han Dirk Hekking
Amsterdam

Tsjechië broedt op een wet die buitenlandse supermarkten zoals Ahold het leven zuur maakt. Het is een nieuwe episode in het voedingsnationalisme dat in menige EU-lidstaat de kop opsteekt.

‘Laten we nou eens een beetje nationalistisch zijn, ten bate van de Tsjechische landbouw en ons land. Kijk eens naar wat jullie in je koffie doen: Duitse koffiemelk.’ Zo verdedigde de Tsjechische minister van landbouw, Miroslav Toman, eind januari een wet die supermarkten oplegt dat vanaf 2022 minstens 55% van wat ze aan voedingsmiddelen verkopen uit Tsjechië moet komen. In 2028 moet dat percentage zelfs zijn opgelopen tot ten minste 73. De regel geldt voor winkels met een vloeroppervlak groter dan vierhonderd vierkante meter en treft dus vooral grote ketens. Wie zich niet aan de regel houdt, kan een boete krijgen van €370.000 per winkel.

De wet is controversieel, want strijdig met de regels van de Europese interne markt. Daar zijn de meeste juristen het over eens. Thierry Breton, Eurocommissaris van interne markt, waarschuwde de Tsjechische regering vorig jaar al dat ze het voorstel niet moet doorzetten. Toch nam het parlement de wet eind januari aan.

INBREUKPROCEDURE

Het Tsjechische voorstel past in een waaijer aan regels die landen in Midden- en Oost-Europa de afgelopen jaren voor supermarktbedrijven doorvoerde, of pro-

‘Het is ook een mooi excuus om extra steun aan de grote agro-industriële bedrijven te geven’

beerden door te voeren. Die regels ademen voedingsnationalisme en treffen doorgaans buitenlandse concerns zwaarder dan lokale bedrijven.

Eerder gingen Slowakije, Roemenië en Bulgarije tot vergelijkbaar beleid over, zo schetst Ilya Bruggeman, verbonden aan de koepelorganisatie van retailbedrijven EuroCommerce. ‘In Bulgarije moesten supermarkten tot 90% van de schapruimte aan zuivel inruimen voor producten uit de directe omgeving of de regio van de supermarkt.’

De Europese Commissie begon daarop vorig jaar een zogeheten inbreukprocedure tegen Bulgarije. Brussel waarschuwde ook Slowakije dat het supermarkten niet mag verplichten dat meer dan de helft van de aanbiedingen in hun folders Slowaakse producten moet betreffen.

Hoewel Bruggeman blij is dat de Commissie zich tegenwoordig proactief in dit soort zaken opstelt, noemt hij de gang van zaken ‘heel frustrerend’. ‘Want bij een inbreukprocedure kan het jaren duren voor het Hof van Justitie van de EU een uitspraak heeft gedaan. En de overheden in die landen weten dat wat ze doen fout is, maar ze gaan er gewoon mee door. Als Brussel dan in actie komt, krijgt het van hen de schuld. Zo ondermijnt je het vertrouwen in de EU.’

SPECIALE RETAILBELASTING

Hij wijst op de speciale retailbelasting die Polen enkele jaren geleden invoerde. Die treft vooral grotere, buitenlandse winkelbedrijven. De Europese Commissie leed over de zaak een nederlaag bij het Gerecht van de EU in Luxemburg; er speelt nog een beroepszaak.

In andere landen ging de discussie meestal over het aanbod van lokale producenten dat supermarkten moeten voeren. ‘Maar de wet in Tsjechië gaat verder’, zegt Tomáš Prouza, directeur van de Tsjechische retailorganisatie SOCR. Praag stelt nu geen eisen meer over het aanbod, maar over wat een winkel echt verkoopt.



Tsjechen doen boodschappen bij een vestiging van Lidl in Praag. Straks moet minstens 55% van de verkochte voedingswaren uit Tsjechië komen.

‘Dat is gekkenwerk’, vindt Prouza. ‘De regeling zal leiden tot aanzienlijk hogere prijzen van Tsjechische voedingsmiddelen. En ze neemt ook de druk weg van buitenlandse concurrenten op de Tsjechische producenten om de kwaliteit van hun waren te verhogen.’

Bovendien is aan de regel onmogelijk te voldoen, zegt hij. De bloemkoolproductie in Tsjechië kan de vraag maar voor 4,8 maanden van een jaar dekken; voor kool is dat 2,8 maanden, bij komkommers 2,3 maanden, zo heeft hij uitgerekend. Prouza: ‘Tsjechië is alleen zelfvoorzienend als het gaat om melk, bier en rundvlees. Dus dan is het Tsjechische dieet straks een glas melk ’s ochtends en voor lunch en diner een stoofpotje met bier.’

Hij wijst op de belangen die Tsjechische bewindspersonen bij de wet hebben. ‘Premier Andrej Babis is eigenaar van het grootste voedingsmiddelenconglomeraat in het land, Agrofert. Minister van land-

bouw Toman is ook een grote voedingsmiddelenproducent.’ Zijn broer en vader runnen familiebedrijf Agrotrade. Zowel Babis als Toman stelt dat hij zijn bedrijf op afstand heeft gezet, maar in het geval van Babis vindt de Europese Commissie dat hij Agrofert nog altijd indirect controleert. De premier verklaarde zich in januari overigens tegen de wet, maar de parlementariërs van zijn partij ANO stemden voor het merendeel voor.

EXTREEM LINKS EN RECHTS

De grote Tsjechische producenten zijn blij met de regeling, zegt Tomas Prouza. ‘Ze zijn van de buitenlandse concurrentie af. En deze regeling biedt ook een mooi excuus om extra steun aan de grote agro-industriële bedrijven te geven. De wet vergt immers meer voedselproductie.’

Toch denkt onderzoeker Vitek Havelka van denktank Europeum in Praag dat de maatregel strandt. ‘De kans dat de senaat

Buitenlandse supers in Tsjechië

Buitenlandse supermarktbedrijven hebben zo’n 70% van de Tsjechische markt in handen. Acht EU-lidstaten onderstrepen in een brief aan voorzitter Jan Faltynek van de landbouwcommissie in het Tsjechische parlement dat de regeling in strijd is met de Europese interne markt. De brief was een initiatief van Duitsland en Nederland. Ahold, dat al bijna dertig jaar actief is in Tsjechië, zegt duizenden lokale toele-

veranciers in het land te hebben. ‘De Tsjechische boeren en foodretailbedrijven hebben een sterke positie op zowel de lokale als de Europese markten opgebouwd dankzij de kwaliteit die zij leveren en hun concurrentiekracht’, aldus Wouter Kolk, ceo Ahold Delhaize Europa & Indonesië. Bedrijven en klanten profiteren nu van de vrije markt, zegt Kolk. ‘Wij denken dat deze wetgeving de voordelen kan beïnvloeden.’

hiermee instemt, is niet groot. Vervolgens kan het parlement de maatregel opnieuw aannemen, maar ik denk dat er dan niet genoeg stemmen meer zijn. Premier Babis heeft het voorstel nu ook bekritiseerd. De steun voor dit plan ligt vooral bij extreem rechts en extreem links.’

Mocht het parlement alsnog de quota in tweede lezing omarmen, dan kan de senaat naar het constitutioneel hof stappen, zegt Tomáš Prouza. Ook kan de Europese Commissie Praag voor het EU-Hof dagen. Hoe dan ook duurt het jaren voor er duidelijkheid is, meent hij.

Omdat er dit najaar verkiezingen zijn in Tsjechië, denkt Prouza dat politici voorlopig over het plan doorgaan. ‘Het is ook een goed politiek verhaaltje, dat speelt in meerdere lidstaten in Midden- en Oost-Europa. Daarbij zeggen politici dat ze consumenten willen beschermen tegen westerse bedrijven die lage kwaliteit voedsel aanbieden, alsof ze tweederangsburgers zijn.’

FOTO: MARTIN DIVISEK/BLOOMBERG