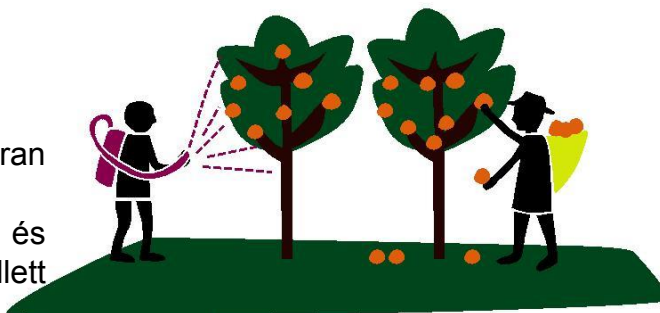
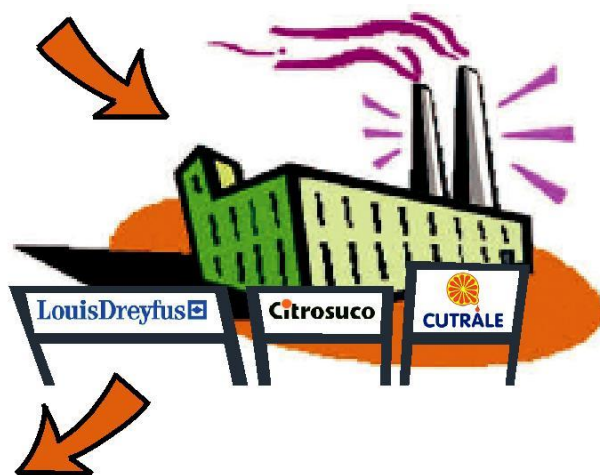


# A NARANCSLÉ-SŰRÍTMÉNY ÚTJA A BOLTOKIG

Az ültetvényeken gyakran egészségtelen munkakörülmények és alacsony bérek mellett dolgoznak.



A narancs 30%-a a legnagyobb narancslé-előállító cég saját ültetvényein terem. A fennmaradó részt más termelőktől, rendszerint a piaci erőfölényüket kihasználva az önköltségi árak alatt szerzik be.



A narancslé-sűrítmény a világpiacra kerül értékesítésre, a felvásárlási árakat a legnagyobb gyümölcslel-előállító cégek diktálják. A dömpingárak kiszorítják a versenytársakat a piacról.



35 európai töltőüzem vásárolja fel a Brazíliában előállított sűrítmény 80%-át.

A palackozó cég a saját termékei mellett a nagy üzletláncok saját márkás termékeit is gyártja.



Az Európában forgalmazott narancslé 66%-a saját márkás termékként kerül eladásra, amelynek európai piaca erősen koncentrált. A legnagyobb európai üzletláncok a Schwarz Group, a Carrefour és a Tesco.