



KONTROLA
EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ

Kde nakoupit české potraviny – řetězce, či trhy?

Ing. MILAN BERKA, ředitel KEZ o. p. s.



Zhruba před čtyřmi lety začala Potravinářská a Agrární komora více apelovat na spotřebitele, aby nakupovali české potraviny, protože se jejich podíl na celkovém množství spotřebovaných potravin snižoval. Na tuto iniciativu za podpory MZe, které je garantem projektu *Regionální potravina*, zareagovaly také kraje. Každoročně je v jednotlivých krajích odbornou porotou vybraným specifickým regionálním potravinám od malých a středních podnikatelů propůjčena na čtyři roky značka *Regionální potravina*. Menší územní celky v rámci kraje používají označení *Regionální produkt* (např. Regionální produkt Český ráj, HANÁ regionální produkt apod). V mnoha případech se nejedná pouze o potraviny, ale také o další výrobky daného regionu, u kterých se zohledňuje mimo jiné originalita, ekologická šetrnost a podíl ruční práce. Dle sdělení výrobců se oceněné potraviny v regionech lépe prodávají. Přestože v obchodních řetězcích největších prodejců potravin v ČR prodej českých potravin na základě výzev politických i odborných činitelů pomalu narůstá, zatím se s nimi nepodařilo dojednat prodej regionálních potravin, s výjimkou pečiva, jak je to běžné třeba v Německu, Rakousku, Francii a dalších zemích.

Protipólem k prodeji potravin v obchodních řetězcích jsou vlastní prodejny zpracovatelů, farmářské trhy a tzv. prodej ze dvora. Všechny tyto formy jsou výhodné pro odbyt zemědělských produktů zvláště pro malé zemědělce a zpracovatele. Na trzích by měly být nabízeny a prodávány hlavně české produkty a potraviny a ještě lépe potraviny regionální. Iniciativy pořádat farmářské trhy se ujaly jak podnikatelé, tak některá města.

Farmářské trhy (dále jen FT) jsou vlastně návratem k prodeji zemědělských produktů v tržnicích, určené především pro místní pěstitele zeleniny, ovoce a další výrobky. Tržnice fungují na celém světě již po dlouhá desetiletí. V České republice po roce 1990, až na výjimky, tržnice s původním záměrem skončily, neboť spotřebitel o nákup na tržnicích nejevil velký zájem. V posledních čtyřech letech však dochází znovu k jejich obnovení a pod označením FT zažívají renesanci nejen ve velkých městech, ale postupně i v městech menších. Pro konání trhů si města vyčlenila vhodná místa a stanovila základní pravidla pro provozování FT závazná pro všechny prodejce. Organizaci svěřila většinou správci, který má povinnost nejen vybírat poplatky od prodejců, ale současně dbát i na dodržování tržního řádu, zejména co se týká označení stánku jménem a adresou prodávajícího, označení zboží cenou, dodržování pořádku a čistoty kolem stánku apod.

Prioritním zájmem je prodávat na FT především produkty a potraviny místního nebo regionálního původu. Na většině FT je minoritně nabízeno také nepotravinářské zboží. Bohužel se zde občas prodávají také potraviny, které na FT nepatří. Jedná se zejména o ovoce a zeleninu, která byla nakoupena v obchodních řetězcích nebo ve velkoobchodě. V příhraničních oblastech je prodávána často zelenina a brambory dovezené z Polska. Prodávající na FT jsou během sezony kontrolováni státními orgány (životnostenský úřad, SZPI, SVS, ČOI). Těmito kontrolami jsou při prodeji potravin občas zjištěny případy nedodržování zákonů. Jedná se nejčastěji o nedodržování požadovaných teplot při prodeji masných a mléčných výrobků, o nevyhovující kvalitu potravin či nepoužívání cejchované váhy. Vedle prodeje běžných produktů a potravin jsou na FT prodávány také bioprodukty a biopotraviny. Certifikáty na produkty s označením BIO vystavují v ČR privátní společnosti pověřené vydávat osvědčení o původu bioproduktů, biopotravin a ostatního bioproduktu (osiva, sadba, krmiva) a pověřené prováděním kontroly. Pouze platný certifikát s vyjmenovanými bioprodukty a biopotraviny je zárukou toho, že byly vyrobeny v souladu s předpisy pro ekologické zemědělství. Tyto organizace ale kontroly na trzích neprovádí, neboť jejich úkolem je kontrola osob podnikajících v ekologickém zemědělství registrovaných na MZe. Klamavé značení potravin a produktů a případné stížnosti řeší na základě podnětů přímo MZe. Podněty mají možnost podávat nejen státní orgány SZPI a SVS, ale i jiné organizace nebo samotní spotřebitelé.

V současné době můžeme říci, že počáteční hektické období provozování FT skončilo. Na většině míst je již ustálený určitý řád, který stanovuje podmínky pro prodejce. V září 2012 byla založena Asociace farmářských trhů České republiky (AFT ČR), jejímž cílem je posílit věrohodnost farmářských trhů v ČR a zvyšovat kvalitu FT. Asociace je dobrovolná organizace a zatím mnoho členů nemá. Farmářský trh organizovaný členem AFT ČR je určen logem umístěným viditelně přímo na trhu.

Předmětem činnosti a hlavním posláním a cílem AFT je především:

- podpora a kvalitativní rozvoj farmářských trhů v Česku,
- systematické informování veřejnosti o principech farmářských trhů,
- propagace farmářských trhů pořádaných členy AFT,
- informování provozovatelů farmářských trhů a členů AFT o právních předpisech v oblasti prodeje potravin,
- poradenství a vzdělávání členů AFT,
- jednání s příslušnými kontrolními orgány a orgány místní samosprávy a státní správy,



Stánek Miroslava Vlčka s informační cedulí „Poctivý opavský farmář a pěstitel“

Pro úplnost je ale nutné uvést, že na farmářských trzích se můžeme setkat také s některými nelichotivými praktikami. Za všechny uvedme názor jednoho prodejce, který se pravidelně účastní FT na třech místech v Praze a který uvádí: „Na trzích je samozřejmě i spousta různých podvodníků, což nepřispívá k celkové důvěře spotřebitele. Osobně vidám hned ráno kolem šesté hodiny, kdy přijíždím na trh, dodávku s logem společnosti Makro vezoucí do prodejního stánku ryby. Řidič zboží vyloží a odjede, než začnou chodit zákazníci.“ Negativní názor je také ve vyjádření Petra Zachardy ze společnosti HORSKÝ STATEK ABERTAMY: „Farmářské trhy – v prvopočátku nám velmi pomohly. Později však došlo k jejich celkovému zprofanování (vždyť jsme v Čechách). Na trzích se dnes objevují různí překupníci a velkovýrobci, např. v Karlových Varech mívá stánek společnost Gran Moravia. Výrobky mají kvalitní, ale

je to fabrika. Ceny za stánky bývají již tak vysoké, že se prodej mnohdy nevyplácí. Dnes se již trhů zúčastňujeme minimálně.“ Tyto negativní stránky FT si musí ohlídat správce trhu nebo město. Například na FT v Opavě je to řešeno tak, že prodávající farmáři a pěstitelé mají na viditelném místě vyvěšenou ceduli schválenou magistrátem města, která zaručuje zákazníkovi, že prodáváný sortiment je pouze od místního farmáře či pěstitele. Dle sdělení pěstitele zeleniny Miroslava Vlčka se i taková informace promítla do vyššího prodeje.

Farmáři nebo malopěstitelé prodávají své produkty také tzv. ze dvora či z farmy nebo ve vlastních prodejnách. Pokud jde o zpracování vlastních produktů na farmě, nejčastěji se jedná o produkty ze syrového mléka (kravské, kozí a ovčí), prodej masa, případně uzenin.

Méně se lze setkat s prodejem dalších potravin. Při prodeji ze dvora je prodej mléčných a masných výrobků prováděn většinou na objednávku. Tento způsob prodeje má hlavní výhodu v tom, že zákazník vidí, v jakých podmínkách je zelenina pěstována, v jakých podmínkách jsou chována zvířata. Jak informuje František Winter ze společnosti M A R W I N: „Prodej ze dvora je nejčastější formou prodeje a tou nejlepší. Alespoň tímto způsobem přiblížíme spotřebitelům prostředí farem. Na to, aby si drobní a střední farmáři pronajímali kamenné obchody, nemají, už vzhledem k výši nájmu a umístění prodejny, peníze. Každý farmář by mohl mít své spektrum zákazníků a to by bylo asi to nejlepší řešení.“ Naproti tomu má Petr Zacharda jinou zkušenost, když říká: „V současné době prodáváme naše výrobky (sýry, maso) ve třech vlastních prodejnách, konkrétně v Rýžovně, Abertamech a Jindřichovicích. Prodej se nám daří a má stoupající tendenci. Od podzimu roku 2012 se obrat takřka ztrojnásobil. Lidé k nám jezdí nakupovat i z 25 km vzdálených Karlových Varů a Sokolova. Dále dodáváme do kamenných farmářských obchodů v Plzni a v Praze. Rovněž tak úspěšně prodáváme kravské mléko ze dvora.“



Upoutávka před domem na možnost nákupu ze dvora



Nabízený sortiment v podnikové prodejně společnosti HORSKÝ STATEK ABERTAMY

Podobné zkušenosti má i mnoho dalších prodejců. Všichni se shodují na tom, že nejlepší reklamou je spokojený zákazník, který doporučí svému známému prodejce, od kterého si on sám nakupuje kvalitní potraviny. Farmář tak nemusí vynakládat peníze na reklamu a také nemusí potraviny nikam dovážet. Toto je nezanedbatelný přínos prodeje ze dvora, případně ve vlastních prodejnách. Ceny jsou srovnatelné s cenami v obchodech a kvalita, především hovězího masa, je nesrovnatelně vyšší. Hovězí maso, které zrálo několik dní v chladárně, je dobře opracované a známého původu. Farmář má velký zájem na tom, aby měl dobré jméno a zákazníka neztratil.

Při prodeji na FT, prodeji ve vlastních prodejnách i ze dvora jsou nabízeny potraviny konvenční, vypěstované v režimu integrované produkce a také potraviny v biokvalitě. Až na výjimky, kdy zákazník cíleně kupuje biopotraviny, má spotřebitel zájem nakoupit kvalitní českou nebo regionální potraviny z farmy nebo od pěstitele bez rozlišení, zda jde o biokvalitu nebo běžnou potraviny. Částečně rozhoduje i cena, ale v mnoha případech je kupující ochoten zaplatit i vyšší cenu, než je v obchodních řetězcích.

Další formou prodeje farmářských produktů jsou obchody označené jako *Náš grunt*, *Sklizeno* a další jednotlivé prodejny. Jde o prodejny s potravinami nakupovanými od malých a středních tuzemských farmářů a výrobců. Na území ČR se jedná již o více než 50 takových prodejen. Tyto prodejny nabízejí zákazníkům celoroční přístup k regionálním a českým potravinám. Sortiment zahrnuje ucelenou nabídku potravin jak konvenčních, tak také bio. Vyšší kultura prodeje se však často promítá také v ceně potravin, která je ve srovnání s prodejem na farmářských trzích nebo prodeji ze dvora vyšší. Na druhé straně jde ale v těchto prodejnách většinou o prodej anonymní, jako je tomu v maloobchodech. Velmi záleží na schopnosti prodejce vybrat spolehlivého dodavatele, jeho ochotě farmu nebo pěstitele sám navštívit a získat o něm co nejvíce informací. V několika málo případech se lze setkat také s promítáním videa přímo v prodejně. Prezentovány jsou záběry z farem dodavatelů potravin, čímž má zákazník možnost získat představu o tom, kde a za jakých podmínek byla potravina vyprodukována. I to je dobrý marketingový tah na přilákání zákazníka.

Dle dlouhodobých prognóz bude ve světě problém vyprodukovat nejen dostatek potravin pro stále narůstající počet obyvatel, především v oblastech s vysokým nárůstem obyvatel v méně vyspělých zemích, ale také udržet úrodnost půdy ve vyspělých státech, která díky intenzivnímu způsobu obdělávání (jednoduchý osevni postup založený na opakujícím se pěstování zrnin a použitím stále vyšších dávek syntetických hnojiv a přípravků na ochranu rostlin) obsah humusu v půdě snižuje. Tento trend obecně platí také pro Českou republiku. Souvisí to nejen se snižováním stavů hospodářských zvířat, především přežvýkavců, ale rovněž s vyšší péčí o udržení úrodnosti půdy, např. zařazením víceleté pícniny, luskoviny do osevniho postupu na orné půdě a aplikací statkových hnojiv. Na jedné straně s největší pravděpodobností dojde ke snížení ekonomické výnosnosti půdy z jednoho hektaru, na druhé straně zařazením víceletých pícnin dojde ke snížení eroze orné půdy a také k většímu množství zadržování vody při letních srážkách, což bude mít pozitivní vliv snížení výskytu povodní.

V České republice je mnoho zastánců intenzivního zemědělství se snahou dosahovat co nejvyšší zisk. V rámci podnikání je to logické, ale z pohledu dlouhodobého to může mít mnoho negativních dopadů. Podnikatelé, kteří hospodaří jen na orné půdě bez chovu hospodářských zvířat, většinou nemají problém s realizací produktů. Sklizené produkty prodají tomu, kdo jim více, někdy i dříve, zaplatí. Díky tomu tak končí mnoho zemědělských surovin v zahraničí. Podobně je to také s přebytečnými živočišnými produkty, zejména se syrovým kravským mlékem a skotem (zástavový i jateční). Důsledkem je to, že se do ČR stále více dováží potraviny ze zahraničí, a to především díky stále většímu rozmachu obchodních řetězců, jejichž majitelé mají zájem prodávat potraviny ze země vlastníka řetězce nebo co nejlevněji nakoupené. Výsledek je takový, že se spotřebiteli

mnohdy nabízí také potraviny pochybné chuti, složení a občas i zdravotně závadné.

Českému zemědělství, respektive českým výrobcům potravin, by obecně pomohlo, kdyby skončila určitá rivalita mezi zemědělci konvenčními a ekologickými (spíše mezi zástupci intenzivního a marginálního zemědělství). Výroky produkčních farmářů o ekologických zemědělci, kteří jsou dle jejich názoru jen výrobci biosena a biotravy, jsou neopodstatněné a hloupé. Celospolečenským zájmem je podporovat ekologické zemědělství především z důvodu šetrného způsobu hospodaření ve vztahu k ochraně životního prostředí. Seno a tráva přeci slouží jako krmivo pro hospodářská zvířata, která jsou chována za účelem výroby potravin (bio i konvenčních). Intenzivním zemědělcům by bylo možné také vyčítat, že ruší chovy hospodářských zvířat, čímž se přímo podílejí na růstu nezaměstnanosti. Úbytek pracovních míst v souvislosti se snižováním stavů hospodářských zvířat, popřípadě s rušením celých chovů, má negativní dopad na zaměstnanost hlavně na venkově, kde možnost získat jiné zaměstnání je velice malá. Navíc se stále na větších plochách produkuje „krmení“ pro bioplynové stanice místo produkce plodin určených pro výrobu potravin a výtžvu zvířat. Nejednotnost zemědělského sektoru je také příčinou horší vyjednávací pozice zemědělců k prosazování zájmů při jednáních s politiky, aby byly podpory v zemědělství na srovnatelné úrovni se státy, které do republiky dováží stále více potravin.

Při sbírání podkladů pro tento článek jsem osobně navštívil farmářské trhy i prodejce ze dvora, informace získal od pěstitelů zeleniny a zpracovatelů živočišných produktů na farmě. Použil jsem také některé informace z webových stránek AST.

Chut má jméno...

Prantl

UČŇOVSKÉ PÁRKY

Ochutnejte vítěze soutěže

Česká Chutovka

2013

Párky vyrobené s úctou k řeznické tradici. Díky vysoké kvalitě a skvělému dochucení si můžete dopřát skutečný chuťový zážitek.

bez laktózy bez alergenů bez lepku

Djeme cestou kvality. Pojdte s námi. *Tradice od roku 1889*