

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BIOPOTRAVINY

NOVÝ SMĚR ZDRAVÉHO ŽIVOTNÍHO STYLU

Autor práce: Michaela Strnadová

Studijní obor: regionální studia

Forma studia: prezenční

Vedoucí práce: RNDr. Markéta Slábová

2008

Prohlašuji, že jsem uvedenou bakalářskou práci vypracovala samostatně s využitím uvedených pramenů literatury.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionální studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna ke studijním účelům.

Velice děkuji vedoucí práce RNDr. Markétě Slábové, za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce.

OBSAH

ÚVOD	6
TEORETICKÁ ČÁST	7
1. Co je to Bio	7
1.1. Produkce biopotravin	7
1.2. Legislativa ekoproductů a biopotravin	7
1.2.1. Metodický pokyn pro ekologické zemědělství.....	7
1.2.2. Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství	8
1.2.3. Nařízení rady (EHS) č. 2092/91 – eko – nařízení.....	8
1.2.3.1. Ekologické zemědělství	9
1.2.3.2. Ekofarma	9
1.2.3.3. Bioprodukt	9
1.2.3.4. Biopotravina.....	9
1.2.3.5. Výrobce biopotravin.....	9
1.2.3.6. Ekologický podnikatel	10
1.2.3.7. Přechodné období	10
1.2.3.8. Uvádění do oběhu.....	10
1.2.3.9. Inspekce.....	10
1.3. Označení bio	11
1.3.1. Označení bio původem z ČR	11
1.3.2. Označení bio původem z EU	12
2. Historie a vznik biopotravin.....	13
2.1. Vývoj ekologického zemědělství ve světě	13
2.1.1. USA.....	14
2.1.2. Argentina.....	14
2.1.3. Afrika	14
2.1.4. Asie	16
2.1.5. Evropa	16
2.1.6. Souhrn	19
2.2. Vývoj ekologického zemědělství v ČR	20
2.2.1. PRO-BIO.....	22
2.2.2. LIBERA	22
2.2.3. Regionální rozmístění ekologických podniků v ČR.....	23
3. Výrobní proces biopotravin	24
3.1. Přísady, přídavné látky, pomocné látky.....	24
3.1.1. Přísady.....	24
3.1.2. Přídavné látky	24
3.1.3. Aromata.....	25
3.1.4. Technologické pomocné látky	25
3.1.5. Skupina enzymů	25
3.1.6. Kultury mikroorganismů	25
3.1.7. Vitaminy a minerální látky	26
3.1.8. Sůl.....	26
3.2. Kontrola.....	26
3.3. Zásady výrobního procesu bioproductů.....	26

4. Výrobci.....	29
4.1. Cena biopotravin	30
5. Prodejci.....	31
5.1. Nabídka	31
5.2. Prodej	32
5.3. Odbyt.....	33
5.4. Způsob prodeje.....	34
5.4.1. Formy přímého prodeje	34
5.4.1.1. Samosběr	34
5.4.1.2. Prodej na objednávku, zásilkový prodej	35
5.4.1.3. Stánkový prodej (prodej na poli, u cesty, v tržnici).....	36
5.4.1.4. Obchod ve dvoře	36
5.4.1.5. Prodej ze dvora.....	36
5.5. Zprostředkovaný odbyt.....	37
5.5.1. Velkoodběratelé.....	37
5.5.1.1. Maloobchod	37
5.5.1.2. Supermarkety	38
6. Spotřebitelé.....	39
7. Propagace bioproduktů a biopotravin.....	40
8. Biozajímavosti	42
8.1. Zajímavosti ze světa BIO.....	42
8.1.1. Biohotely	42
8.2. Biopotraviny do škol	43
8.3. BIO Vánoce	44
8.4. Česká biopotravina roku 2007	46
PRAKTICKÁ ČÁST	47
ZÁVĚR	58
ABSTRAKT.....	60
ABSTRACT.....	61
SEZNAM LITERATURY.....	63
SEZNAM PŘÍLOH	67

Úvod

Termíny ekologické zemědělství a biopotraviny se pozvolna dostávají do povědomí široké veřejnosti díky častým zmínkám v médiích a barevných poutacích v supermarketech. Málokdo však tuší, co vše tato terminologie musí pokrýt a zabezpečit, abychom si mohli dopřát potravinu označenou jako biopotravina, pocházející z ekologického zemědělství, na jídelní stůl. Většina populace se domnívá, že ekologické zemědělství je spíše moderní označení pro tradiční způsob pěstování za účelem zvýšení zisků. Biopotravinu vnímají jako potravinu pečlivě pěstovanou kdesi na zahrádce, kterou by si byli schopni sami vypěstovat s vědomím, že nikdy nemohou dosáhnout sensorických vlastností tradičních potravin ze supermarketů z konvenčního zemědělství a to v tom lepším případě. Jinak opět pohlížejí na biopotraviny jako na moderní způsob boje s konkurencí mamutích potravinářských společností.

Rozhodla jsem se postavit do role tradičního spotřebitele hledajíc důvody preferování biopotravin nad standardní nabídkou potravin v běžných obchodních řetězcích.

V teoretické části čtenáře seznamuji nejen s vývojem ekologického zemědělství ve světě a v ČR, ale i s legislativou upravující terminologii, požadavky a pravidla ekologického hospodaření spolu s výrobním procesem biopotravin.

V praktické části hledám důvody pro protěžování biopotravin majoritními spotřebiteli a porovnávám běžně dostupné biopotraviny s tradiční nabídkou potravin převážně z hlediska sensorických jakostí, které jsou přístupné komukoliv z nás. Získané poznatky konfrontuji formou dotazníků s širokou veřejností navštěvující obchodní řetězce.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Co je to „Bio“

Předpona „bio“ před názvem produktu či potraviny má přesný význam. Biopotravina je produkt ekologického zemědělství. Znamená to, že je vyrobená z rostlin, živočichů a jejich produktů pěstovaných, chovaných a zpracovaných podle Zákona o ekologickém zemědělství č. 242/2000 Sb. a Nařízení rady EHS č. 2092/91. Tímto nařízením, které je od 1. 5. 2004 součástí našeho právního řádu, byl vytvořen jednotný evropský minimální standard ekologického zemědělství a výroby biopotravin.

1.1. Produkce biopotravin

Při produkci biopotravin se nepoužívají umělá hnojiva, pesticidy, geneticky modifikované organismy ani stimulanty, hormonální látky či jiné chemické látky uměle vylepšující barvu, vůni či chuť potravin. Seznam látek, jež se do potravin během výroby přidávat mohou, je pevně daný a jde pouze o přísady zhotovené z přírodních surovin, jako je např.: kyselina askorbová (vitamin C), kyselina mléčná, kyselina citrónová, karubin aj. Zakázáno je bělení potravin, jejich ozařování i mikrovlnný ohřev.

Biopotravina musí samozřejmě splňovat i všechny požadavky na bezpečnost i zdravotní nezávadnost podle Zákona o potravinách.¹

1.2. Legislativa ekoproduktů a biopotravin

1.2.1. Metodický pokyn pro ekologické zemědělství

Od roku 1993 platil v České republice Metodický pokyn pro ekologické zemědělství, zabývající se legislativním zajištěním ekologického zemědělství a výroby biopotravin, který formuloval základní požadavky a pravidla pro ekologické

¹ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Biopotraviny – hodnocení kvality, zpracování a marketing*. Praha 2002, ÚZPI

hospodaření a kontrolu ekologických produktů, čímž přispěl k rozvoji ekologického zemědělství v ČR.²

1.2.2. Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

Od 1. 1. 2001 vešel v platnost zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, který stanovil podmínky pro hospodaření v ekologickém zemědělství a pro výrobu biopotravin, dále upravuje systém osvědčování původu bioproduktů a biopotravin, jejich označování včetně prodeje, dovozu a vývozu. Tento zákon vypracovalo ministerstvo zemědělství ve spolupráci s ministerstvem životního prostředí a je v souladu s legislativou Evropské unie. Úplné znění zákona č. 242/2000 Sb. vyšlo ve Sbírce zákonů jako zákon č. 30/2006 Sb., dne 2. 2. 2006. S účinností od 1. 2. 2006 začala také platit nová prováděcí vyhláška Mze č. 16/2006 Sb., která nahradila všechny dosud platné prováděcí vyhlášky k zákonu č. 242/2000 Sb. Od 1. 2. 2006 jsou tak zrušeny vyhlášky č. 53/2001 Sb., 263/2003 Sb. a 174/2004 Sb. V rámci legislativních změn došlo k výraznému zjednodušení právních předpisů pro ekologické zemědělství.³

1.2.3. Nařízení rady (EHS) č. 2092/91 – eko - nařízení

Nařízením rady Evropské komise jsou pevně stanovena pravidla ekologického zemědělství v Evropské unii a zároveň v České republice. Evropská komise vydala Nařízení rady č. 2092/91 EHS z 24. 6. 1991 o ekologické výrobě zemědělských produktů a o označování zemědělských produktů a potravin původem z ekologického zemědělství. Dále upravuje pravidla pro ekologickou rostlinnou a živočišnou produkci, dovoz ekologických výrobků a kontrolu ekologického zemědělství. Tímto nařízením byl vytvořen jednotný standard ekologického zemědělství a výroby biopotravin pro členské státy Evropské unie.⁴

² ČERVENKA, J., KOVÁŘOVÁ, K., *Biopotraviny*. 1.Vyd. Praha 2005, Česká zemědělská univerzita v Praze, 110s. ISBN 80-213-1404-4, str. 47

³ ČERVENKA, J., KOVÁŘOVÁ, K., *Biopotraviny*. 1.Vyd. Praha 2005, Česká zemědělská univerzita v Praze, 110s. ISBN 80-213-1404-4

⁴ Ing. RICHARD J. BARTÁK, CSc., Ing. DOUBRAVSKÁ, M., *Vše o biopotravinách. Informace pro spotřebitele, obchodníka, zpracovatele i pro producenta*. [online]. [cit. 9. dubna 2005]. Dostupný na WWW<<http://www.spolecnostprozvirata.cz/data/biopotraviny.pdf>>

1.2.3.1. Ekologické zemědělství

*Ekologickým zemědělstvím se pro účely tohoto zákona rozumí zvláštní druh zemědělského hospodaření, které dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky stanovením omezení či zákazů používání látek a postupů, které zatěžují, znečišťují nebo zamožují životní prostředí nebo zvyšují rizika kontaminace potravního řetězce, a který zvýšeně dbá na vnější životní projevy a chování a na pohodu chovaných hospodářských zvířat.*⁵

1.2.3.2. Ekofarma

*Ekofarmou je uzavřená hospodářská jednotka zahrnující pozemky, hospodářské budovy, provozní zařízení a případně i hospodářská zvířata sloužící k ekologickému zemědělství.*⁶

1.2.3.3. Bioprodukt

*Bioproduktem se rozumí surovina rostlinného nebo živočišného původu získaná v ekologickém zemědělství a určená na základě osvědčení k výrobě biopotravin.*⁷

1.2.3.4. Biopotravina

*Biopotravina je potravina vyrobená za podmínek uvedených v tomto zákoně a splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zákonem o potravinách, na níž bylo vydáno osvědčení o biopotravině.*⁸

1.2.3.5. Výrobce biopotravin

*Výrobce biopotravin je osoba, která vyrábí biopotraviny za účelem jejich uvádění do oběhu.*⁹

⁵ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

⁶ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

⁷ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

⁸ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

⁹ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

1.2.3.6. Ekologický podnikatel

Ekologickým podnikatelem se rozumí osoba, která na ekofarmě zemědělsky podniká a je registrovaná podle tohoto zákona. Výrobce biopotravin je osoba, která vyrábí biopotraviny za účelem jejich uvádění do oběhu.¹⁰

1.2.3.7. Přechné období

Přechným obdobím je podle tohoto zákona období, v průběhu kterého se uskutečňuje přeměna zemědělského hospodaření na ekologické zemědělství. Nejkratší dobou chovu se rozumí doba, po kterou musí být hospodářské zvíře chováno podle podmínek uvedených v tomto zákoně, aby jeho produkty mohly být označovány jako bioprodukty.¹¹

1.2.3.8. Uvádění do oběhu

Uvádění do oběhu se rozumí nejen prodej, ale i všechny formy nabízení k prodeji, skladování, balení, přeprava pro potřeby prodeje a dovoz za účelem prodeje.¹²

1.2.3.9. Inspekce

Inspekce je činnost, kterou provádí inspekční orgán v zájmu klientů s cílem poskytovat informace týkající se shody s předpisy, normami nebo specifikacemi.¹³

Zákon o ekologickém zemědělství nepovoluje spojení ekologického zemědělství se zemědělstvím konvenčním. Ekologický podnikatel nesmí souběžně s produkcí bioproduktů produkovat stejné suroviny rostlinného nebo živočišného původu jinou zemědělskou výrobou než ekologickou. Na ekofarmě je souběžná produkce zakázána.¹⁴

Dohled nad dodržováním požadavků legislativy má v pravomoci Ministerstvo zemědělství ČR. Ministerstvo zemědělství pověřilo kontrolou nevládní neziskovou

¹⁰ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

¹¹ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

¹² Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

¹³ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

¹⁴ Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

organizaci KEZ, o.p.s. (Kontrola Ekologického Zemědělství). Po splnění všech podmínek a nařízení obdrží ekozemědělec či výrobce biopotravin certifikát a získá tak právo používat ochrannou známku a logo BIO. Z toho plyne, že biopotraviny jsou při výrobě stále kontrolovány a sledovány, což přispívá k udržení jejich vysoké kvality.¹⁵

1.3. Označení BIO

V České republice platí ustanovení zákona 242/2000 Sb., o povinném označování certifikovaných výrobků ekologického zemědělství značkou BIO.

1.3.1. Označení BIO původem z ČR

Zda je výrobek opravdu Bio, poznáte snadno podle loga zvaného Zelená zebra. Tato státem garantovaná značka zaručuje, že byla dodržena všechna zákonem stanovená pravidla a že certifikované potraviny byly kontrolovány na každém kroku od zemědělce a výrobce až ke konečnému spotřebiteli. V případě nebaleného zboží jako např.: pečivo, ovoce, zelenina, brambory nebo mléko ze dvora se musí označit kódem kontrolní organizace a grafickým znakem na původních dokladech (faktuře, dodacích listech atd.) a jejich prodejce k nim musí doložit certifikát vydaný kontrolní organizací.

Od roku 2005 je tato značka převedena do vlastnictví státu a její používání je upraveno zákonem č. 242/2000Sb., o ekologickém zemědělství, ve znění předpisů, a vyhláškou č. 16/2006 Sb. Tato značka má dnes největší marketingový význam kvůli srozumitelnosti vůči spotřebitelské společnosti.¹⁶

¹⁵ PRŮŠOVÁ, J., ZEMANOVÁ, H., *Biopotravin, spotřebitelské otázky a odpovědi*. Praha 2004, PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství

¹⁶ *BIO potraviny, žiju Bio, Poznejte ekologické zemědělství a biopotraviny*, 2008 [cit. 3. ledna 2008]. Dostupný na WWW: <<http://www.ziju-bio.cz/bio-spotrebitel/bio-potraviny>>

Bioprodukty jsou označeny těmito značkami: ¹⁷



Obr. 1: Značka BIO v ČR



Obr. 2: Značka BIO v EU

1.3.2. Označení BIO původem z EU

Biopotraviny certifikované kontrolními organizacemi z členských zemí Evropské unie mohou používat EU značku pro označení biopotravin.

Ekozemědělce a výrobce opravňuje k používání této značky získání certifikátu českých kontrolních organizací pro produkty ekologického zemědělství. Podrobné podmínky jeho použití upravuje Příloha V. Nařízení Rady (EHS) č. 2092/91.

Od 1. 1. 2009 budou platit nová pravidla pro použití EU loga podle nařízení Rady a Evropského parlamentu č. 834/2007., které nahrazuje Nařízení Rady (EHS) č. 2092/91. Biopotraviny budou povinně označeny logem EU a kódem kontrolní organizace ekologického zemědělství, která ji certifikovala. Dále na nich bude uvedena informace o původu surovin, zda pochází pouze z jednoho státu EU, zda byly suroviny vyprodukovány v rámci více států EU, nebo zda suroviny pochází ze třetích zemí. Pro biopotraviny pocházející ze zemí mimo EU bude používání EU loga a informace o původu dobrovolné. Slovní označení „ekologický“ či „biologický“, včetně jejich odvozenin „eko“ a „bio“ bude možné používat pouze na obalech biopotravin. To platí již podle současného nařízení (EHS) č. 2092/91. Označování konvenčních potravin těmito výrazy je přísně trestáno MZe. Hlavním cílem stanovování pravidel v označování biopotravin je zlepšit informovanost spotřebitelů a ulehčit spotřebitelům identifikaci biopotravin na trhu. ¹⁸

¹⁷ ALBIO, spol. s r. o., grafické znázornění loga BIO, produktu ekologického zemědělství, [online]. 2007 [cit. 15. Listopadu 2007]. Dostupný na WWW <http://www.albiostyl.cz/downloads/promedia/fotogalerie/logo_bio_jpg.jpg>

¹⁸ ŠARAPATKA, B., URBAN, J., *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk 2006, PRO-BIO

2. Historie a vznik biopotravin

Před sto a více lety jedli naši předci jenom biopotraviny, i když neměly certifikace a nebyly ani dražší. Byly to všechny normální potraviny. Pak přišlo poválečné období a ve snaze nasycit trh dostatkem levných potravin se začalo rozvíjet průmyslové zemědělství, které začalo experimentovat s chemickými látkami proti škůdcům, plevelům, pro urychlení růstu apod. Dnes nám tyto průmyslově vyráběné potraviny připadají paradoxně normální a ty bio zvláštní.

2.1. Vývoj ekologického zemědělství ve světě

Počátky ekologického zemědělství a produkce bio sahá na počátek 20. století, a to hlavně do německy mluvících zemí a do Severní Ameriky. Lidé záhy pocítili, že produkty nabízené z velkoprodukčních systémů nejsou to, co by očekávali, také životní prostředí se začalo velice rychle měnit k horšímu. Východiskem byla orientace přírodnímu hospodaření bez použití jakýchkoliv syntetických hnojiv, herbicidů, pesticidů atd. Nejvíce impulsů pro rozvoj ekofarem přicházelo hlavně od obyvatel měst.

V roce 1972 vznikla sloučením šesti alternativních směrů zemědělství mezinárodní federace hnutí organického zemědělství IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movement) a v dnešních dnech sdružuje více než 700 členů z více než 100 zemí celého světa, kterými jsou svazy ekologických zemědělců, producenti, zpracovatelé, obchodníci, poradci, výzkumné a vzdělávací instituce.

Základní cíle ekologické produkce a zpracování jsou nejvyšší světovou organizací ekologického zemědělství IFOAM definovány a rozpracovány v základní směrnici IFOAM BASIC STANDARDS, která má oficiální název „Základní normy pro organické zemědělství a zpracování, předpisy pro kávu, kakao a čaj, vyhodnocení vstupů.“ Tato směrnice má vzhledem k celosvětové platnosti charakter obecných a minimálních norem. Jsou výchozím rámcem pro národní, regionální či svazové směrnice, které jsou podrobnější a konkrétnější podle specifických podmínek.

V posledním desetiletí se tedy ekologické zemědělství na základě politických rozhodnutí značně rozšířilo hlavně díky podpurným programům Evropské unie. Pro období 2007-2013 ve všech státech Evropské unie platí Programy rozvoje venkova, které umožňují plošné dotace pro ekologické zemědělství a také podporu výzkumu, poradenství, osvěty a vzdělávání v tomto oboru.¹⁹

2.1.1. USA

V USA se od konce 80. let každoročně zvyšuje poptávka po biopotravinách více jak o 20 %, protože Američané mění své stravovací návyky. Biopotraviny vyrábí a dodává mnoho společností. Jsou to především obiloviny, sója, semena, oleje, citrusy, víno. Dnes se jedná o největší biotrh na světě. (10,3 mld. EUR)²⁰

2.1.2. Argentina

Argentina je ideální zemí pro ekologické zemědělství, které se rozvinulo koncem 80. let. Zeměpisná poloha a mnoho ekosystémů je vhodné pro pěstování citrusů, bobulovin, pšenice, kukuřice, sóji, slunečnice, vinné révy, medu. Tyto komodity vyrábí v biokvalitě. Dnes je velmocí v produkci biomasa, protože má více než 200 tisíc ha certifikovaných pro chov skotu.²¹

2.1.3. Afrika

Na trhy s biopotravinami pronikají již i státy Afriky. Největší vývozní trh s ekologickými produkty má Egypt, Jihoafrická republika, Uganda, Keňa a Tanzanie. Na 1 mil. ha půdy se pěstuje převážně zelenina, banány, káva, čaj, cukr, bavlna, tropické ovoce, palmový a olivový olej.²²

¹⁹ URBAN, J., ŠARAPATKA, B. A kol., *Ekologické zemědělství, učebnice pro školy i praxi*. I. díl, Praha 2003, MŽP

²⁰ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, 1. Vyd. České Budějovice 2001, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152s. ISBN 80-7040-526-0.

²¹ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, 1. Vyd. České Budějovice 2001, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152s. ISBN 80-7040-526-0.

²² MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, 1. Vyd. České Budějovice 2001, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152s. ISBN 80-7040-526-0.

Tab. 1: Vybrané africké produkty z ekologického zemědělství na mezinárodním trhu v roce 2000²³

Produkce	Stát
<i>Káva</i>	Uganda, Tanzanie, Madagaskar
<i>Bavlna</i>	Uganda, Senegal, Egypt, Zimbabwe, Benin, Mosambik
<i>Kakao</i>	Tanzanie, Madagaskar
<i>Ananas</i>	Ghana, Uganda, Mauritius, Kamerun, Madagaskar
<i>Banány</i>	Uganda, Kamerun
<i>Seznam</i>	Uganda, Burkina Faso, Benin, Malawi
<i>Med</i>	Alžírsko, Madagaskar, Malawi, Zambie
<i>Sušené plody</i>	Uganda, Benin, Burkina Faso, Madagaskar, Maroko
<i>Zelenina</i>	Kamerun, Madagaskar, Jižní Afrika, Maroko, Tunisko
<i>Vanilka</i>	Madagaskar, Komory
<i>Léčivé rostliny</i>	Madagaskar, Egypt, Tunisko, Maroko, Jižní Afrika, Zimbabwe
<i>Avokádo</i>	Jižní Afrika, Uganda
<i>Olivový olej</i>	Tunisko
<i>Cukr</i>	Mauritius, Jižní Afrika
<i>Oříšky kešu</i>	Mozambik
<i>Čaj</i>	Tanzanie
<i>Palmový olej</i>	Madagaskar
<i>Kokosové ořechy</i>	Madagaskar, Benin
<i>Koření</i>	Tanzanie, Zimbabwe

Zdroj: Moudrý J., Prugar J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů 2001*

²³ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, 1. Vyd. České Budějovice 2001, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152s. ISBN 80-7040-526-0, str. 24-25

2.1.4. Asie

V Asii je ekologická produkce rozvinuta především v Číně, Indii, Japonsku, Koreji a Izraeli, jak je uvedeno v tabulce 2. Vztah indických farmářů k ekologickému zemědělství má tisíciletou tradici. V roce 1996 vznikla Asociace pěstitelů bio-čajů. Důležitá je indická specialita, u nás velmi populární, kari koření. I Čína nezůstává v posledních letech pozadu v ekoprodukcí. Je dnes zdaleka největším producentem biorýže (60 000 ha).

Tab. 2: Asijský trh s bioprodukty

Země	Domácí produkty
<i>Indie</i>	Vše
<i>Čína</i>	Čaj, rýže, med, bambusové výhonky, arašídý, boby
<i>Japonsko</i>	rýže, čaj, saké
<i>Thajsko</i>	rýže, zelenina, ovoce, boby
<i>Filipíny</i>	rýže, zelenina

Zdroj: Moudrý J., Prugar J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů 2001*

Dnes podle objemu ploch ekologického zemědělství vede Austrálie v 12,1 mil. ha, následuje Čína (3,5 mil. ha) a Argentina (2,8 mil. ha).

Podle kontinentů je nejvíce ekologické půdy v Austrálii - Oceánii (39 %), dále v Evropě (21 %), Latinské Americe (20 %), Asii (13 %). V severní Americe jsou to 4 % a v Africe pouhá 2 %. Při tomto porovnávání jednotlivých států a kontinentů musíme brát v úvahu rozdílnou produktivitu jednoho hektaru půdy v daných lokalitách.²⁴

2.1.5. Evropa

Ekologické zemědělství začalo v Evropě koncem 60. let minulého století jako reakce na problémy konvenčního zemědělství. Od 90. let minulého století se ekologicky obdělávaná zemědělská půda v Evropě rozšířila na 5,4 mil. ha. V roce 2002 to bylo již

²⁴ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, 1. Vyd. České Budějovice 2001, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152s. ISBN 80-7040-526-0.

3,4 % zemědělské půdy v EU. Rozsah ekologicky obhospodařované půdy se v jednotlivých zemích Evropské unie výrazně liší. V Rakousku, Dánsku, Finsku, Itálii a Švédsku je sektor ekologického zemědělství relativně nejsilnější – provozuje se na 6 – 8 % veškeré zemědělské půdy těchto zemí. Na druhé straně Řecko a Portugalsko jsou teprve na začátku prosazování ekologického zemědělství a podíl takto obdělávané půdy je zde vcelku zanedbatelný. V nových členských státech EU pokročil rozvoj ekologického zemědělství nejdále v České republice, kde podíl ekologicky obdělávané půdy tvoří 5 % (vyšší než je průměr EU). Na Maltě naproti tomu ekologické zemědělství neprovozují vůbec.²⁵ Počet hektarů ekologicky obdělávané půdy v jednotlivých státech Evropy znázorňuje tabulka 3.

Tab. 3: Výměra ekologicky obdělávané půdy v 25 státech EU v letech 1995 – 2002²⁶

země	Ekologicky obdělávaná půda, ha		
	1995	2002	% z plochy půdy 2002
<i>Rakousko</i>	9 713	18 576	9,33
<i>Belgie</i>	2 179	24 874	1,78
<i>Kypr</i>	...	166	0,12
<i>Česko</i>	15 667	235 136	5,50
<i>Dánsko</i>	20 090	178 360	6,74
<i>Estonsko</i>	1 600	30 263	3,02
<i>Finsko</i>	20 340	156 692	7,06
<i>Francie</i>	87 829	517 965	1,86
<i>Německo</i>	461 546	696 978	4,06
<i>Řecko</i>	591	289 944	0,81
<i>Mad'arsko</i>	6 400	103 671	1,77
<i>Irsko</i>	5 460	29 850	0,67
<i>Itálie</i>	88 437	1 168 212	8,94
<i>Lotyšsko</i>	1 250	16 935	0,68

²⁵ ŠARAPATKA, B., URBAN, J., *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk 2006, PRO-BIO.

²⁶ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, 1. Vyd. České Budějovice 2001, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152s. ISBN 80-7040-526-0. Str. 49

<i>Litva</i>	148	13 685	0,39
<i>Lucembursko</i>	497	2 004	1,57
<i>Malta</i>	0	0	0
<i>Nizozemsko</i>	11 150	42 610	2,10
<i>Polsko</i>	3 540	53 515	0,29
<i>Portugalsko</i>	3 060	85 912	2,22
<i>Slovensko</i>	14 724	49 999	2,04
<i>Slovinsko</i>	100	15 404	3,18
<i>Španělsko</i>	11 674	665 055	2,54
<i>Švédsko certifik.</i>	36 674	214 120	6,97
<i>Švédsko ostatní</i>	7 867	200 000	6,51
<i>Velká Británie</i>	30 992	724 523	4,59
EU-25	879 096	5 549 873	3,36

Zdroj: Zdroj: Moudrý J., Prugar J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů 2001*

V roce 2006 největší podíl na celkové zemědělské půdě v Evropě zaujímá ekologické zemědělství v Lichtenštejnsku (26,4 %), Rakousku (13,53 %), Švýcarsku (11,33 %), Finsku (7,31 %), Švédsku (6,8 %), Itálii (6,22 %) a České Republice (5,98 %).²⁷

²⁷ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, 1. Vyd. České Budějovice 2001, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152s. ISBN 80-7040-526-0

2.1.6. Souhrn

V současné době je ekologické zemědělství provozováno ve zhruba 120 zemích světa a jeho plocha neustále roste. Podle aktuálních údajů se ekologické zemědělství rozkládá na více než 31 milionech hektarů zemědělské půdy celého světa.

Tab. 4: Výměra zemědělské půdy v ekologickém zemědělství (EZ) prvních dvaceti států

Stát	Hektary v EZ	Stát	Hektary v EZ
<i>Austrálie</i>	12 126 633	Chile	639 200
<i>Čína</i>	3 466 570	Francie	534 037
<i>Argentina</i>	2 800 000	Kanada	488 752
<i>Itálie</i>	954 361	Bolívie	364 100
<i>USA</i>	889 048	Rakousko	344 916
<i>Brazílie</i>	887 637	Mexiko	295 046
<i>Německo</i>	767 891	Česká republika	260 120
<i>Uruguay</i>	759 000	Peru	260 000
<i>Španělsko</i>	733 182	Řecko	249 488
<i>Velká Británie</i>	690 270	Ukrajina	241 980

Zdroj: Willer, H., Yussefi, M. (2006): *The World of Organic Agriculture*²⁸

²⁸ ŠARAPATKA, B., URBAN, J., *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk 2006, PRO-BIO.

2.2. Vývoj ekologického zemědělství v ČR

Vznik ekologického zemědělství v ČR se datuje od roku 1990. V roce 1991 vzniklo v ČR 5 svazů, které ekologické zemědělce sdružovalo, byly to: PRO-BIO Šumperk, Libera Praha, Biowa Chrudim, NaturVita Třebíč a Altervin Velké Bílovice. Vypracovaly si vlastní směrnice a prováděly kontroly a certifikace produktů pro své členy. V letech 1991 – 1992 byly ekologicky hospodařící podniky masivně finančně podporovány. Došlo k značnému nárůstu ekologicky obdělávané půdy. V následujících letech byly dotace zrušeny a řada podniků hospodařících ekologicky jen z důvodů dotací ukončila své působení. Poté se projevila nutnost pro sjednocení celého systému a svazy se sloučily ve svaz producentů a zpracovatelů biopotravin PRO-BIO a sdružení LIBERA. Státní podpora byla obnovena v roce 1998 a byla hlavní příčinou dynamického nárůstu počtu ekologicky hospodařících farem. V roce 1994 byla zavedena jednotná ochranná a kontrolní známka pro biopotraviny pod logem BIO a to hlavně za účelem rozvoje marketingu a zvýšení produkce. Po znovuzavedení dotací založil Svaz PRO-BIO v roce 1999 kontrolní organizaci KEZ o.p.s. (Kontrola Ekologického Zemědělství). KEZ o.p.s. je nevládní nezisková organizace zajišťující odbornou nezávislou kontrolu nařízení, pravidel a certifikací podnikatelů a jejich produktů a výrobků v systému ekologického zemědělství. Evropská unie uznala KEZ o.p.s. jako kontrolní a certifikační orgán pro bioprodukty, biopotraviny živočišného a rostlinného původu, vypěstované a zpracované na území ČR.

V roce 2004 přijala vláda strategický dokument Akční plán rozvoje ekologického zemědělství v ČR do roku 2010, který počítá s rozšířením ekologického zemědělství v ČR na úroveň 10 % z celkové výměry zemědělské půdy v zemi. Dále se akční plán snaží rozvíjet oblasti v ekologickém zemědělství, které nejsou dostatečně vyvinuty, především zpracování bioproduktů, jehož nedostatkem je propojení producentů a zpracovatelů bioproduktů. Dále si klade za cíl rozvíjet domácí trh s biopotravinami s podporou SZIF (Státní Zemědělský Intervenční Fond), poradenství, vzdělávání zemědělců, ekonomiku podnikání a marketing a výzkum v ekologickém zemědělství.²⁹

²⁹ ŠARAPATKA, B., URBAN, J., *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk 2006, PRO-BIO

V současné době jsou registrovány dva svazy sdružující ekonomické zemědělce, výrobce a obchodníky s bioprodukty a biopotraviny: PRO-BIO, jehož členové obhospodařují asi 126 tisíc hektarů zemědělské půdy a LIBERA obhospodařuje přibližně 27 tisíc hektarů zemědělské půdy.

V roce 2006 obhospodařují ekologičtí zemědělci cca 6 % celkové výměry zemědělské půdy v ČR. Ekologické zemědělství ČR se nejvíce soustřeďuje do horských a podhorských podniků na trvalých travních porostech, které se zaměřují především na údržbu krajiny a chov skotu.

Uvedená tabulka 5 charakterizuje poměrně rychlý rozvoj ekologického zemědělství v ČR. Z tabulky je evidentní rozvoj ekofaremu v začátku 90. let a poté po roce 1998, kdy byly zvýšeny dotace ekologickým zemědělcům.³⁰

Tab. 5: Vývoj výměry zemědělské půdy v ekologickém zemědělství (EZ) ČR³¹

Rok	Počet podniků celkem	Výměra zemědělské půdy v EZ v ha	Procentický podíl ze zem. půdního fondu
1990	3	480	-
1991	132	17 507	0,41
1992	135	15 371	0,36
1993	141	15 667	0,37
1994	187	15 818	0,37
1995	181	14 982	0,35
1996	182	17 022	0,40
1997	211	20 239	0,47
1998	348	71 621	1,67
1999	473	110 756	2,58
2000	563	165 699	3,86
2001	654	217 869	5,09
2002	721	235 136	5,5
2003	810	254 995	5,97
2004	836	263 299	6,16
2005	829	254 982	5,98
2006	963	281 535	6,61

³⁰ ŠARAPATKA, B., URBAN, J., *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk 2006, PRO-BIO

³¹ ŠARAPATKA, B., URBAN, J., *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk 2006, PRO-BIO

2.2.1. PRO-BIO

PRO-BIO celostátní nevládní organizace sdružující rolníky, zpracovatelské a obchodní organizace, spotřebitele, školy a podniky služeb se orientuje na ekologické zemědělství a uplatnění jeho produktů.

Poskytuje komplexní služby svým členům, počínaje pomocí s přechodem na ekologický systém hospodaření, přes pomoc při řešení odborných i administrativních problémů, až po podporu prodeje, propagaci bioproduktů, vzdělávání a zastupování zájmů vůči kontrolní organizaci či státním orgánům

Stará se o jedenáct regionálních center svazu na celém území ČR a dvě odborné pobočky.

V současné době má 489 členů (stav k 31. 12. 2006), z toho 350 zemědělských podniků, které obhospodařují na 116 tisíc hektarů zemědělské půdy (stav k 31. 12. 2006); PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství má v současnosti 156 členů - spotřebitelů (stav k 31. 12. 2006). Podporuje spolupráci se spotřebiteli a přáteli ekologického zemědělství prostřednictvím PRO-BIO Ligy.³²

2.2.2. LIBERA

Registrovaný svaz sdružující ekologické zemědělce, výrobce a obchodníky s bioprodukty a biopotraviny. Členové obhospodařují přibližně 27 tisíc hektarů zemědělské půdy.

K 31. 12. 2007 hospodařilo podle zásad ekologického zemědělství 1318 zemědělců a 253 subjektů vyrábějících biopotraviny pro konečného spotřebitele.

³² <http://www.pro-bio.cz/cesky.htm>

Počet ekologicky hospodařících zemědělců se během roku 2007 zvýšil téměř o 400 farem, počet výrobců biopotravin o 100 podniků. Výměra zemědělské půdy dosáhla více než 310 000 ha, což představuje 7,35 % z celkové výměry zemědělské půdy. V průběhu roku 2007 se zvýšil také počet ekologických sadařů a vinařů, výměra ekologických sadů je v současné době 1625 ha, výměra vinic 245 ha. Je registrováno také 6 ekologických chovatelů včel.³³

Tab. 6: Podrobné statistické údaje

	31. 12. 2006	31. 12. 2007
Počet ekofare	963	1318
Výměra zemědělské půdy v ekologickém zemědělství (ha)	281 535	312 890
Podíl ekologického zemědělství na celkové výměře zemědělské půdy (%)	6,61	7,35
Výměra orné půdy (ha)	23 478,57	29 505
Výměra trvalých travních porostů (ha)	232 189,53	257 899
Výměra trvalých kultur (sady) (ha)	1 195,61 (sady + vinice)	1625
Výměra trvalých kultur (vinice) (ha)		245
Ostatní plochy (ha)	24 670,97	23 616
Počet výrobců biopotravin	152	253

Zdroj: MZe, 2007

2.2.3. Regionální rozmístění ekologických podniků v ČR

V ČR je charakteristické nerovnoměrné rozmístění ekologických podniků. Největší zastoupení mají v horských a podhorských oblastech. Více než třetina ekologických zemědělců hospodaří na Moravě, nejvíce ve Zlínském a Olomouckém kraji. Výrazný podíl zde má oblast Bílých Karpat a Jeseníků. V Čechách je ekologické zemědělství nejvíce rozvinuto zejména v Karlovarském kraji, kde se nachází největší počet ekofare v ČR (104 farem). Poměrně velký počet ekologických podniků mají také kraje Jihočeský, Ústecký či Plzeňský. Naopak nejméně ekofare existuje v Středočeském, Pardubickém kraji nebo v kraji Vysočina, kde se vyskytují silné produkční oblasti na orné půdě.³⁴

³³ Ekologické zemědělství v roce 2006-2007. Dostupný na WWW : http://81.0.228.70/attachments/Statistika_k_31.12.2006-celkova.doc

³⁴ ŠARAPATKA, B., URBAN, J., *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk 2006, PRO-BIO

3. Výrobní proces biopotravin

V oblasti zpracování ekologicky vyrobených surovin obsahuje nařízení Rady EU malé množství předpisů. Většina potravin se na trh nedostává v čerstvém stavu, ale ve zpracované podobě. U biopotravin v posledních letech silně vzrostl rozsah a stupeň jejich zpracování. Nařízení Rady EU uvádí jen pozitivní seznam povolených přísad, přídatných a technologických pomocných látek. Tento seznam se zatím vztahuje spíše na rostlinné potraviny. Speciální předpisy pro produkty živočišného původu jsou teprve vyvíjeny. Obecně jsou však zakázány všechny postupy a produkty, které jsou spojeny s genetickou modifikací.

3.1. Přísady, přídatné látky, pomocné látky

3.1.1. Přísady

Dělí se na přísady zemědělského původu, které musí pocházet z ekologického zemědělství a přísady nezemědělského původu.

3.1.2. Přídatné látky

V Evropské unii je v současné době povoleno více než 300 potravinářských přídatných látek. Ze všech těchto látek je jich u biopotravin povoleno 36. Smyslem tohoto výrazného omezení je splnit očekávání spotřebitelů ohledně co nejpřirozenějších potravin. Povolené přídatné látky mají být navíc používány, jen je-li to nezbytně nutné. Základním pravidlem je, že smí být použity jen ty přídatné látky, bez nichž produkt prokazatelně nemůže být vyroben, ani nemůže být dosaženo jeho trvanlivosti. Jedná se převážně o srážecí činidla, regulátory kyselosti a kypřidla, dále emulgátory a antioxidanty. Vyloučeno je použití chemicky modifikovaných tuků a škrobů, látek zvýrazňujících chuť, stabilizátorů a mnoha dalších látek. Použití aróma je omezeno na „přírodní arómata“ a aromatické extrakty (éterické oleje). Chemicky a genovou technologií získaná arómata jsou zakázána.

3.1.3. Arómata

Smí být použita, pokud nebyla vyrobena synteticky nebo genovou modifikací. Arómata deklarovaná jako „přírodní“ však nemusí být nutně extrahovaná z potravy, po níž nakonec chutnají. K takzvaným přírodním arómátům patří všechna ochucovadla, která vznikla biologickou cestou, tedy i taková, která byla vyprodukovaná mikroorganismy nebo prostřednictvím enzymů.

Jen u arómat zřetelně označených jako „extrakt“ je jistý původ z rostliny, podle níž jsou pojmenována. Extrakty však mohou obsahovat zbytky běžně používaných rozpouštědel.

3.1.4. Technologické pomocné látky

Technologické pomocné látky jsou pomocné prostředky, které nezůstávají tak jako přídavné látky v produktu. Nemusí být proto deklarovány. Nikdy však nelze zcela vyloučit, že stopy těchto pomocných látek nezůstanou v potravinách. Tak tomu může být například u dělidel, která používá pekař, aby pečivo mohl snadněji uvolnit z forem.

3.1.5. Skupina enzymů

Není zmíněna na žádném pozitivním seznamu, třebaže je jejich používání povoleno. Platí jediné omezení – že nesmí být vyprodukovány genetickou modifikací. Enzymy mají velký význam především v pekárenském průmyslu, určitou roli však hrají také při výrobě různých ovocných šťáv.

3.1.6. Kultury mikroorganismů

Mikroorganismy jsou používány pro výrobu čtených potravin: pro kvásková a kvasnicová těsta, kysané mléčné produkty, sýr, ocet, zrání uzenin, pro zeleninu a zeleninové šťávy zkvašené mléčným kvašením i pro alkoholické nápoje. Také nesmí být geneticky modifikované. Na charakter a kvalitu živných médií či substrátů pro kultury nejsou kladeny žádné požadavky.

3.1.7. Vitaminy a minerální látky

Vitaminy a minerální látky včetně stopových prvků, aminokyseliny a další dusíkaté sloučeniny se smí do potravin přidávat tehdy, vyžaduje-li to nějaký zákonný předpis. Takový předpis existuje zatím jen u obilné výživy pro kojence a malé děti. Ta musí být od roku 1998 doplňována vitamínem B1 (thiaminem).

3.1.8. Sůl

U soli nejsou v nařízení Rady EU uvedena žádná omezení. Smí se tedy zpracovávat uměle jodizovaná sůl stejně jako soli s umělými látkami proti spékavosti.³⁵

3.2. Kontrola

Podle nařízení Rady EU se musí pravidelně nechat kontrolovat každý zpracovatelský podnik, který vyrábí nebo balí biopotraviny. Stejně tak jsou kontrolovány velkoobchody, pokud uvádějí zboží do oběhu pod vlastní značkou a také pokud dovážejí zboží ze zemí, které nejsou členy EU.

Kontrola se zaměřuje na receptury a tok zboží. Nakoupil zpracovatel řádně certifikované ekologické zboží? Jaké množství ekologických surovin nakoupil, jaké množství ekologického zboží prodal? Je zboží správně označeno? Vystavené osvědčení platí vždy jeden rok, až do příští kontroly.

Certifikovaný výrobce biopotravin, například pekař, smí vyrábět i konvenční zboží, pokud od sebe jasně oddělí všechny pracovní pochody.

3.3. Zásady výrobního procesu bioproduktů

Výrobou biopotravin se rozumí čištění, třídění, upravování, opracování nebo zpracování bioproduktů, popřípadě přidávání dalších látek povolených zákonem

³⁵ Václavík, T., Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě. Praha 2006, Ministerstvo zemědělství ČR.

a prováděcí vyhláškou, včetně balení a dalších úprav biopotraviny za účelem uvádění do oběhu.

Při zpracování bioproduktů je nutno používat šetrné postupy, způsobující minimální fyzikální, chemické a biologické změny.

Zpracování musí probíhat ve zcela prostorově nebo časově oddělených provozech od výroby konvenční.

K výrobě biopotravin je možné kromě bioproduktů použít i přídavné látky, pomocné látky a suroviny zemědělského původu nepocházející z ekologického zemědělství nebo z přechodného období v množství, které nesmí přesáhnout 30 % hmotnosti v sušině. Údaje o druhu, množství a původu těchto látek resp. surovin, musí být uvedeny v seznamu složek v receptuře i na obalu.

Použití léčivých a kořeninových rostlin a ve volné přírodě sbíraných plodů a bylin upravuje zákon a prováděcí vyhláška. Podíl přídavných látek, pomocných látek a konvenčních surovin zemědělského původu rozhoduje o tom, jak budou biopotraviny označeny.

Pokud při výrobě biopotraviny bylo použito méně než 95 % avšak alespoň 70 % v přepočtu na sušinu bioproduktů, přídavných látek a pomocných látek, se označí mimo údajů stanovených v zákoně také údaji o procentu hmotnosti sušiny vyrobené v ekologickém zemědělství nebo v přechodném období a jde-li o tekutiny procento objemu vyrobené v ekologickém zemědělství nebo v přechodném období. Pokud nejsou výše uvedené podmínky splněny, nesmí být výrobek označen jako bioprodukt.

Celý výrobní postup musí být zajištěn účinným a dokumentovaným kontrolním systémem získání záznamů, které umožní kontrolnímu orgánu ekologického zemědělství sledovat:

- a) Původ, vlastnosti a množství bioproduktů, surovin, přídavných látek a pomocných látek, které byly dodány do výrobní jednotky.
- b) Vlastnosti a množství produktů, které opustily výrobní jednotku.
- c) Všechny informace, které mohou být vyžadovány pro účely důkladné kontroly výrobních operací, jako jsou údaje o původu, vlastnostech, množství přísad a přídavných látek, o výrobních zařízeních a o složení výrobků.³⁶

³⁶ ČERVENKA, J., KOVÁŘOVÁ, K., *Biopotraviny*. 1. Vyd. Praha 2005, Česká zemědělská univerzita v Praze, 110s. ISBN 80-213-1404-4

Tab. 7: Složky nezemědělského původu povolené při výrobě biopotravin,
nařízení Rady EU – stav: 14. 2. 2003³⁷

Číslo E	Označení	Účel použití/omezení
E 170	<u>uhličitan vápenatý</u>	křída – regulátor kyselosti a pomocná proti-spékavá látka, bílé barvivo/ všechny povolené účinky kromě barvení
E 270	<u>kyselina mléčná</u>	uměle vyrobený regulátor kyselosti
E 290	<u>oxid uhličitý</u>	rostlinami produkovaný kypřící plyn nebo regulátor kyselosti
E 300	<u>kyselina askorbová</u>	uměle vyrobený vitamin C, antioxidant a prostředek k ošetření mouky
E 306	<u>extrakty s vysokým obsahem tokoferolů</u>	přírodní vitamin E/ antioxidant v tucích a olejích
E 322	<u>Lecitiny</u>	emulgátor, antioxidant, prostředek k ošetření mouky, stabilizátor
E 330	<u>kyselina citrónová</u>	umělý regulátor kyselosti
E 333	<u>citronany vápenaté</u>	umělé regulátory kyselosti, stabilizátory, oxidanty
E 334	<u>kyselina vinná</u>	přírodní, rostlinný regulátor kyselosti, antioxidant
E 335	<u>vínany draselné</u>	přírodní, rostlinný regulátor kyselosti, antioxidant, kypřící prostředek z kyseliny vinné
E 336	<u>vínany sodné</u>	přírodní, rostlinný regulátor kyselosti, antioxidant, kypřící prostředek z kyseliny vinné
E 341	<u>Dihydrogenfosforečnan Vápenatý</u>	kypřící prostředek do samokypřících mouk
E 400	<u>kyselina alginová</u>	přírodní, rostlinné zahušťovadlo, želírovací a polévací prostředek
E 401	<u>alginát sodný</u>	viz. kyselina alginová
E 402	<u>alginát draselný</u>	viz. kyselina alginová
E 406	<u>Agar</u>	přírodní želírovací prostředek a zahušťovadlo z řasy rouchy
E 407	<u>Karagenan</u>	viz. agar
E 410	<u>Karubin</u>	přírodní, rostlinný želírovací prostředek a zahušťovadlo (moučka z jader svatojánského chleba)
E 412	<u>guma gust</u>	přírodní, rostlinné zahušťovadlo, prostředek na ošetření mouky, plnidlo
E 413	<u>Tragant</u>	přírodní zahušťovadlo a pojidlo z kůry asijské rostliny
E 414	<u>arabská guma</u>	přírodní, rostlinné zahušťovadlo, stabilizátor a plnidlo
E 415	<u>Xanthan</u>	uměle zahušťovadlo a rostlinný želírovací prostředek, získává se pomocí bakterií

³⁷ Václavík, T., *Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě*. Praha 2006, Ministerstvo zemědělství ČR.

4. Výrobci

V roce 2005 na českém trhu působilo celkem 125 výrobců biopotravin, řada z nich s certifikovanými recepturami, ale bez faktické výroby. Největší český výrobce biopotravin, PRO-BIO, obchodní společnost s.r.o., se z role zpracovatele stále více přesouvá do role dovozce a velkoobchodníka.³⁸

Deset největších firem na trhu s biopotravinami podle obrátu

(řazeno abecedně)³⁹

<i>Název firmy</i>	<i>Typ</i>
Albio s.r.o.	Výroba pečiva/maloobchod
Bio-nebio s.r.o.	Dovoz/výroba/distribuce
Biopark s.r.o.	Zpracovatel – hovězí maso
Carrefour	Výrobce – pečivo
Country Life s.r.o.	Velkoobchod/import/zpracování/ maloobchod
Farma Ratibořice rodiny Dobrovolných	Farma/výroba – mléčné kozí výrobky
Olma a.s.	Zpracovatel/výrobce mléka a jogurtů
PRO-BIO s.r.o.	Zpracování/velkoobchod/import/ maloobchod
Sluneční brána s.r.o.	Výrobce – čaje, koření
Jan Štěrbá – Ekofarma Deblín	Farma/výrobce/distribuce – ovoce, zelenina

³⁸ VÁCLAVÍK, T., Green marketing, *Český trh s biopotravinami*. [online]. 2005. Dostupný na WWW <<http://www.greenmarketing.cz/docs/Ceskytrhsbiopotravinami2005.pdf>>

³⁹ VÁCLAVÍK, T., Green marketing, *Český trh s biopotravinami*. [online]. 2005. Dostupný na WWW <<http://www.greenmarketing.cz/docs/Ceskytrhsbiopotravinami2005.pdf>>

4.1. Cena biopotravin

Zásadní bariérou rozvoje bioprodukce je vyšší nákladovost. Průměrný cenový rozdíl mezi bioprodukcí a konvenční produkcí, který v konečné podobě mají spotřebitelé zaplatit, je okolo 50 – 60 %. V distribučním řetězci je důvodem pro vyšší náklady kombinace velkoobchodu, zpracování a maloobchodu, vyšší nákupní cena surovin a problémy s trvalými dodávkami, vyšší náklady na čištění a separaci v jednotkách, které nejsou určeny pro velkoobchod a zpracování, chybějící úspory vznikající růstem velikosti, vyšší dopravní náklady a malý objem produkce vedoucí k vysokým jednotkovým distribučním nákladům, více neprodaných produktů a odpadu a náklady na inspekci a certifikaci. Aby se snížila cena konečných produktů, je důležité vytvořit postupy, které mohou snížit náklady, aniž by to ovlivnilo správné používání norem pro ekologické zemědělství.

Při cenovém srovnání s komerčními biopotravinami je u nás poněkud větší cenové rozpětí, např. v EU mají biopotraviny vyšší cenu zhruba o 20 až 50 % vyšší, v ČR o 40 až 350 % vyšší v závislosti na jednotlivých produktech a podmínkách na trhu. Konvenční potraviny jsou v řadě obchodních řetězců i specializovaných prodejnách umístěny vedle biopotravin, které jsou tak znevýhodněny. V budoucnu se očekává, že cena biopotravin bude klesat díky větší bioprodukcí, snižování logistických nákladů a hlavně vyšší konkurenci na trhu.⁴⁰

Čím větší tržní segment bioprodukce zaujímají supermarket, tím jsou průměrné ceny biopotravin i jejich rozpětí nižší. Nejvyšší cenový rozdíl bývá tradičně u zeleniny a ovoce.

⁴⁰ VÁCLAVÍK, T., Green marketing, *Český trh s biopotravinami*. [online]. 2005. Dostupný na WWW <<http://www.greenmarketing.cz/docs/Ceskytrhsbiopotravinami2005.pdf>>

5. Prodejci

5.1. Nabídka

Trh s biopotravinami se v ČR rozšiřuje a odbyt biopotravin stoupá. V kvalitě BIO si dnes můžeme koupit téměř cokoliv. Tedy zdaleka nejen obiloviny a luštěniny, ale i maso a mléčné výrobky, zeleninu, ovoce, celozrnné i bílé těstoviny, dětskou výživu, ale i pochoutky jako např. kečup, chipsy, víno, čokoládu. Sortiment se stále rozšiřuje. Novinkami mezi českými biovýrobky jsou šunka a uherák (Biofarma Sasov), sýr eidam (Polabské mlékárny), kefir (Mlékárna Valašské Meziříčí), kvašený fermentovaný nápoj kombucha (Country Life a obchodní společnost Pro-Bio), tofu (Veto, Vitall, Sunfood), směs na domácí přípravu chleba (Jizerské pekárny), rostlinné pomazánky (Sivo) a sypká směs koření (Terezia Company).

Nyní je na českém trhu přes 2000 druhů biovýrobků. Podrobné informace o bioproduktech a biopotravinách, seznamy jejich producentů, včetně ceníků je možno najít na webových stránkách Svazu ekologických zemědělců PRO-BIO www.pro-bio.cz, od zpracovatelské firmy PRO-BIO s.r.o. (e-mail: pro-bio@camil.cz), aktuální informace v měsíčníku BIO (e-mail: bio_vyzva@iol.cz) a obecnější informace i na stránkách Ministerstva zemědělství ČR.

Poptávka po biopotravinách v ČR rychle roste. S tím souvisí zvyšování počtu míst, kde lze biopotraviny nakoupit, a také rozšiřování sortimentu biopotravin. Bohužel tomuto nárůstu neodpovídá nárůst českých ekozemědělců a biozpracovatelů, proto se k nám mnoho biopotravin dováží. Do ČR se dováží zejména zpracované biopotraviny, kterých je vlivem nedostatečně rozvinutého domácího zpracování stále nedostatek. Jsou to především ovocné šťávy a nápoje, omáčky, pomazánky, džemy, sladidla, cukrovinky, oleje a tuky. Od roku 2005 se dováží na český trh i čerstvé ovoce a zelenina (Luční Údolí, Ekofarma Deblín a Country Life), mléčné výrobky (Andechser, Ja!Natürlich, Goldsteig, Käsehof) a také čerstvé drůbeží a jehněčí maso (Robert's BIO). Většina dovážených biopotravin pochází z Německa, Itálie, Rakouska, Nizozemí a Belgie.

Podíl bioproduktů na českém trhu za rok 2005 ⁴¹

<i>Kategorie</i>	<i>Podíl na trhu (%)</i>
Zpracované biopotraviny	40
Mléko a mléčné výrobky	20
Maso a výrobky z masa	12
Nápoje	12
Obilniny, snídaňové směsi	5,5
Pečivo	4
Ovoce a zelenina	3,5
Byliny, čaje, koření	3

5.2. Prodej

Nejširší výběr biopotravin nabízejí specializované bioprodejny Svazu ekologických zemědělců PRO-BIO, kterých je po celé České republice více než 50 (seznam specializovaných bioprodejen lze nalézt na webových stránkách www.pro-bio.cz). Prodejny jsou viditelně označeny logem a členským číslem svazu. Kromě širokého výběru biopotravin nabízejí svým zákazníkům také odborné rady a informace. Na rozdíl od anonymního způsobu nakupování a omezeného výběru biopotravin v supermarketech nabízejí bioprodejny řadu výhod, široký výběr biopotravin (od dětských výživ až po biokávu či biovíno), čerstvé produkty místních ekologických zemědělců či výrobců biopotravin, pořádají ochutnávky, kurzy vaření, informačních seminářů či výlety na ekofarmy.

Mezi největší bioprodejny patří zejména prodejny společnosti Albio a Country Life. Bioprodejny jsou hlavním místem odbytu balených biopotravin, semen, ořechů, čerstvé zeleniny a ovoce, pečiva a mléčných výrobků.

V současné době všechny obchodní řetězce nabízejí biopotraviny a stále svoji nabídku rozšiřují. Biopotraviny jsou nabízeny pod značkami výrobců. Obchodní řetězce však zavádějí také vlastní obchodní bio značky: Ja!Natürlich supermarketu Billa, Natur*pur společnosti InterSpar, Tesco Organic obchodního řetězce Tesco apod. Ke

⁴¹ VÁCLAVÍK, T., Green marketing, *Český trh s biopotravinami*. [online]. 2005. Dostupný na WWW <<http://www.greenmarketing.cz/docs/Ceskytrhsbiopotravinami2005.pdf>>

zvýšení podílu biopotravin na celkových tržbách se snaží docílit také oddělenými sekcemi, výrazným značením bioproduktů, letákovou podporou a ochutnávkami těchto výrobků. Supermarkety a hypermarkety se podílí zejména na odbytu bio hovězího masa a bio mléka.⁴²

5.3. Odbyt

Odbyt biopotravin v ČR stoupá. V roce 2006 vzrostl obrat o 49 % a dosáhl hodnoty 760 milionů korun. Hlavním důvodem růstu je zvýšená poptávka ze strany českých spotřebitelů, převážně však uspokojována zvýšenými dovozy biopotravin ze zahraničí. Podle statistik za rok 2005 utratil každý obyvatel v ČR za biopotraviny 27 Kč (přibližně 1 euro). V Německu činí průměr 42 eura na osobu ročně, ve Velké Británii 87 eur na osobu a ve Švýcarsku činí průměrná roční útrata za biopotraviny 97 eur. V roce 2006 stouply roční výdaje na občana ČR na 74,50 Kč a za rok 2007 na 126 Kč.⁴³

Největších objemů prodaných biopotravin v ČR bezesporu dosahují řetězce supermarketů a hypermarketů (67 % - v roce 2006), přestože jejich nabídka je užší a obsahuje jen desítky položek. Navíc je zde prodáváno největší procento biopotravin z dovozu. Prodejny zdravé výživy a biopotravin měly v roce 2006 podíl na trhu 28 %. Přibližně 2 % biopotravin se prodalo přímo na farmách či tržišťích a asi 3 % v nezávislých drobných prodejnách potravin. Výrazný nárůst prodeje od roku 2006 byl způsoben především zvýšenou nabídkou biopotravin v maloobchodních řetězcích. Zejména supermarkety Billa, Delvita a hypermarkety InterSpar rozšířily svoji nabídku o čerstvé ovoce a zeleninu, mléčné výrobky a pečivo. Dalším velkým impulsem byl v roce 2006 značně rozšířený sortiment biopotravin v drogistickém řetězci dm – drogerie.⁴⁴

Během roku prodejnost biopotravin kolísá. Je to dáno především sezónností některých jejich druhů. Biozrní, biomouky, biovločky a další se nejvíce prodávají v zimě. Biozelenina a bioovoce naopak v létě.

⁴² Žiju Bio. *Ekologické zemědělství a biopotraviny 2007*. [online]. Dostupný na WWW: <http://www.ziju-bio.cz/index.php?section=spotrebitel&page=co_je_bio>

⁴³ PRO-BIO, Svaz ekologických zemědělců ČR. [online]. Dostupný na WWW: <<http://www.pro-bio.cz/cesky.htm>>

⁴⁴ Češi vloni utratili za biopotraviny 760 milionů korun. [online]. Dostupný na WWW: <http://smtp.pro-bio.cz/probio/info.nsf/_/37941170F6D188E7C12572C6004CDA44>

5.4. Způsob prodeje

Jedním ze způsobů prodeje je přímý prodej. Při přímém odbytu výrobce bezprostředně prodává zboží spotřebiteli. Přímý prodej bioproduktů dosud převládá v západní Evropě. Zemědělec obvykle své produkty dále zušlechťuje (třídění, čištění, loupání, mletí, balení) nebo zpracovává na hotové výrobky (pečený chléb, mošty, víno, sýry, salámy apod.). Přímý prodej bývá často spojený s nabídkou stravovacích a ubytovacích služeb na vybraných ekofarmách (ekoagroturistika). Hlavní výhodou je, že se zemědělec nedělí o tržby se zpracovateli, dopravci a obchodníky. Nevýhodou je velký nárůst práce a dalších nákladů spojených se zpracováním, balením, dopravou k zákazníkovi a prodejem. V ČR má přímý prodej malou tradici.

5.4.1. Formy přímého prodeje

- a) samosběr
- b) prodej na objednávku, zásilkový prodej
- c) stánkový prodej, prodej na poli, u cesty, v tržnici
- d) obchod ve dvoře
- e) prodej ze dvora

5.4.1.1. Samosběr

Jedná se o sběr na venkovské zahradě pro vlastní potřebu zákazníka. Z podnikového pohledu je hlavním pozitivem úspora ruční práce (sběr) a dopravy ke spotřebiteli.

Kromě jahod se tímto způsobem dají sklízet i fazole, hrášek, brambory, angrešt, rybíz nebo ovoce ze stromů.

Spotřebitel očekává:

- přiměřeně velkou plantáž
- možnost vlastního výběru plodů
- chemicky neošetřené porosty

- cenu přiměřenou vlastní námaze, což je nižší než na trhu a možnost výběru velkých a zralých plodů
- během sběru vlastní konzumaci, zvláště u dětí je s tím nutno počítat
- dosažitelnost místa – k pozemku musí být přijatelný přístup, cesta pro auta, možnost parkování, dostatečně nápadným označením u cesty, popřípadě plánek na letáčcích či reklamě v novinách
- poskytnutí prostředků pro sběr, vhodné nádoby pro sběr i ukládání plodů
- možnost balení a odvozu - prodejné obaly, košíčky, přepravky apod., cejchované váhy, doklady o prodeji atd.

Organizace samosběru je velmi náročná na reklamu, resp. podchycení dostatečného, ale zároveň přiměřeného počtu zákazníků ve správnou dobu.

5.4.1.2. Prodej na objednávku, zásilkový prodej

Tento způsob prodeje může mít formu zaslání zboží poštou nebo osobní dodání. Formy prodeje na objednávku jsou limitovány hygienickými, přepravními a dalšími předpisy. Platba se uskutečňuje prostřednictvím bankovních operací. Největší nevýhodou se jeví cena, která je navýšena částkou za poštovné a balné či za ostatní způsoby dopravy.

Výhodné při:

- menším rozsahu zajímavé produkce
- získávání nového okruhu zákazníků – nový produkt
- nejsou-li podmínky pro prodej širšímu okruhu zákazníků v okolí

Tento způsob prodeje se využívá především v těchto situacích:

- v období před svátky – krocan, husa, ryby
- před zimou na uskladnění – zelí, brambory
- dodávky v pravidelných intervalech
 - denní – mléko, pečivo
 - týdenní – maso, sýry

5.4.1.3. Stánkový prodej (prodej na poli, u cesty, v tržnici)

Je podobný samosběru. Sklizeň je zajišťována vlastními nebo námezdními silami. Označení příjezdu k místu nákupu nesmí být v rozporu s předpisy, ale současně musí upoutat, tj. být výstižné, dobře viditelné, v dostatečném odstupu od místa prodeje.

Místo prodeje musí být mimo vozovku, musí umožnit bezpečné zastavení, parkování, naložení. Vhodnými místy jsou i parkoviště, odstavné plochy, odbočky, okraje výjezdů na polní či lesní cesty.

Dobře se uplatňuje na frekventovaných místech. Stánkový prodej může být uskutečňován na tržnici či přímo ve dvoře.

5.4.1.4. Obchod ve dvoře

Zřízení obchodu přímo v objektu statku. Tato cesta je jednodušší z hlediska problémů s předpisy. Také má výhodu kvůli pracovní době.

Tento prodej je výhodný, pokud bude zásoben širším sortimentem a veden po celý rok. Jako základní sortiment se nabízejí vajíčka a zelenina, tyto produkty kupují spotřebitelé pravidelně po celý rok. Doplnkem mohou být vaječné produkty, brambory, maso, ovoce, zpracované ovoce-marmelády, sušené ovoce.

Obchod ve dvoře může být relativně náročný na zřízení prodejní místnosti, jsou potřeba chladicí boxy, technické vybavení, také mohou připadat náklady na pracovní sílu.

5.4.1.5. Prodej ze dvora

Jedná se o prodej bioproduktů na farmě bez založení obchodu. Prodej bioproduktů přímo spotřebiteli výrobcem má zatím u nás na celkovém prodeji zanedbatelný podíl, i když v zahraničí jsou s ním dobré zkušenosti a často bývá spojován i s agroturistikou na vybraných ekofarmách. V ČR se tímto způsobem prodávají zejména brambory, zelenina či ovoce.

5.5. Zprostředkovaný odbyt

5.5.1. Velkoodběratelé

V ČR působí čtyři větší firmy, které se zabývají výkupem bioproduktů a zpracováním a dalším prodejem balených biopotravin.

- Country Life – zaměřená na suché balené zboží (obiloviny a výrobky z nich, luštěniny, oleje, suché plody, koření, šťávy a výrobky ze sóji)
- PRO-BIO obchodní společnost – suché produkty (obiloviny, luskoviny, léčivé rostliny, koření, sójové výrobky, víno, šťávy, olej, éterické oleje)
- Biodružstvo Praha – zprostředkovává odbyt suchých produktů, vína, bylin, čajů, másla a sýrů do obchodů s racionální výživou v Praze
- Sluneční brána – vyrábí čaje, přísady do pokrmů, koření, léčivé rostliny

5.5.1.1. Maloobchod

Do této kategorie spadají prodejny zdravé výživy a specializované bioprodejny. Prodejen zdravé výživy funguje v ČR okolo 300 a tyto prodejny mají ve srovnání s obchodními řetězci podstatně širší sortiment, ovšem přesto většina těchto prodejen má v nabízeném sortimentu jen poměrně malý podíl potravin v certifikované biokvalitě. Tyto prodejny prodávají nejvíce potravinové doplňky, potraviny pro zvláštní výživu, dietní potraviny, potraviny s označením dia a light.

Největší výběr biopotravin je nabízen ve specializovaných bioprodejnách PRO-BIO, kterých je po celé ČR 55. Tato síť certifikovaných prodejen, které se řídí speciálními směrnici, nabízí kromě relativně širokého výběru biopotravin také odborné rady a informace. Jejich podíl na trhu s biopotravinami se odhaduje na 20 – 30 %. Sortiment certifikované bioprodejny musí být po celou dobu kalendářního roku tvořen minimálně z 30 % biopotravinami, trvale musí být v nabídce 150 položek biopotravin. Bioprodejny se snaží ve spolupráci s ekologickými zemědělci, zpracovateli bioproduktů a výrobci biopotravin, zajistit konzistentnost biopotravin na trhu.

Výhody malých obchodů:

- lidský faktor – poradenství
- přístup k zákazníkovi

5.5.1.2. Supermarkety

Obchodní řetězce nabízejí v současné době přes 100 druhů biopotravin. Nejen balené biopotraviny, například mouku, pšenici, pohanku, těstoviny, čaje, koření, špaldovou instanční kávu, ale postupně nabízejí i čerstvou zeleninu a ovoce. Se stále stoupajícím zájmem se setkává i biomaso pocházející z jatek certifikovaných na bioporážku, kde je maso baleno pod ochrannou atmosférou. Mlékárenské produkty kategorie bio jsou zastoupeny olomouckou mlékárnou Olma, která úspěšně uvedla první certifikovaný biojogurt v ČR.

Na vývoji trhu biopotravin se stále více podílejí velké distribuční řetězce. Biobrambory a biopečivo vyrobené z francouzské mouky nabízí hypermarkety Carrefour. Společnost Ahold zavedla v hypermarketech Hypernova vlastní značku bioproduktů „Selský dvůr“. Nabízejí také biotěstoviny, čaje, víno, koření, kozí mléko a sýr, biochléb, koláčky a karbanátky. Obchodní řetězce prodávají biopotraviny pod značkami výrobců a postupně také zavádějí vlastní obchodní bio značky. Distributoři přiznávají, že hlavní překážkou rychlejšího rozvoje prodeje bioproduktů zůstává cena. Ta je v porovnání s konvenčními výrobky převážně vyšší.

Výhody supermarketů:

- technické možnosti (větší skladovací prostory, větší výběr 50 – 200 výrobků v bio kvalitě)
- reklamní síla
- počet zákazníků
- nižší cena

Většina nakupujících dnes hlavně preferuje cenu a ušetřený čas, což nahrává supermarketům.⁴⁵

V poslední době se rozvíjí prodej biopotravin přes internet, dnes již existuje několik internetových obchodů specializovaných na biopotraviny (např. Rozmaryna.cz, Biosfera.cz, Biopotraviny.cz, Bioweb.cz, Dobrykramek.cz). Tento způsob prodeje je zejména výhodný pro obyvatele menších obcí, kde jsou biopotraviny málo dostupné.

⁴⁵ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Biopotraviny – hodnocení kvality, zpracování a marketing*. Praha 2002, ÚZPI

6. Spotřebitelé

Podle nejnovějšího průzkumu GfK (Green marketing) Praha pro MZe kupuje pravidelně výrobky s označením BIO jen velmi úzká skupina spotřebitelů - v české populaci je zastoupení pravidelných zákazníků výrobků BIO pouze 3 %. Dalších 25 % populace výrobky BIO zná, ale kupuje je jen nepravidelně, rovněž čtvrtina výrobky BIO zná, ale nekupuje, a téměř polovina spotřebitelů výrobky se značkou BIO vůbec nezná a nekupuje. Nejdůležitějšími místy nákupu pro ty, kteří nakupují biopotraviny, jsou hypermarkety, specializované prodejny a supermarkety. Nejčastěji jmenovanými překážkami pro nákup bioproduktů u respondentů, kteří nekupují bioprodukty, jsou nedostatek informací, cena a oblíbenost tradičních značek. Pro část respondentů je rovněž překážkou nedůvěra v tyto produkty a také nemožnost sehnat tyto produkty v místě, kde pravidelně nakupují. Mnohem vyšší zastoupení pravidelných zákazníků biopotravin mají ženy a respondenti s vysokoškolským vzděláním. Významně vyšší je rovněž zastoupení pravidelně nakupujících biopotravin ve věkovém intervalu 25 až 44 let - oproti tomu je tento poměr nižší u nejmladších a nejstarších věkových kategorií.⁴⁶

Bioprodukty častěji kupují mladí lidé s dětmi, nemocní či v rekonvalescenci a starší lidé. S úrovní vzdělání zájem o konzumaci biopotravin roste. Vzhledem k celkové úrovni mezd a rozdělení priorit nákupu spotřeba biopotravin nedosahuje úrovně západní Evropy. Na českém trhu se uplatňují biopotraviny tehdy, nepřekračuje-li jejich cena o více jak 15 % cenu obdobných konvenčních výrobků. Nízkou schopnost orientace našich spotřebitelů dokazuje i to, že vlivem exkluzivního balení, agresivní reklamy i dalších forem ovlivnění jsou za podstatně vyšší ceny ochotni kupovat zahraniční neekologické, mnohdy kvalitou problematické potraviny. Přesto se postupně změnou žebříčku hodnot a vlivem větší informovanosti předpokládá nárůst poptávky po biopotravinách i u nás. Nejvíce jsou biopotraviny oblíbeny ve velkých městech

Rychle roste zájem velkoobchodů a supermarketů o zřizování oddělení biopotravin, a tím i o trvalý odběr dohodnutých objemů produkce.

⁴⁶ *Češi vloni utratili za biopotraviny 760 milión korun.* [online]. Praha Dostupný na WWW: <http://smtp.pro-bio.cz/probio/info.nsf/_/37941170F6D188E7C12572C6004CDA44>

7. Propagace bioproduktů a biopotravin

Propagace a reklama zlepšuje odbyt biopotravin a usnadňuje prezentaci pozitivních stránek ekologického zemědělství. Tím pomáhá soběstačnosti ekologického zemědělství v ČR, jehož celý současný systém je nyní ještě z velké části závislý na poskytovaných dotacích.

V západní Evropě je v porovnání s ČR vyšší informovanost spotřebitelů o biopotravinách. V ČR je informovanost větší ve městech než na vesnici, přičemž s velikostí sídel informovanost roste. Míra informovanosti o potravinách roste i s úrovní vzdělání. Z průzkumů je zřejmá všeobecně velmi malá dostupnost informací o biopotravinách. Velké firmy s konvenční produkcí si mohou dovolit rozsáhlou reklamu (televize, billboardy, časopisy,...), což je pro producenty biopotravin finančně neúnosné. Reklamní materiály (letáky, prospekty, plakáty a brožurky) částečně financuje Ministerstvo zemědělství, Svaz PRO-BIO a obchodní společnosti.

Nejdůležitějším zdrojem znalostí o biopotravinách jsou podle respondentů pořady v televizi (jiné než reklama), informace v prodejně, denní tisk a časopisy a rovněž reklamy výrobců či prodejců. Pro ženy je také významným informačním kanálem komunikace se známými.

Příklady úspěšných propagačních aktivit: Dny otevřených dveří na ekofarmách, ochutnávky, pořádání tiskových konferencí a pravidelné zasílání informací médiím, vydávání letáků, brožur, knih, katalogů, Bioměsíčníku, prezentace EZ na veletrzích, jarmarcích, internetové stránky, kluby spotřebitelů, kontaktní místa v prodejnách s biopotravinami atd.

Během roku se v českém biosvětě uskuteční mnoho akcí, z nichž se postupem času stávají akce tradiční. Svaz PRO-BIO společně se zastoupením svých členů se jich pravidelně zúčastňuje a na jejich realizaci se přímo více či méně podílí.

- *BioFach* – mezinárodní veletrh bioproduktů a biopotravin každoročně v německém Norimberku
- *Salima* – mezinárodní potravinářské veletrhy každým druhým rokem na brněnském výstavišti
- *Biostyl* – mezinárodní veletrh zdravé výživy, ekologie a zdravého životního stylu v Praze na Výstavišti každoročně v březnu
- *Bartákův hrnec* – vyhlášení nejlepšího ekologického zemědělce roku každoročně poslední květnovou sobotu na farmě oceněného
- *Biovino Pavlov* – tradiční mezinárodní ochutnávka biovín každoročně v dubnu
- *Bioakademie* – Evropská letní konference ekologického zemědělství, již šestý ročník proběhl tradičně na přelomu června a července v Lednici na Moravě
- *Bioslavnosti* – slavily svou premiéru v červenci ve Starém Městě pod Sněžníkem s obrovským úspěchem a budou tak pokračovat v tradici
- *Měsíc Září* – měsíc biopotravin a ekologického zemědělství (biojarmarky, biodožínky, dny otevřených dveří na ekofarmách, prodej ze dvora, ochutnávky, novinky biopotravin v bioprodejnách, soutěže o zajímavé ceny)
- *Biopotravina roku* – každý rok čeští výrobci biopotravin soutěží o prestižní titul

8. Bio zajímavosti

8.1. Zajímavosti ze světa BIO

Zájem o biopotraviny prudce roste v celé Evropě, zejména v souvislosti s BSE, s kulhankou a slintavkou, salmonelózou, geneticky modifikovanými potravinami a dalšími potravinářskými a zemědělskými problémy. Celé odvětví BIO potravin je jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících oborů podnikání v Evropě s ročním nárůstem obrátu okolo 20 %.

8.2. Biohotely

Jednou z novinek dnešní doby v oblasti ekologie, využití tradic a možnosti ubytování, jsou tzv. „biohotely“, které v posledních letech zdomácněly hlavně v Rakousku.

Biohotel je takový hotel, který nabízí kompletní potraviny v kvalitě bio, nebo nabízí speciální druh výživy. Hotel se nachází ve zdravém přírodním prostředí a také poskytuje zajímavé vzdělávací, nebo rekreační pobyty.

V současné době existuje sdružení „BIO-hotels“, které tvoří nezávislé biohotely nabízející rekreaci založenou na přírodních produktech. Členem sdružení je 15 hotelů v Rakousku, 4 hotely v Německu a 1 hotel v Itálii. Cílem sdružení do budoucna je mít po 20 zařízeních v Německu a Rakousku a až 40 biohotelů v Itálii.

Každý biohotel má svoji vlastní unikátní příchut' a nabízí různé možnosti trávení volného času. Používání předpřipravených polotovarů, jako např. polévek, salátů či omáček, je přísně zakázáno a i to dělá biohotely unikátní.⁴⁷

⁴⁷ MUSIL, M. JAEGEROVÁ, V. *Biohotely – novinka podporující ekologii a tradice*. Dostupný na WWW:
<http://kod.ef.jcu.cz/wwwtajcucz/katedra/konference/cdrom04/prispevky/musil_cz-2.doc >

8.3. Biopotraviny do škol

Až do loňského roku v České republice žádná naše školní jídelna cíleně nevyužívala biopotraviny při sestavování jídelníčku a chyběly potřebné zpětné vazby mezi regionálními zemědělci, jídelnami a pedagogy.

Tuto problematiku se pokouší napravit nově realizovaný pilotní projekt „Biopotraviny do škol“, který právě probíhá v několika školních jídelnách v Jihomoravském kraji a v kraji Vysočina. Realizátorem projektu je Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR EPOS.

Hlavním smyslem je podpora globální výchovy a ekogramotnosti tak, aby se pozitivně promítly při používání biopotravin ve školním stravování.

Lidé, kteří mají přístup k místním potravinám ve škole nebo jiném veřejném stravovacím zařízení, si více uvědomují místní potravinové systémy a mohou být lepší chutí a kvalitou potravin povzbuzeni, aby zvýšili svoje vlastní nákupy místně produkováných potravin prostřednictvím tržnic, stánků, nákupu přímo na farmě nebo v místní prodejně potravin.

Způsob stravování v dětství má na člověka vliv po celý jeho život a čerstvé, místní biopotraviny by měly tvořit primární součást těchto aktivit.⁴⁸

Přestože rodiče jsou s kvalitou současného stravování spokojeni, jsou připraveni zavádění biopotravin podpořit. Dokonce jsou ochotni podílet se na případném zvýšení ceny obědů, a to do poměrně vysoké úrovně, třetina rodičů je ochotno platit o 20 % více než v současnosti. Pozitivně se rodiče stavějí také k zavedení tématu ekologické zemědělství do výuky a k návštěvě ekologické farmy v rámci vyučování. To vše jsou dobré předpoklady pro úspěch projektu.

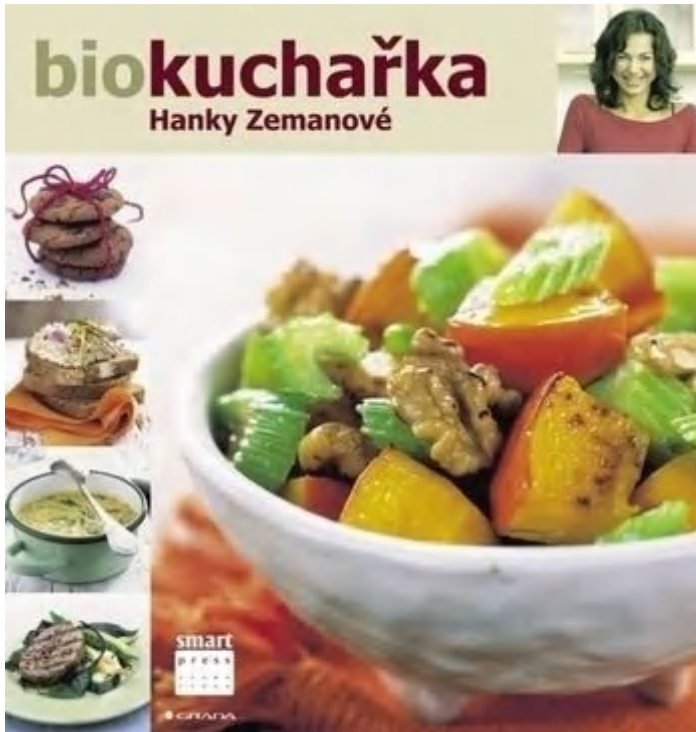
⁴⁸ PRAUS, L. *Biopotraviny do škol*. Praha 2008. [cit. 18. února 2008]. Dostupný na WWW: <http://www.ekologickelisty.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=190&Itemid=43>

8.4. Bio Vánoce

Když se řekne zdravé vánoční pečení, nezní to příliš lákavě. Navíc vynecháním některého tradičního rodinného cukroví, hrozí narušení vánoční pohody. Myslím si totiž, že není zdaleka tak důležité to, co jíte pár dnů v roce. Mnohem zásadnější vliv na vaše zdraví má to, co tvoří základ vašeho každodenního jídelníčku! To, spolu s celkově zdravějším životním stylem, je cesta k silné imunitě a dobré kondici. Občasný úlet, třeba zrovna ten vánoční, zdravé tělo zvládne zharmonizovat, i když ho to stojí značnou námahu.

Pokud vás zajímá, jak změnit jídelníček, abyste se co nejvíce vyhnuli chemickým zátěžím a vaše tělo mělo dostatek živin a energie na obranyschopnost a regeneraci, to vše se můžete dozvědět v nové knížce, která se jmenuje „Biokuchařka Hanky Zemanové.“ viz obr. 1

Obr. 3: Biokuchařka Hanky Zemanové⁴⁹



Zdroj: Tisková zpráva nakladatelství Smart Press

⁴⁹ Biokuchařka Hanky Zemanové. Tisková zpráva nakladatelství Smart Press. Dostupný na WWW: <<http://www.biospotrebitel.cz/data/images/350x/biokucharka4.jpg>>

Kuchařka nabízí recepty jednoduché na přípravu, výborné na chuť a o něco zdravější než běžné cukroví z bílé mouky a bílého cukru.

Použijete-li suroviny v biokvalitě, vaše cukroví bude obsahovat méně škodlivých chemických látek a více přírodních vitamínů a minerálních látek. V době vánoční podpoříte ekofarmáře, kteří pečují o ochranu přírody a lidského zdraví.

Právě v době, kdy přichází různé virózy a hrozí riziko například v podobě diskutované ptačí chřipky, je silná imunita to nejdůležitější. Důležitější než jakékoli chemické léky.⁵⁰

⁵⁰ ZEMANOVÁ, H., Zdravé vánoční pečení s Hankou Zemanovou. Praha 2005. [cit. 18. listopadu 2005].
Dostupný na WWW:
<http://smtp.pro-bio.cz/probio/info.nsf/_/2B4D6C3BF88FC3AFC12570BD003210A5>

8.5. Česká Biopotravina roku 2007

Tab. 8: Česká biopotravina roku 2008

Název biopotraviny	Body	Výrobce
Pošumavský bio med	509	Dr. Ing. Jan Pintíř Ph.D.
<i>Bio kysaný nápoj - jahoda</i>	498	Mlékárna Valašské Meziříčí spol. s r.o.
<i>Bio jogurt drink (bílý, jahoda, brusinka/černý rybíz)</i>	471	OLMA, a.s
<i>Bio dýňové gomasio</i>	468	bio nebio s.r.o.
<i>Celozrnné špaldové kreky s dýň. semínkem a česnekem</i>	467	Biopekárna Zemanka-Jan Zeman
<i>Bio hovězí zadní bez kosti</i>	467	Moravan a.s. Petřvald
<i>Čoko-kokosky se špaldovou moukou</i>	466	Biopekárna Zemanka-Jan Zeman
<i>Hostětínský sirup z černého bezu</i>	464	Tradice Bílých Karpat s.r.o.
<i>Hruško-jablečný bio mošt</i>	462	Olga Syrovátková
<i>Celozrnné špaldové kreky se sezamem a sojovou omáčkou</i>	461	Biopekárna Zemanka-Jan Zeman

V nebyvalé konkurenci více než 70 nominovaných biopotravin získal titul Česká biopotravina roku 2007 *Pošumavský bio med* ekologického včelaře Dr. Ing. Jan Pintíře, Ph.D. z Nedaniček u Švihova v okrese Klatovy. Získal od poroty nejen absolutně nejvíce bodů, ale také nadchnul vynikající chutí, širokým výběrem jednodruhových medů charakteristických vlastností a způsobů použití. Jedná se v podstatě o jediné sladidlo v bio kvalitě z české suroviny.⁵¹

⁵¹ VÁCLAVÍK, T. *Česká biopotravina roku 2007. Oscar v oboru biopotravin*. Praha 2007. [cit. 10. prosince 2007]. Dostupné na WWW: < <http://www.biopotravinaroku.cz/> >

PRAKTICKÁ ČÁST

V praktické části je vypracován dotazník, prostřednictvím kterého je prozkoumáno současné povědomí o biopotravinách mezi obyvateli České republiky. Vypracovaný dotazník je rozdělen do tří částí. První část dotazníku zjišťuje obecné údaje o respondentech (pohlaví, věk, vzdělání, finanční příjem, znalosti o biopotravinách a značce Bio). Druhou část dotazníku vyplňují respondenti, kteří již nakupují biopotraviny. Tato část zkoumá, které biopotraviny nakupují respondenti nejčastěji, jak často a kde je nakupují, čím se řídí při nákupu biopotravin, kolik za ně měsíčně utratí. Dále zkoumá, co je pro ně rozhodující při nákupu biopotravin a zda je pro ně největší překážkou k nákupu biopotravin nedostatek informací nebo že mají své oblíbené značky a výrobce, ceny bioproduktů nebo jejich dostupnost či nedůvěra k nim. Jestli si myslí, že kvalita biopotravin odpovídá jejich ceně a jakým způsobem se o biopotravinách dozvěděli. Poslední část je určena pro respondenty, kteří biopotraviny nekupují. Tato část se zabývá tím, z jakých důvodů nekupují biopotraviny, jestli jsou ochotni si připlatit za kvalitní výrobek a zda zamýšlí začít kupovat biopotraviny. Výsledky z dotazníkového šetření jsou zpracovány do grafů a tabulek pro lepší názornost a analyzovány z různých úhlů pohledu.

Distribuce dotazníků

Dotazníkový průzkum se uskutečnil v měsících říjen, listopad v roce 2007 a v únoru v roce 2008. Za pomoci studentů VSERS a SŠO v Českých Budějovicích.

První část dotazníků byla distribuována ve vestibulu obchodního domu GLOBUS v Českých Budějovicích ve dnech 16. a 23. října 2007. Bylo kontaktováno přibližně 200 osob, ochota pro vyplnění dotazníků se pohybovala kolem 20 %. Vyplněno bylo 42 dotazníků.

Další průzkum se uskutečnil v obchodním řetězci TESCO, v prostorech s nabídkou biopotravin.

Dne 8. a 15. listopadu 2007 na pobočce v Písku bylo osloveno přibližně 100 osob, ochota pro vyplnění dotazníků byla kolem 50 %. Vyplněno bylo 49 dotazníků.

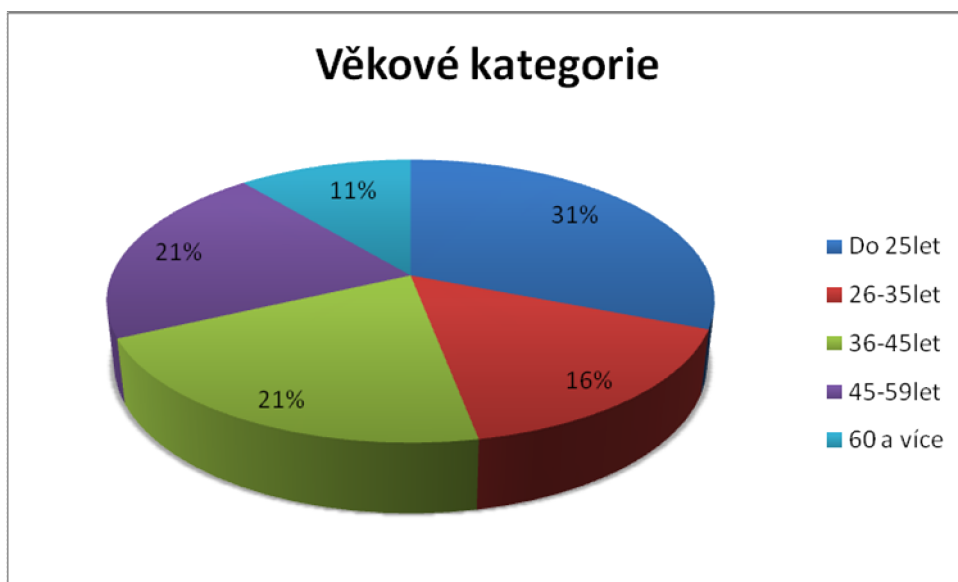
Dne 10. února 2008 v nově otevřené pobočce v Českém Krumlově bylo na stejných místech osloveno přibližně 70 osob. Ochota pro vyplnění byla kolem 15 %. Vyplněno bylo 9 dotazníků.

Dotazníkové šetření – základní údaje

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 100 respondentů, z toho 53 žen a 47 mužů.

Největší část dotazovaných byla ochotna zúčastnit se průzkumu z věkové kategorie do 25 let (31 %), dále z kategorií 36 - 45 let a 45 – 59 let (21 %). Zastoupení v jednotlivých kategoriích znázorňuje graf 1.

Graf 1 – Věkové kategorie v procentech



Třetina dotazovaných měla vysokoškolské vzdělání, necelá polovina středoškolské vzdělání a zbytek dotazovaných základní vzdělání.

Podle měsíčních příjmů (čistá mzda) spadá třetina respondentů do kategorie do 10 000 Kč, čtvrtina do kategorie 10 000 – 25 000 Kč a další čtvrtina do kategorie 20 000 Kč a více, zbytek do kategorie 15 000 – 20 000 Kč.

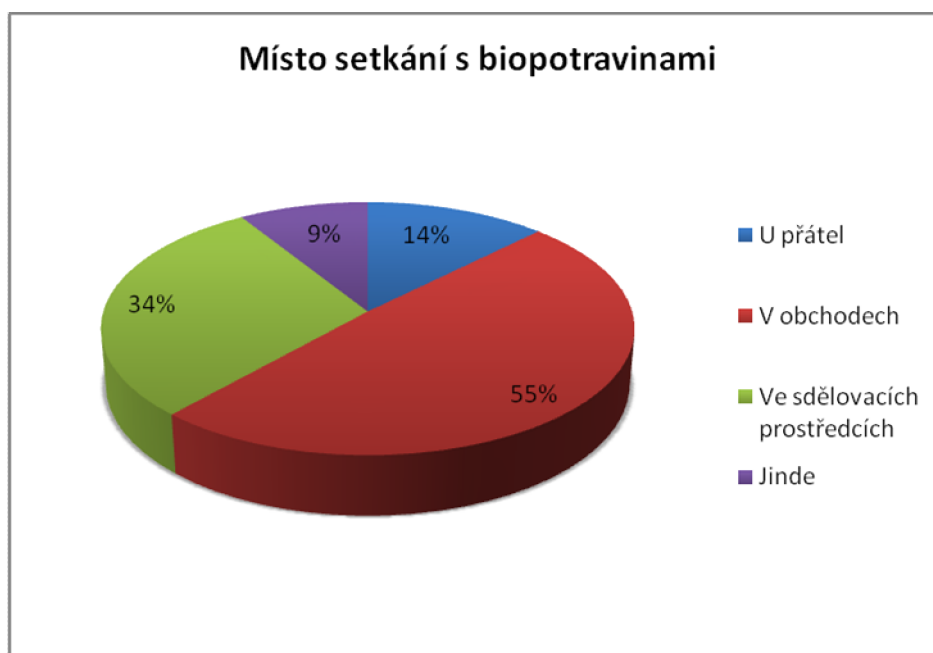
Na otázku „Víte, co jsou to biopotraviny?“ odpovědělo 79 % dotazovaných kladně.

Do přímého kontaktu s biopotravinami přišlo 77 % dotazovaných a z toho více než polovina se setkala s biopotravinami v obchodech, třetina ve sdělovacích prostředcích. Zde bychom měli brát v potaz, že vysoké procento kladných odpovědí může být ovlivněno skutečností, že dotazníky byly distribuovány v obchodních řetězcích, kde jsou biopotraviny prodávány v široké nabídce.

Více než polovina dotazovaných má pocit, že nemají dostatek informací o biopotravinách.

Jako nejvhodnější způsob pro získávání informací o biopotravinách shledává třetina dotazovaných vyhledávání na internetu nebo doporučení, dále jedna čtvrtina dotazovaných by si přála získat více informací o biopotravinách prostřednictvím médií. Další formy získání informací o biopotravinách jsou uvedeny v grafu 2.

Graf 2 – Způsob získání informací o biopotravinách podle přání dotazovaných



Na otázku, „Víte, co představuje značka Bio?“, zvolilo 43 % respondentů odpověď spíše ano, jedna třetina odpověděla určitě ano a jedna pětina spíše ne, pouze 4 % dotazovaných nevěděla, co znamená značka Bio.

Téměř polovina dotazovaných důvěřuje značce Bio a označili možnost spíše ano, čtvrtina dotazovaných uvedla možnost určitě ano a další čtvrtina spíše ne, určitě ne odpovědělo pouze 1 % dotazovaných.

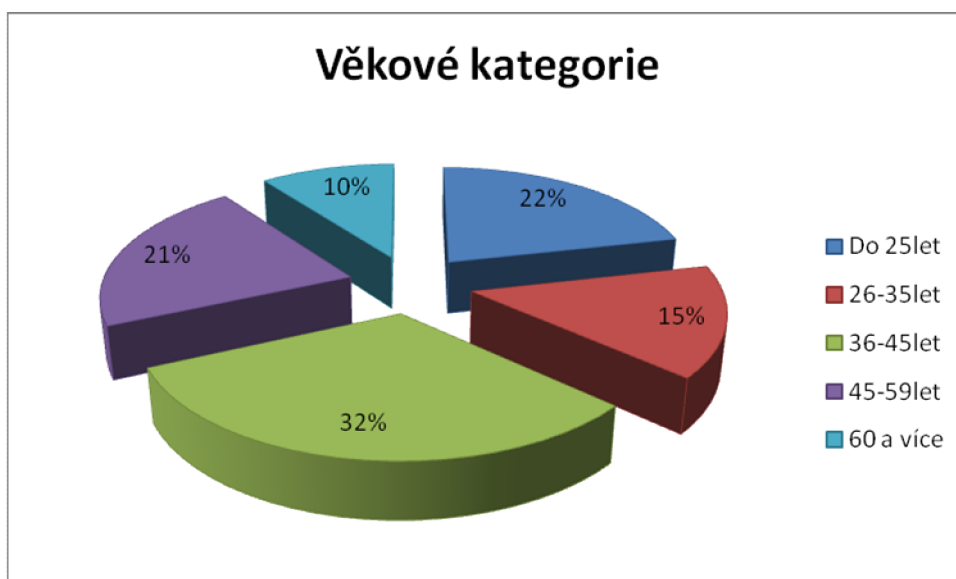
Z celkového počtu zúčastněných dotazníkového šetření nakupuje biopotravinu 48 %. Opět je zde patrný vliv místa distribuce dotazníků.

Dotazníkové šetření – nakupující bio

Tuto část dotazníkového šetření vyplňovali pouze respondenti, kteří nakupují biopotravinu. Z celkového počtu dotazovaných nakupuje 48 respondentů biopotravinu.

Rozdělení nakupujících biopotravinu z pohledu věkové kategorie znázorňuje graf 3. Nejvíce dotazovaných spadá do věkové kategorie 36 – 45 let (31 %). Vysvětlení je nasnadě, do této kategorie spadají ucelené rodiny s dětmi, které chtějí pro své potomky „jen to nejlepší“ a dbají na jejich stravování, dále i jejich finanční situace je příznivější.

Graf 3 – Věkové kategorie v procentech

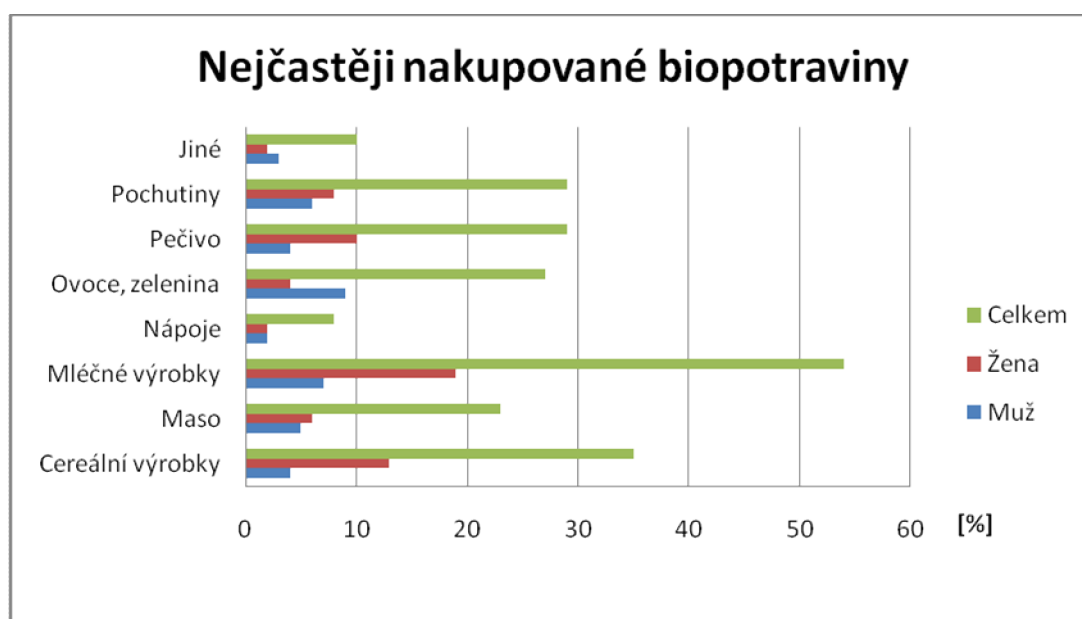


Z hlediska nejvyššího ukončeného vzdělání nakupuje biopotraviny 42 % dotazovaných s vysokoškolským vzděláním a 38 % se středoškolským vzděláním. Lze soudit, že lidé s vyšším vzděláním nakupují biopotraviny ve větší míře. Bude to souviset s jejich finančními příjmy a také s možnostmi přístupu k informacím o biopotravinách, například vyhledávání informací na internetu, účast na přednáškách a seminářích s tématy zdravá výživa a biopotraviny. Obecně lze konstatovat, že vzdělanější lidé více dbají o své zdraví a svůj životní styl.

Nejvyšší počet nakupujících biopotraviny (42 %) patří do příjmové kategorie 20 000 Kč a více (měsíční čistý příjem), ostatní příjmové kategorie (do 10 000 Kč, 10 000 - 15 000 Kč, 15 000 – 20 000 Kč) jsou zastoupeny kolem 20 %.

Graf 4 znázorňuje biopotraviny, které jsou nejčastěji nakupovány respondenty. Četnost nakupovaných biopotravin je uvedena i z hlediska pohlaví. Ženy nejčastěji v biokvalitě nakupují mléčné výrobky a muži především ovoce a zeleninu. Z celkového pohledu nejčastěji dotazovaní nakupují mléčné výrobky, a to více než polovina respondentů. Na druhém místě se umístily cereální výrobky, ty nakupuje více než třetina dotazovaných, poté nejvíce nakupují pečivo a pochutiny.

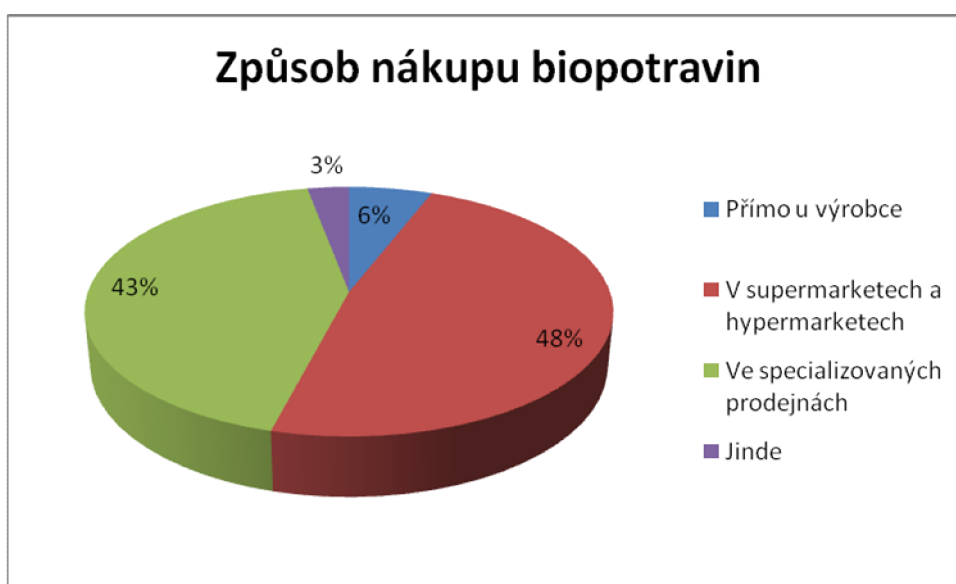
Graf 4 – Nejčastěji nakupované biopotraviny v procentech



Více než polovina (54 %) dotazovaných nakupuje biopotraviny několikrát do měsíce a téměř třetina (27 %) dotazovaných několikrát do týdne. Výjimečně kupuje biopotraviny 19 % respondentů. Ani jeden z dotazovaných nenakupuje biopotraviny denně.

Místa nákupu, kde dotazovaní nejčastěji nakupují biopotraviny, jsou zobrazeny v grafu 5. Dotazovaní volí pro nákup biopotravin především supermarkety a hypermarkety, dále nejčastěji nakupují biopotraviny ve specializovaných prodejnách (tj. v bioprodejnách a v prodejnách zdravé výživy). Biopotraviny nakupují v supermarketech a hypermarketech především proto, že zde provádějí „velký nákup“ a často při výběru potravin zvolí biopotraviny, které jsou buď zařazeny mezi běžné potraviny, nebo jsou umístěny ve výrazně označeném regálu v každé sekci potravinářského sortimentu, či v regálech označených nápisem zdravá nebo racionální výživa, anebo v oddělení s DIA potravinami.

Graf 5 – Zastoupení míst nákupu biopotravin v procentech



Jako rozhodující faktory pro koupi biopotravin uvádějí dotazovaní chuť, cenu a doporučení. Procentuelní rozdělení jednotlivých faktorů uvádí tabulka 8.

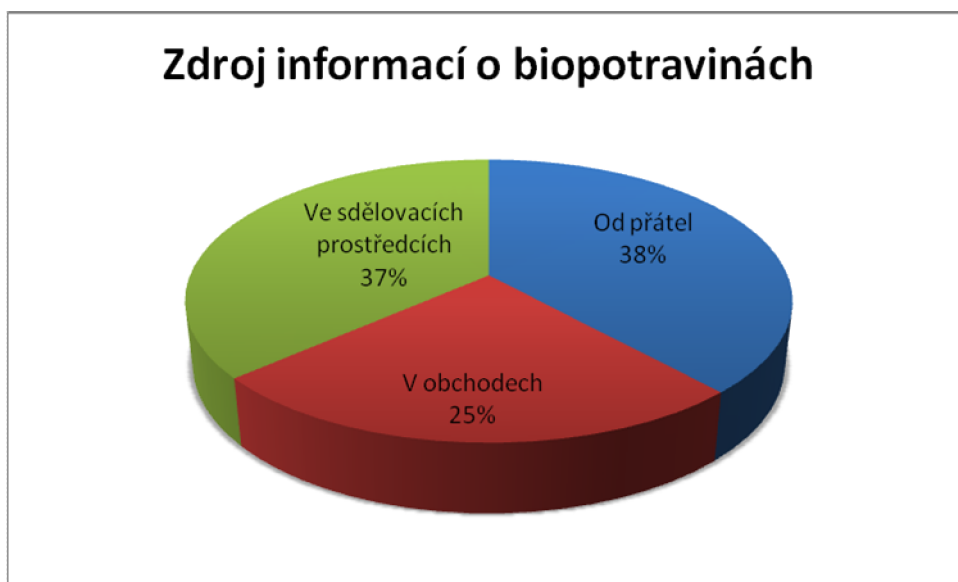
Tab. 8 – Faktory ovlivňující nákup biopotravin

<i>Co je pro Vás důležité při jejich koupi?</i>	Celkem [%]
Cena	38
Chuť	42
Doporučení	27
Obal	2
Značka	6
Jiné	10

Na otázku, Kolik měsíčně utratíte za nákup biopotravin?, odpověděla necelá třetina dotazovaných, že utratí měsíčně za biopotraviny 500 – 1 000 Kč, dále 27 % utratí 200 – 500 Kč a kolem 20 % dotazovaných nakupí měsíčně biopotraviny do 200 Kč nebo za 1 000 Kč a více.

Jakým způsobem se dozvěděli respondenti o biopotravinách, demonstruje graf 6.

Graf 6 – Způsob informování o biopotravinách

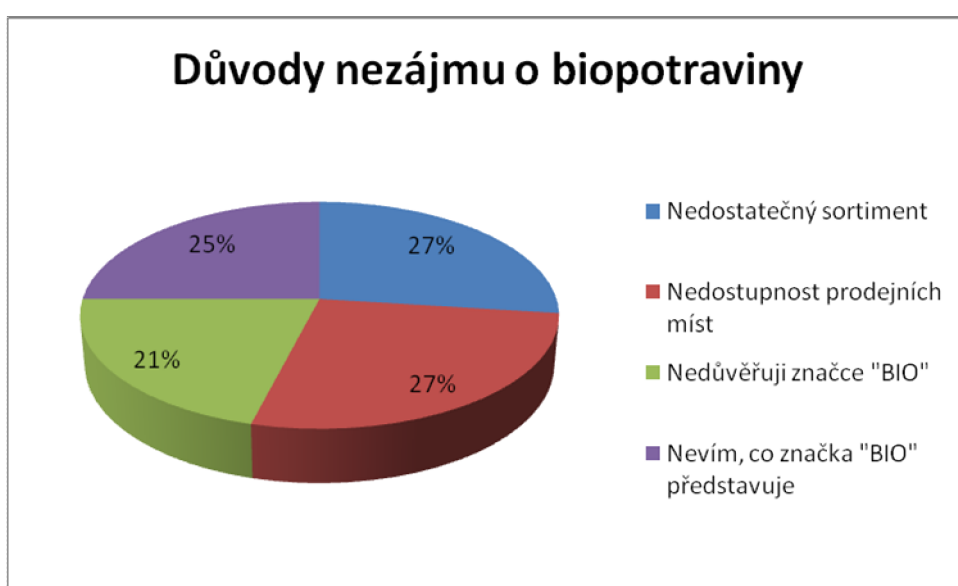


58 % dotazovaných si myslí, že kvalita biopotravin odpovídá jejich ceně, 6 % si to nemyslí a 35 % zvolilo odpověď nevím.

Dotazníkové šetření – nenakupující biopotraviny

První otázka z dotazníku pro spotřebitele nenakupující biopotraviny se týká zdůvodnění, proč nenakupují biopotraviny. Mohli volit z těchto možností: nedostatečný sortiment, nedostupnost prodejních míst, nedůvěřuji značce „Bio“, nevím, co značka „Bio“ představuje. Výsledky šetření zobrazuje graf 7.

Graf 7 – Důvody nezájmu o biopotraviny v procentech



69 % dotazovaných nenakupujících biopotraviny neví, zda kvalita biopotravin odpovídá jejich ceně. 27 % si myslí, že kvalita biopotravin odpovídá jejich ceně a zbytek si myslí, že neodpovídá.

Více než polovina respondentů je ochotna si připlatit za kvalitní výrobky, pokud je jejich kvalita garantována.

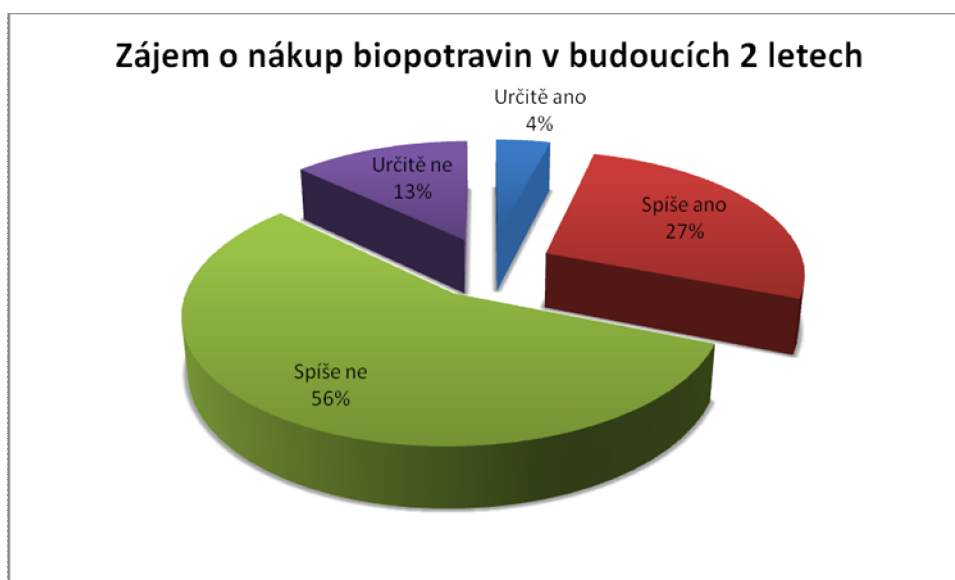
Dále jsem zjišťovala, kde respondenti nenakupující biopotraviny získávají informace o nových výrobcích. Dotazovaní se dozívají o nových výrobcích především z médií. Další zdroje jsou vyjmenovány v tabulce 9.

Tab. 9 – Zdroje informací o nových výrobcích

<i>Kde se dozíváte o nových výrobcích?</i>	Celkem [%]
Letákové kampaně prodejců	25
Od přátel	10
Propagace v místě prodeje	29
Sám/a vyhledávám informace	10
V médiích	38
Jiné	8

Poslední otázka se zabývala tím, zda dotazovaní budou mít v budoucnu zájem o biopotraviny a začnou je v nejbližší době nakupovat. Odpovědi znázorňuje graf 8.

Graf 8 – Zájem o nákup biopotravin v budoucích 2 letech



Souhrn výsledků z dotazníkového šetření

Spotřebitelé již začínají rozlišovat ekologické zemědělství od konvenčního zemědělství a také se více zajímat o biopotraviny, snaží se „žít zdravě“ a lidé trpící nemocemi vidí podporu své léčby ve zdravé výživě. Mnoho spotřebitelů biopotravin navštěvují výstavy, ochutnávky a semináře zabývající tématem biopotravin.

O biopotraviny se nejvíce zajímají ženy ve věku od 25 do 50 let. Vyšší informovanost se prokázala u žen a u respondentů s vysokoškolským vzděláním. Jako zdroj informací o biopotravinách uvádělo nejvíce dotazovaných televizi, informace v prodejně, denní tisk a časopisy a reklamy výrobců a prodejců. Především pro ženy je důležitým zdrojem informací také komunikaci s přáteli.

Problém vyšší ceny při nákupu biopotravin není sice na prvním místě, ale lze se setkat s lidmi, kteří po zjištění ceny bioprodukt nekoupí a raději se obrátí k regálu s konvenčním zbožím, které je podstatně levnější. Nejvíce jsou biopotraviny oblíbeny ve velkých městech. A to díky plošnější osvětě, výstavám, ochutnávkám a také dostupností tohoto zboží.

Prodejní řetězce představují nejsilnější tržní sílu nabízející biopotraviny. Důvody, proč nakupují spotřebitelé biopotraviny právě zde, se shodují s důvody, proč dávají obchodním řetězcům přednost před jinými způsoby nákupu všeobecně. Tyto důvody jsou zejména možnost nakoupit všechny potraviny „pod jednou střešou“, široký výběr, výhodné ceny a akční nabídky, anonymita nákupu či pohodlí supermarketů. Nabízený sortiment biopotravin v supermarketech je v mnoha případech širší než ve specializovaných obchodech. Nabízejí masné i mléčné výrobky, více druhů zeleniny i ovoce a v některých obchodních řetězcích i čerstvé pečivo. Budoucí trendy po vzoru zahraničí navíc naznačují, že hlavním záměrem obchodních řetězců je nabízet co nejvíce produktů v biokvalitě, které nejsou jinak běžně k dostání.

Jedním ze způsobů, jak zvýšit povědomí obyvatel o biopotravinách je jejich větší propagace. Pohltí sice mnoho finančních prostředků a času, ale výsledek se dostaví. Nejúčinnější je přímý styk s lidmi. Spotřebitelé potřebují rozeznávat, ochutnat, naučit se kuchyňsky upravovat a využívat bioprodukty. Proto se pořádají ochutnávky v prodejnách, účasti na výstavách, přednášky a prezentace. V televizi a v rozhlase se objevují pořady o zdravé výživě nebo o vaření, v nichž se lidé seznamují s recepty a kuchyňskou úpravou biopotravin. Komerční reklama v televizi však zůstává většinou nedostupná z důvodu finanční náročnosti. Bohužel stát a další příslušné organizace v propagaci a osvětě udělali poměrně málo (označení, garance, kontrola). I zde přichází na řadu výrobce, který musí s touto problematikou seznámit spotřebitele.

ZÁVĚR

Ekologické zemědělství je způsob hospodaření, které dbá na životní prostředí a které svým šetrným působením zachovává a respektuje přirozené vztahy mezi organismy a člověkem. Podporuje zemědělskou činnost s kladným vztahem ke zvířatům, půdě, rostlinám a přírodě bez používání umělých hnojiv, chemických přípravků, postřiků, hormonů a umělých látek. Jedná se o velmi pokrokový způsob hospodaření, které staví na tisíciletých zkušenostech našich předků a bere ohled na přirozené koloběhy a závislosti. Tak umožňuje produkovat vysoce hodnotné a kvalitní potraviny.

První část bakalářské práce popisuje vývoj a současný stav ekologického zemědělství v České republice, i ve světě, jeho požadavky, cíle a legislativu. Po nastudování této problematiky, lze komentovat, že k dalšímu rozvoji ekologického zemědělství v České republice je zapotřebí zvýšit jeho marketingovou podporu s cílem informovat české spotřebitele o bioproduktech a biopotravinách, dále rozšířit propagační a distribuční cesty pro biopotraviny.

Druhá část bakalářské práce zjišťuje povědomí obyvatel o biopotravinách, dále hodnotí, zda mají obyvatelé ponětí o tom, co to jsou biopotraviny, jak je mohou rozeznat od konvenčních potravin a kde je mohou nakoupit a zda jsou ochotni za ně zaplatit vyšší cenu než za konvenční výrobky, vše na základě sestaveného dotazníkového šetření. Odpovědi ze 100 dotazníků byly vyhodnoceny a zpracovány do tabulek a grafů.

Závěrem lze říci, že dotazníkovým šetřením byl potvrzen fakt, že zájem o biopotraviny ovlivňuje zejména výše příjmů, cen potravin resp. podíl výdajů za potraviny na rodinném rozpočtu, ale i stupeň samozásobení, stravovací zvyklosti, úroveň vzdělávání a informovanosti.

Podle rakouských zkušeností má největší vliv na poptávku po biopotravinách garantovaná pravost ekologického výrobku, kvalita produktu, kontrola produkčního procesu a spolehlivost dodavatelů a výrobců. Středně významné ovlivnění poptávky způsobuje prodejní cena, záruční cena, obchodní rozpětí a chuť bioproduktu. Nejméně je poptávka ovlivněna známostí značky, balením a servisem dodavatele.

Větší zájem na trhu o biopotraviny lze také spojit s obavami spotřebitelů o zdravotní nezávadnost některých potravin v souvislosti s výskytem choroby BSE a některými dalšími aférami se závadnými potravinami, ke kterým v minulosti v Evropě došlo. To vedlo k tomu, že se lidé začali více zajímat o to, co jedí a o původ potravin.

Hlavní hodnotu biopotravin vidím v tom, že jde o výrobky vznikající šetrným, trvale udržitelným způsobem hospodaření. Kvalitu biopotravin vnímám ve dvou rovinách. První rovinou je samotná jakost jednotlivých bioproduktů, druhou rovinou je vyšší kvalita životního prostředí. Myslím si, že tímto způsobem by se měly biopotraviny propagovat. Spotřebitel totiž nákupem biopotravin podporuje rozvoj ekologického zemědělství a tím nepřímo působí i na ochranu životního prostředí. Biopotraviny zaručují zejména způsob pěstování či chovu, nikoliv vždy nejvyšší jakost z pohledu sensorických vlastností, složení či obsahu kontaminantů.

ABSTRAKT

Strnadová, M. *Biopotraviny – nový směr zdravého životního stylu : bakalářská práce*. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2008. 71s. Vedoucí bakalářské práce RNDr. Markéta Slábová.

Klíčová slova: ekologické zemědělství, bioprodukty, biopotraviny, značka Bio.

Jedním z cílů bakalářské práce je seznámit čtenáře s tématem biopotravin z nejrůznějších hledisek. Zmapovat povědomí obyvatelstva České republiky o bioproduktech a biopotravinách. Zhodnotit, zda mají lidé představu o tom, co jsou biopotraviny, jak je lze rozlišit od ostatních potravin, kde se dají koupit a zda jsou spotřebitelé ochotni za ně zaplatit vyšší cenu než za konvenční výrobky.

První polovina teoretické část se zabývá legislativou bioproduktů a biopotravin, vysvětluje, co je to biopotravina, jak je označena. Dále popisuje historii a vznik biopotravin, tj. vývoj ekologického zemědělství nejen v České republice, ale i ve světě. Charakterizuje výrobní proces biopotravin. Druhá polovina teoretické části uvádí výrobce a prodejce biopotravin na českém trhu, porovnává ceny biopotravin s cenami konvenčních potravin. Dále formuluje způsoby prodeje biopotravin a charakterizuje složení spotřebitelů biopotravin. Závěrečná část pojednává o propagaci bioproduktů a biopotravin.

Hlavní náplní praktické části je dotazníkové šetření, pomocí kterého byly dosaženy stanovené cíle této práce. Vypracovaný dotazník má tři části. První část zjišťuje obecné údaje o respondentech, druhá část se týká respondentů, kteří již nakupují biopotraviny a poslední část je určena pro respondenty, kteří biopotraviny nekupují. Výsledky z dotazníkového šetření jsou zpracovány do grafů a tabulek a okomentovány z různých úhlů pohledu.

ABSTRACT

Strnadová, M. Biogroceries – A New Way of a Healthy Lifestyle : A Thesis. České Budějovice : College of European and Regional Studies, 2008. 71 p.

Supervisor: RNDr. Markéta Slábová.

Key words: ecological agriculture, bioproducts, biogroceries, Bio brand.

One of the aims of the thesis is to get a reader familiar with the topic of biogroceries in many points of view. Another goal of it is to map the awareness of the Czechs of bioproducts and biogroceries. It is important to find out people's consciousness of biogroceries, how to distinct them from the other groceries where to buy them and the consumers' willingness to pay higher prices for them than for common products.

The first half of the theoretical part deals with the legislation of bioproducts and biogroceries, it explains the term biogrocery and how biogroceries are marked. It also describes the history and origin of biogroceries, i. e. the development of ecological agriculture not only in the Czech Republic but also in the world. It characterises the production process of biogroceries. The other half of the theoretical part presents producers and sellers of biogroceries in the Czech market and it compares biogroceries' prices with the prices of common groceries. It also specifies the ways of selling biogroceries and characterises the biogroceries consumers' group. The final part concerns the promotion of bioproducts and biogroceries.

The practical part of the thesis is mainly aimed at the questionnaire survey which shows the goals of the thesis. The questionnaire is divided into three parts. The first part asks about informants' general information, the second one concerns the informants buying biogroceries and the last one is made out for the informants not buying biogroceries yet. The results of the survey are implemented in the graphs and tables and commented in lots of ways.

SEZNAM LITERATURY

Monografické publikace:

CREMLYN, R., *Pesticidy*. 1.Vyd. SNTL - Nakladatelství technické literatury. Praha 1985. 244s.

ČERVENKA, J., KOVÁŘOVÁ, K., *Biopotraviny*. 1.Vyd., Česká zemědělská univerzita v Praze, 2005. 110 s. ISBN 80-213-1404-4

MATĚJKOVÁ, D., PRO-BIO svaz ekologických zemědělců. *Nebojte se vařit Bio: jak zdravě uvařit z biopotravin a domácích produktů bio – spotřebitelské otázky a odpovědi*. Šumperk 2006. 38s. ISBN80-87080-01-7

MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Biopotraviny – hodnocení kvality, zpracování a marketing*. Praha 2002, ÚZPI

MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, 1.Vyd. České Budějovice 2001, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152s. ISBN 80-7040-526-0.

PAVELKOVÁ, J., *90 argumentů pro ekologické zemědělství*. 1.Vyd. Olomouc 2007. 16s. ISBN978-80-87080-07-8

PRŮŠOVÁ, J., ZEMANOVÁ, H., PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, *Biopotraviny, spotřebitelské otázky a odpovědi*. Praha 2004.

ŠARAPATKA, B., URBAN, J., *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk 2006, PRO-BIO.

URBAN, J., ŠARAPATKA, B. A kol., *Ekologické zemědělství, učebnice pro školy i praxi*. I. díl, Praha 2003, MŽP

VÁCLAVÍK, T., *Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě*. Praha 2006, Ministerstvo zemědělství ČR.

ZEMANOVÁ, H., *Biokuchařka Hanky Zemanové*. 1. Vyd. Smart Press Praha 2005. 177s. ISBN 80-903642-3-3

Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

Elektronické zdroje:

ALBIO, spol. s r. o., grafické znázornění loga BIO, produktu ekologického zemědělství, [online]. 2007 [cit. 15. Listopadu 2007]. Dostupný na WWW:

<http://www.albiostyl.cz/downloads/promedia/fotogalerie/logo_bio_jpg.jpg>

BIO potraviny, žiju Bio, Poznejte ekologické zemědělství a biopotraviny. [online]. 2008 [cit. 3. ledna 2008]. Dostupný na WWW:

< <http://www.ziju-bio.cz/bio-spotrebitel/bio-potraviny> >

Biokuchařka Hanky Zemanové. *Tisková zpráva nakladatelství Smart Press.* [online] Dostupné na WWW:

<<http://www.biospotrebitel.cz/data/images/350x/biokucharka4.jpg>>

Češi vloni utratili za biopotraviny 760 milión korun. [online]. Praha [cit. 23. dubna 2007]. Dostupný na WWW:

<http://smtp.pro-bio.cz/probio/info.nsf/_/37941170F6D188E7C12572C6004CDA44>

Ekologické zemědělství v roce 2006. *Struktura ploch, na kterých se hospodaří se systémem ekologického zemědělství.* [online]. [cit. 1. května 2006]. Dostupný na WWW:

<http://81.0.228.70/attachments/Statistika_k_31.12.2006-celkova.doc>

Ing. RICHARD J. BARTÁK, CSc., Ing. DOUBRAVSKÁ, M., *Vše o biopotravínách. Informace pro spotřebitele, obchodníka, zpracovatele i pro producenta.* [online]. [cit. 9. dubna 2005]. Dostupný na WWW:

<<http://www.spolecnostprozvirata.cz/data/biopotraviny.pdf>>

MUSIL, M. JAEGEROVÁ, V. *Biohotely – novinka podporující ekologii a tradice.* [online] Dostupný na WWW:

<http://kod.ef.jcu.cz/wwwtajcucz/katedra/konference/cdrom04/prispevky/musil_cz-2.doc>

PRAUS, L. *Biopotraviny do škol*. Praha 2008.[online] [cit. 18. února 2008]. Dostupný na WWW:
<http://www.ekologickelisty.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=190&Itemid=43>

PRO-BIO, Svaz ekologických zemědělců ČR. [online]. 2006 [cit. 31. prosince 2006]. Dostupný na WWW:
<<http://www.pro-bio.cz/cesky.htm>>

TOP BIO. Biopotraviny. 10 důvodů, proč kupovat biopotraviny. [online]. Praha 2006. [cit. 15. listopadu 2006]. Dostupný na WWW:
<<http://www.topbio.cz/biopotraviny.php>>

VÁCLAVÍK, T., Green marketing, *Český trh s biopotravinami*. [online]. 2005 [cit. 20. března 2005]. Dostupný na WWW:
<<http://www.greenmarketing.cz/docs/Ceskytrhsbiopotravinami2005.pdf>>

VÁCLAVÍK, T. *Česká biopotravina roku 2007. Oscar v oboru biopotravin*. [online] Praha 2007. [cit. 10. prosince 2007]. Dostupný na WWW:
< <http://www.biopotravinaroku.cz/>>

ZEMANOVÁ, H., Zdravé vánoční pečení s Hankou Zemanovou. [online] Praha 2005. [cit. 18. listopadu 2005]. Dostupný na WWW:
<http://smtp.pro-bio.cz/probio/info.nsf/_/2B4D6C3BF88FC3AFC12570BD003210A5>

Žiju Bio. *Ekologické zemědělství a biopotraviny 2007*. [online]. [cit. 11. října 2007]. Dostupný na WWW:
<http://www.ziju-bio.cz/index.php?section=spotrebitel&page=co_je_bio>

SEZNAM PŘÍLOH

- I. Dotazník na Biopotraviny
- II. Odkazy zabývající se danou problematikou
- III. Seznam biorestaurací v ČR

PŘÍLOHA I

Dotazník na Biopotraviny

1. Pohlaví
 - Žena
 - Muž

2. Věková kategorie
 - Do 25let
 - 26-35let
 - 36-45let
 - 46-59let
 - 60 a více

3. Nejvyšší ukončené vzdělání
 - Základní
 - SŠ bez maturity
 - SŠ s maturitou
 - Vysokoškolské

4. Příjmová kategorie/Váš čistý měsíční příjem v Kč
 - Do 10 tisíc
 - 10-15 tisíc
 - 15-20 tisíc
 - 20 tisíc a více

5. Víte co jsou biopotraviny?
 - Ano
 - Ne

6. Setkali jste se někdy s biopotravinami?
 - Ano – kde:
 - U přátel
 - V obchodech
 - Ve sdělovacích prostředcích
 - Jinde
 - Ne

7. Myslíte si, že máte dostatek informací o biopotravinách?
 - Ano
 - Ne

8. Pokud byste si přál/a získat více informací o biopotravinách, jaká forma by Vám vyhovovala?
- Od lékaře
 - Doporučení
 - Z odborné literatury
 - Z médií
 - Z letáku
 - Z internetu
9. Víte, co představuje značka „Bio“?
- Určitě ano
 - Spíše ano
 - Spíše ne
 - Určitě ne
10. Důvěřujete značce „Bio“?
- Určitě ano
 - Spíše ano
 - Spíše ne
 - Určitě ne
11. Nakupujete biopotraviny?
- Ano
 - Ne

Dotazník pro spotřebitele nakupující biopotraviny:

1. Které biopotraviny nakupujete nejčastěji?
 - Cereální výrobky
 - Maso
 - Mléčné výrobky
 - Nápoje
 - Ovoce, zelenina
 - Pečivo
 - Pochutiny
 - Jiné
2. Jak často nakupujete biopotraviny?
 - Výjimečně
 - Denně
 - Několikrát do týdne
 - Několikrát do měsíce
3. Kde nejčastěji biopotraviny nakupujete?
 - Přímo u výrobce
 - V prodejnách zdravé výživy
 - V supermarketech a hypermarketech
 - Ve specializovaných prodejnách
 - Jinde
4. Co je pro Vás důležité při jejich koupi?
 - Cena
 - Chuť
 - Doporučení
 - Obal
 - Značka
 - Jiné
5. Kolik měsíčně utratíte za nákup biopotravin?
 - Do 200 Kč
 - 200-500 Kč
 - 500-1000 Kč
 - 1000 Kč a více
6. Jakým způsobem jste se dozvěděli o biopotravinách?
 - Od přátel
 - V obchodech
 - Ve sdělovacích prostředcích
7. Myslíte si, že kvalita biopotravin odpovídá jejich ceně?
 - Ano
 - Ne
 - Nevím

Dotazník pro spotřebitele nenakupující biopotraviny:

1. Proč nenakupujete biopotraviny?
 - Nedostatečný sortiment
 - Nedostupnost prodejních míst
 - Nedůvěřuji značce „Bio“
 - Nevím, co značka „Bio“ představuje
2. Myslíte si, že kvalita biopotravin odpovídá jejich ceně?
 - Ano
 - Ne
 - Nevím
3. Jste ochotni si připlatit za kvalitní výrobky?
 - Ano vždy
 - Ano, pokud je kvalita garantována
 - Ne
 - Nevím
4. Kde se dozvídáte o nových výrobcích?
 - Letákové kampaně prodejců
 - Od přátel
 - Propagace v místě prodeje
 - Sám/a vyhledávám informace
 - V médiích
 - Jinde
5. Předpokládáte, že cca do 2 let je kupovat budete?
 - Určitě ano
 - Spíše ano
 - Spíše ne
 - Určitě ne

PŘÍLOHA II

Odkazy zabývající se danou problematikou

www.kez.cz	- KEZ, o.p.s. Kontrola ekologického zemědělství
www.abcert.cz	- Kontrolní organizace ekologického zemědělství
www.mze.cz	- Ministerstvo zemědělství ČR
www.env.cz	- Ministerstvo životního prostředí ČR
www.mpo.cz	- Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
www.uzpi.cz	- Ústav zemědělských a potravinářských informací
www.pro-bio.cz	- Svaz ekologických zemědělců PRO-BIO, PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství
www.bioinstitut.cz	- Institut pro ekologické zemědělství a udržitelný rozvoj krajiny
www.eposcr.cz	- Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR
www.agronavigator.cz	- Ústav zemědělských a potravinářských informací
www.countrylife.cz	- Velkoobchod zdravou výživou a BIO produkty; magazín zdravého způsobu života
www.vhpress.cz	- Periodika zaměřená na ekologické zemědělství a biopotraviny
www.biopotraviny.info	- Portál o biopotravinách
www.spotrebitele.cz	- Sdružení obrany spotřebitelů ČR
www.step.cz	- Síť ekologických poraden
www.lea.ecn.cz	- Liga ekologických alternativ
www.hnutiduha.cz/bio	- Hnutí duha

PŘÍLOHA III

Seznam biorestaurací v České republice

Název	Adresa	Město	Telefon	WEB
<i>Aura</i>	Štefániková 35	Brno	541213273	www.aurabrno.cz
<i>Avatar</i>	Mendlovo nám. 10	Brno	543 234 733	
<i>Rebio-vegetariánský klub</i>	Orlí 16	Brno	542 211 110	
<i>Spirála</i>	Obchodní pasáž Orlí, Orlí 3, 2.patro	Brno	542 516 304	
<i>Bazalka ve dvorku</i>	K.H.Máchy 747	Hradec Králové 2	495512887	
<i>Restaurace Natural Centrum</i>	Náměstí Svobody 11	Jihlava	737689996	www.naturalcentrum.cz
<i>Alma Klub</i>	Velké náměstí 40	Kroměříž	573 342 711	
<i>Jídelna zdravé výživy Gaja</i>	Staroměstské nám. 28	Mladá Boleslav	326 321 554	www.az-region.cz
<i>Country Life</i>	Melantrichova 15	Praha 1	224 213 366	www.countrylife.cz
<i>Biorestaurace Albio</i>	Truhlářská 20	Praha 1	222317902	www.albiostyl.cz
<i>Country Life</i>	Jungermanova 1	Praha 1	224 247 280	www.countrylife.cz
<i>Govinda</i>	Soukenická 27	Praha 1	224 816 016	www.govinda.cz
<i>Restaurace v hotelu Palace - jen snídaně</i>	Panská	Praha 1	224093111	
<i>Restaurant Therapy</i>	Školská 30	Praha 1	284 825 515	
<i>Lifefood FRESH&BIO Bar</i>	Vinohradská 151	Praha 3	606 656 656, 602 349 678	
<i>Govinda-vegetariánský klub</i>	Na Hrázi 5	Praha 8	284 823 805	www.govinda.cz
<i>Jídelna zdravé výživy</i>	Školní 1	Teplice	417 534 326	