

Nakoupit a přežít

Češi hledají průvodce na cestu mezi plnými regály supermarketů



Mlékárna budoucnosti. (Martin Kuper – vpravo – v Brodowinu) FOTO GÜNTER BARTOS

Víte, co jíte? Slyšeli jste o potravinách plných antibiotik a umělých příchutí? Nebo o uzeninách, kde je víc náhražek než samotného masa? Potřebujete poradit, jak se v té záplavě zboží s nepřehledně popsanými obaly orientovat? Pak je tu mrzutá zpráva: v Česku kvůli nařízení Evropské komise končí značka Klasa, která měla tuto orientaci usnadnit. Podrobnější pohled ale ukazuje, že není až tak čeho litovat. Do českých obchodů naopak proniká jiný, podstatně spolehlivější symbol kvality potravin.

Klasa bez náhražky

Byl to obrázek, jaký jsme viděli léta. Billboardy s rohy hojnosti plnými orosené zeleniny a kupou zavařenin. Nebo mohutné ruce pekařů, pecny chleba a pečevadla: „Kupujte to nejlepší z naší země.“ Označení potravin Klasa se zrodilo rok před vstupem do Evropské unie a v první řadě mělo fungovat jako ochranný polštář českých výrobců před očekávaným přívalem zahraničního zboží. „Předpokládali jsme, že až padnou bariéry, budou se dovážet levné potraviny z ciziny, které nemusejí plnit tak přísná kritéria jako naši producenti,“ říká mluvčí Státního zemědělského intervenčního fondu Vilém Frček, který má propagaci značky na starosti.

Podle dostupných průzkumů měla Klasa úspěch. Její logo dnes zná kolem sedmdesáti procent lidí, a ti jí také podle průzkumu agentury STEM dávají přednost před jinými značkami. I výrobci si pochvalují, že se jim díky Klasě zvýšil prodej. Po dvou letech lidé podle obchodníků čím dál víc slyší na slovo kvalita, honby za „nízkými cenami“ naopak ustupují.

Marketing v režii státu (ročně šlo na podporu Klasu ze státního rozpočtu půl miliardy) slavil úspěch, s požadavky na kvalitu je to však sporné. „Klasu dostal skoro každý, kdo o to požádal a splnil podíl domácích surovin.“ říká Ctibor Perlin ze Společnosti pro výživu. Seznam zboží s razítkem Klasa dnes čítá 1400 položek, což o vyloučnosti příliš nevyovídá. Nepřilší vysokou látku potr-

dil i případ Klasou oceněné Myslivecké šunky firmy Váhala. Ta se podle informace na obalu tvářila jako „šunka nejvyšší jakosti“, ale analýzy ve Státním veterinárním ústavu v Praze dvakrát po sobě prokázaly, že je v ní míň čistého masa, než by v šunce takového označení mělo být. Případ má pozitivní vyústění: výrobce Myslivecké šunky chybu záhy napravil a Státní zemědělský a intervenční fond tvrdí, že od té doby se pravidla udělování značky zpřísnila.

Dnes by prý za typickým logem s písmenem „a“ měl zákazník najít skutečně nadprůměrnou jakost. To podle prezidenta Potravinářské komory ČR Jaroslava Camplika například znamená, že výrobce nepoužívá levné náhražky klasických surovin. „Třeba u masných výrobků platí, že čím víc je masa a míň škrobu a sóji, tím je výrobek kvalitnější. Pokud výrobce používá náhražky, tak Klasu nedostal.“

Kolik stojí bioluxus

(Orientační ceny vybraného zboží v korunách)

	běžné zboží	bio z Plusu	bio ze speciálního obchodu
tvaroh	12	17	25
mléko	14	20	25
1 vejce	2,50	6	6 (nebyvají)
bílý jogurt	5	10	12-15
suchý salám (10 dkg)	20	32	neprodává se
máslo	20-25	37	45-50
špagety	10	20	22-25

Jak na jakost

Problém ale je, že ani mezi odborníky nepadne přesná shoda v tom, čemu lze vlastně říkat kvalitnější potraviny. „Kvalita je subjektivní záležitost. Když máte mléko ve třech kategoriích, plnotučné, polotučné a nízkotučné, které z nich je kvalitnější? To záleží na vašem výběru,“ říká Ctibor Perlin. Ani stoprocentně masný salám ze zvířete ládovaného chemií ale nemusí být kvalitní, pokud budeme pojem jakosti pojít se slovem zdravotně nezávadný.

Jistým vodítkem při hledání jakosti by tedy mohla být bezpečnost potravin. Jak v tomto směru umí kontrolovat a zavedené značky zákazníkům poradit? „Výrobky značky Klasa mají celosvětově uznávané certifikáty ISO nebo takzvané kódy dobré hygienické a výrobní praxe. Od září loňského roku ještě po výrobcích chceme, aby splnili alespoň jednu nadstandardní charakteristiku, ve které jsou jedni než průměr, například pekaři víc vlákniny, víc vitamínů nebo méně konzervačních přísad,“ říká Vilém Frček.

Na vysvětlenou: ISO a zmíněné kódy zajišťují jistý stupeň bezpečnosti při práci s potravinami – například sítě v oknech provozu, zaměstnanci nesmějí nosit prsteny a náušnice, dotýkat se výrobku atd. Řeší tedy čistotu provozu, ale už ne používání různých podpůrných látek, které mnohem víc ovlivňují zdraví konzumentů. Nemáme tak žádnou jistotu, že kuřata nebyla krmená antibiotiky nebo růstovými hormony (spíš máme jistotu, že byla) či že se při výrobě nepoužívaly chemické látky. Při honbě za nízkou cenou a přitažlivou chutí se zase zcela běžně používají různé náhražky, chemická ochucovadla a barviva. S antibiotiky zase zvířata nejsou nemocná a rychleji rostou. Zákazník také vyžaduje pořad delší lhůty spotřeby, takže je spíš výjimka, když se ve složení potravin neobjeví konzervanty.

Platí to i o Klasě. Namátkový výběr v obchodech odhalil salám Král od výrobce Kmotr Masna Kroměříž (se značkou Klasa), který obsahuje konzervant dusitan sodný či posilovač chuti glu-

taman sodný. Na účinky těchto přísad nepadne jednoznačný názor: podle některých odborníků nejsou závadné, jiní v nich vidí nebezpečné látky, které údajně mohou vyvolat alergie, astma a další problémy.

Parmská šunka v hořické trubičce

Víc než záruka kvality byla tedy Klasa symbolem patriotismu v jídle. Důraz na regionální potraviny bývá v Evropě normální (třeba kvůli minimalizování dopravy nebo podpoře farem v okolí). Jenže půlmiliarda ročně investovaná do reklamy na Klasu se snažila přesvědčit zákazníky třeba v Chebu, že jablka z pět set kilometrů vzdálené Ostravy jsou lepší než ta z německého Selbu, který leží na dohled.

Právě tohle státem podporované národní pojetí „kvality“ (a znevýhodnění nečeského zboží) Evropské komisi vadí. Po třileté výjimce tedy Klasa v původní podobě končí, má ale přežít v novém dresu. Nebude se říkat „to nejlepší z naší země“, ale „to nejlepší pro naše nejbližší“. Z podmínek vypadl podíl národních surovin, takže šanci přinést si značku Klasa dostanou i další „evropská bratři“ podle stejných kritérií na „bezpečnost a kvalitu“.

Co se totiž v Evropě na rozdíl od reklamy na národní výrobky smí a podporuje, je identita regionálních specialit. Západní výrobci pracovali celá léta – někdy i staletí – na takových značkách, jako je parmská šunka nebo právě šampaňské. Jejich českí kolegové podle agrárního analytika Petra Havla tento marketing dlouho podceňovali. „Tuzemští potravináři měli začít pracovat na specifických ochranných značkách dříve před vstupem do Evropské unie, dokud schvalování podle národních úřadů. Teď, když jsme součástí evropské rodiny, to bude těžší, protože na novou známku musí kývnout všech dalších 27 členských zemí. Právě kvůli nedostatku podobných regionálních značek zdejším výrobcům tolik dýchá na záda cizí konkurence,“ míní Havel. „Stačilo by si



Přemýšlíte, když nakupujete? Plus pro vás.

FOTO TOMKI NÉMEC

vybrat nějakou místní zvláštnost, jako jsou, dejme tomu, brambory z Vysočiny, udelet rozbohy, že v nich je víc některých prvků důležitých pro zdraví než v jiných bramborách a rozjet patřičnou kampaň. To může být recept na úspěch," doporučuje Havel.

Prezident Potravinářské komory ČR Jaroslav Camplik se k takové možnosti vyjadřuje opatrně: „Než vybudujete a zaregistrujete značku, to je cesta na dlouhou trať. Ale asi nám nic jiného nezbuďte.“ Ochrannou známku zatím dostaly výrobky Hořického trubičky, Pohofelického kapra nebo perníky zvané Štramberské uší.

Biolecke v Plusu

Teď přichází i další zásadní impuls do debaty o zdravých potravinách. Německý diskont Plus, známý svým levným prodejem rovinnou z krabic, totiž začal prodávat potraviny s označením bio, dnes vlastně jediným, široce rozšířeným a nezpochybňovaným logem potravinové kvality. Po úspěchu v Německu začal Plus nabízet několik desítek druhů zboží (sýry, mléko, chleba, těstoviny, zmrzliny nebo ovoce), všechno se zárukou přírodních surovin, bez chemikálií či genetických modifikací. Platí se za ně v průměru o 30 procent víc než za obdobné výrobky konvenčního zemědělství, zatímco dosud byl pravidlem i dvojnásobek běžné ceny. Zájem zatím podle vedení diskontu předěil všechna očekávání, byť ceny mohou znalcům připadat podezřelě nízké a dlouhodobě neudržitelné. Jak jich tedy Plus dosáhne? Firma si tohle tajemství samozřejmě střeží, leccos se dá však odhadnout při pohledu do její domovské země.

Domá v Německu začal Plus prodávat svoji řadu BioBio před pěti lety a vloni se přidaly další, například Aldi nebo Lidl. Biopotravinář se tak dostal i k lidem, kteří nechodí do speciálních obchodů a nejsou zatím ochotni platit vyšší ceny. Trh s biopotravinami díky tomu zažívá v Německu šťastnou dobu.

Jedním z jejich nositelů je i bioagrárník Martin Kuper a jeho mlékárna Brodowin, která funguje podle striktních ekologických kritérií formujících se v rámci tradičního sdružení Demeter. Kuperova farma leží asi čtyřicet kilometrů severovýchodně od Berlína v jedné z nejromantičtějších částí Braniborska, jejíž krásu střeží UNESCO. „Vše se zde zpracovává podle přísných pravidel,“ říká Kuper. „V praxi to znamená nulové využívání chemických prostředků při výrobě, žádná barviva, umělé konzervační látky či homogenizace mléka. Také k uklízení stájí a výrobny se užívají jen ekologicky šetrné prostředky na rostlinné bázi, které jsou v přírodě plně rozložitelné a které nijak neovlivní jakost našich produktů.“

Pravidla Demeter také říkají, že farma musí mít uzavřený výrobní cyklus: tedy pokud chce třeba pěstovat zeleninu, musí mít i dobytek k obstarání vlastního hnojíva. Naopak pokud má dobytek, musí mít vlastní krmivo. Na konci tohoto uzavřeného koloběhu jsou opravdu zdravé potraviny, za které může farmář ručit.

Brodowinský provoz vznikl krátce po převratu z bývalého východoněmeckého JZD. Tehdy se sem přistěhovali noví lidé z města – intelektuálové a nadšenci pro zdravé zemědělství. Kuper vzpomíná, že napřed bylo nutné pustit krávy ze řetězu, pak jim zajistit náležitě velké louky a přibrat pole kvůli krmivu na zimu. Nejtěžší však podle Kuperu bylo najít zákazníky. „Tenkrát ještě nebyl trh na obdot takových výrobků připraven, proto jsme se začali dohadovat s jednotlivými berlínskými bioobchody,“ popisuje Kuper. Dnes patří potraviny z farmy Brodowin k tomu nejdražšímu, co se dá koupit. Mají vyšší ceny a prodávají se v menších specializovaných obchodech, kam chodí specifická skupina zákazníků (mladé rodiny s dětmi, lidé s různými zdravotními problémy, labužníci).

Obecná široce rozšířená kritéria EU pro ekologické zemědělství ale nejsou tak přísná. Na rozdíl od Demeteru připouští rozdělenou farmu na dva



Ceny jsou tu dvakrát vyšší, ale zase ten výběr. (Speciální obchod s biopotravinami)

FOTO TOMKI NÉMEC

provozy, z nichž jeden může produkovat konvenční a druhý ryze ekologicky. Právě zboží z těchto provozů dnes proniká do supermarketů, protože je podstatně levnější než přísně ekologické potraviny, jaké produkuje Martin Kuper se svými přáteli. Pedantští biozákazníci tak musí v Plusu přimhouřit oko nad některými věcmi, které vždy patřily k pevným zásadám bionákupů: třeba že nejde o lokální produkty, ale zboží dovezené stovky a stovky kilometrů (téměř vše v českém Plusu je z Německa), nebo že si na obalu nemohou ověřit přesný původ jídla (Plus uvádí pouze stručné „Vyrobeno pro Plus“). Vzhledem k tomu, že potraviny vznikají na smíšených farmách, musí také zákazníci prodejci věřit, že bio je opravdu bio. Protože se ale bionávky Plusu kuly na náročném německém trhu, není k podobné nedůvěře zatím žádný důvod.

Prospěch mají všichni

Snadná orientace zákazníků a srozumitelné informace na obalech jsou zkrátka při rozhodování, zda kvůli zdraví sáhnout hlouběji do kapsy, klíčové. EU sice biofarmy licencuje a přísně kontroluje (už kvůli dotacím, které dostávají), jednotnou značku bio na obal výrobků ale zatím nemá. To Němce znervóznilo natolik, že si v roce 2001 zavleli své vlastní označení „Bio-Siegel“, což je státem udělená pečeť v podobě šestihranu s nápisem bio. Kontroly se dělájí jednou do roka a přezkoumává se při nich, nakolik celý výrobní proces včetně účtnictví vyhovuje předpisům EU. V současnosti smí tento znak používat kolem třiceti sedmi tisíc výrobků od dvou tisíc producentů. Mezi nimi tvoří zhruba polovinu výrobky s přísnější konceptem zpracování, jako je farma Brodowin. Druhouskupinou jsou produkty, které se vyrábí podle méně přísnějších norem EU.

Vše tedy zatím nasvědčuje tomu – a německá vládní zpráva zvaná Bio-Siegel report to potvrzuje –, že rozmach levných biopotravin trhu jedno-

značně pomohl, než že by jej nějak dusil. Podle Bio-Siegel report vydělaly supermarketky minulý rok díky svým biokoutkům až o 25 procent víc a třeba brodowinské mlékárně se zisk zvýšil o desetinu. Ani Martin Kuper si tedy na zvyšující se konkurenci nestěžuje: „Velké řetězce mění postoj k potravinám, lidem stále víc záleží na tom, co konzumují.“

Také podle Toma Václavíka z agentury Green Marketing se oba bioproudy navzájem posilují. Příčinu nízkých cen vidí v tom, že manažeri Plusu si mohou díky velkým objemům dodávek říct o slevy, ušetří na nižším komfortu prodeje, úzkým sortimentu zboží a poloze mimo centrum měst. Malé speciálky nabízejí pravý opak: jdou za bohatším zákazníkem do centra, mají informovaný personál, který je schopen i poradit, a hlavně lákají na daleko širší výběr potravin – specializovaný obchod na zdravou výživu nabízí až dva tisíce druhů zboží proti několika desítkám v Plusu. Takových drobných prodejen s biopotravinami je v Česku něco mezi dvěma a třemi stovkami. Že by jejich osud zpečetil nástup řetězců, to se Václavík nebojí. „Ukazuje to příklad z Německa. Tam sice klesl podíl speciálek na trhu, ale celkově se obrost prodeje zvedl natolik, že jim fakticky vzrostly tržby.“

Hlavní přínos kampaně řetězců vidí Václavík v tom, že se k biopotravinám dostanou denně tisíce lidí, kteří zatím nemuseli mít o značce bio ani potuchy. To povzbudí i výrobce. Je ale nutné říci, že i tak zatím mluvíme o zcela okrajovém byznysu. Agentura Green Marketing předpovídá, že do roku 2011 by se mohli podíl biopotravin na českém trhu zvednout na 1,2 procenta. Dnes se biopotravinami na celkové české spotřebě podílí 0,35 procenta, v Německu je to 3,5 procenta. V čele je Rakousko s 5,7 procenta.

Tomáš Pavlíček, Jan Kout
J. Kout je studentem Evropské univerzity ve Frankfurtu nad Odrou.

Dva záchody pro dva lidi

Se stoupající poptávkou po biopotravinách vstává v Německu otázka, zda se podají uspokojit tento trend vlastními výrobky, nebo jestli je bude nutné dovážet ze zahraničí. Nové farmy a ekologicky obdělávané plochy přibývají velmi pomalu, hlavně kvůli administrativní nejistotě: Evropská komise připravuje nové rámcové předpisy pro ekologické hospodaření a všichni čekají, co nabídnou. Příští rok se možná poprvé i na německé biotrh budou dovážet výrobky ze zahraničí. „Je to ale ještě bio, tedy něco šetrného k životnímu prostředí, když se k zákazníkovi dováží několik set kilometrů?“ ptají se nároční němečtí zákazníci.

Takové otázky zatím v Česku nepadají, nouze po bioproduktech panuje ovšem itady. Jak už bylo řečeno, drtivá většina biovýrobků českém Plusu pochází z Německa. Z českých mezi nimi najdeme jen mléko a jogurty. „Máme 133 prodejen a poře-

bujeme je naplnit všechny odpovídajícím objemem zboží. To čestí výrobci většinou nedokážou,“ konstatuje mluvčí Plusu David Kolář.

Přítom sedláci by maso nebo mléko rádi prodávali, nemají ale peníze na investice do biojatek a mlékáren. Mimo jiné proto, že čestí hygienici a veterináři uplatňují velmi přísné předpisy. „V mléčnictví, neboli na místě, kde se zpracovává mléko, nesmějí být klenuté stropy, předpisy požadují až dvanáct oddělených místností nebo toalet zvlášť pro muže a ženy. To je směšné, když tam pracují třeba jenom dva zaměstnanci,“ popisuje ředitelka ProBio Ligy Jana Průšová. Tyto požadavky sice ladí s evropskými předpisy, ale místní kontrolní příj na rozdíl od svých evropských kolegů lpi na dodržení všech detailů „do písmene“.

Vláda v nejnovějším programu rozvoje venkova nastiňuje možnou nápravu – materiál se například zmíní o možnosti zmírnění podmínek pro drobné zpracovatele nebo o podpoře biojatek. Spolu s tím Plus tvrdí, že si přeje zvýšit podíl českých biovýrobků ve svých prodejnách alespoň na 50 procent, to jsou ale zatím jen plány.



Prej chtějí dotovat nějaký biojatek. Rozumíte tomu, kolegyně? FOTO GÜNTER BARTOS