

K 6. evropské letní akademii ekozemědělství

ČESKÝ TRH S BIOPOTRAVINAMI 2005

Tato zpráva sice na Bioakademii 2006 neodezněla, ale svým zaměřením jí odpovídá

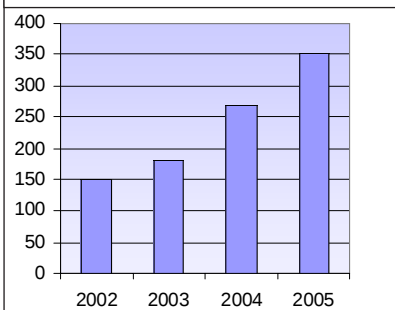
V roce 2005 dosáhl v České republice maloobchodní obrat s biopotravinami 350 milionů korun a oproti roku 2004 vzrostl o 30 procent. Kumulovaný růst obratu od roku 2002 dosáhl 233 procent. Přesto se biopotraviny podílely v roce 2005 na celkové spotřebě potravin jen 0,18 procenty. Průměrná spotřeba na obyvatele a rok za biopotraviny je tedy v ČR 35 Kč. Ve srovnání se západní Evropou je spotřeba velmi nízká a dosahuje přibližně jen 3 až 4 % spotřeby na obyvatele a rok v zemích evropské patnáctky.



Shrnutí

Nejvíce biopotravin (57 procent) nakoupí čeští spotřebitelé v super a hypermarketech. Následují prodejny zdravé výživy a biopotravin se 37 procenty, jejich podíl však soustavně roste. Asi 4 procenta biopotravin se prodají přímo na farmách či tržistištích a přibližně dvě procenta v drobných prodejních potravin.

Graf: Růst obratu s biopotravinami na českém trhu 2002–2005 v mil. Kč



Green marketing očekává, že český trh s biopotravinami bude v následujících 5 letech růst o 25 až 30 % ročně a v roce 2011 dosáhne hodnoty 1,3 mld. Kč.



Stav ekologického zemědělství v ČR

Poprvé od roku 1995 došlo v roce 2005 v České republice k meziročnímu poklesu výměry ploch půdy v ekologickém zemědělství. Po razantních nárůstech v letech 2000 až 2002 se za poslední tři roky výměra půdy v ekologickém zemědělství téměř nezměnila, v roce 2005 se dokonce o 8 317 hektarů snížila. Snížil se i celkový počet ekologických zemědělců, z 836 v roce 2004 na 829 vloni. Podíl ploch v EZ na celkové ploše zemědělské půdy poklesl z 6,16 % na konci roku 2004 na 5,98 % na konci roku 2005. Ve světle tohoto vývoje se zdá dosažení 10 procent podílu půdy v ekologickém zemědělství na celkové zemědělské ploše, cíl vládou přijatého Akčního plánu rozvoje ekologického zemědělství do roku 2010, jako nedosažitelný.

Hlavní produkční komodity

Mezi hlavní produkční komodity českých ekologických zemědělců patří obilí, zejména špalda, a pak pohanka, byliny a koření, dobytek, mléko s velkým podílem koziho mléka a brambory. Část obilnin a přibližně 75 procent bylin je exportováno, maso a mléko je konzumováno na domácím trhu. Přesto, že české ekofarmy produkují poměrně hodně masa a mléka, nedostatečná zpracovatelská a logistická kapacita a malé marketingové schopnosti způsobují, že značná část produkce bioproduktů se na trhu prodá jako konvenční.

Český trh s biopotravinami

Český trh s biopotravinami se velmi dynamicky rozvíjí. V roce 2005 obrat vzrostl o 30 procent a dosáhl hodnoty 350 milionů korun. Hlavním důvodem růstu je zvýšená poptávka ze strany českých spotřebitelů, převážně však uspokojována zvýšenými dovozy biopotravin ze zahraničí. Důležitou událostí roku 2005 bylo otevření dvou velkých specializovaných bioprodejen (Albio), které výrazně usnadnily nákup biopotravin v Praze – největším českém trhu.

Na maloobchodním trhu ovšem přetrvával nedostatek některých základních komodit v bio kvalitě, například vajec, některých druhů masa (především drůbežího), ovoce, zeleniny, mléka a mléčných výrobků, zejména másla a sýrů. Zlepšila se situace u čerstvého pečiva: kromě pekárny Albio, která zásobuje vlastní pražské prodejny a některé prodejny v Brně, nabízely denně také supermarkety Carrefour a Interspar biopečivo své vlastní výroby. Navíc společnost Country Life v září 2005 otevřela bio pekárnu a má ambice distribuovat bio pečivo po celé České republice.

Od vstupu do EU se výrazně zvýšil dovoz biopotravin. Ze zahraničí se dováží především zpracované biopotraviny, jako omáčky, pomazánky, nápoje, sla-

didla, oleje a tuky, ale také luštěniny, semena a ořechy. Od roku 2005 se začalo ze zahraničí dovážet i čerstvé zboží, především ovoce a zelenina (Petr Weidenthaler – Luční Údolí, Ekofarma Deblín a Country Life), ale také mléčné výrobky (Josef Šuba – Bauer CZ – Andechser, Billa – Ja!Naturlich).

Zahraniční bio výrobci mají o český trh velký zájem, na trh však vstupovali i noví čeští podnikatelé, byly uváděny nové bio výrobky a další supermarkety zařazovaly biopotraviny do svého portfolia. Počet biopotravin z dovozu se od května 2004 více než ztrojnásobil, na konci roku 2005 bylo na trhu přibližně 2 000 produktů (1 200 zahraničních). Většina dovozových biopotravin pochází z Holandska, Německa, Itálie a Belgie.

Český trh s biopotravinami bude nadále rychle růst. Většina dotázaných firem působících na trhu očekává růst obratu v roce 2006 průměrně o 30 procent. Mezi hlavní faktory, které ovlivní další růst trhu s biopotravinami v ČR v následujících třech letech, patří zejména:

- ✓ Zvýšená poptávka díky informačním a vzdělávacím kampaním
- ✓ Přijetí biopotravin „tvůrci názorů“
- ✓ Růst střední třídy a disponibilních příjmů
- ✓ Zvýšená nabídka biopotravin v obchodních řetězcích
- ✓ Podpora marketingu a propagace ze strany zahraničních dodavatelů
- ✓ Větší výběr a lepší dostupnost

DESET NEJVĚTŠÍCH FIREM NA TRHU S BIOPOTRAVINAMI DLE OBRATU (ABECEDNĚ)

Název firmy	Typ
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
Koží farma Ratibořice	Farma/výroba – mléčné kozi 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/dovozce/distribuce ovoce, zelenina



ČESKÝ TRH S BIOPOTRAVINAMI 2005

Kontrola

V České republice platí legislativní nařízení pro ekologické zemědělství platné v Evropské unii. Kontrolu do roku 2005 a osvědčování prováděly v České republice Ministerstvem zemědělství pověřené organizace ABCERT GmbH se sídlem v Brně a Kontrola ekologického zemědělství, o.p.s. se sídlem v Chrudimi.

Struktura trhu

V České republice se ekologickým zemědělstvím a produkcí na konci roku 2005 zabývalo celkem 829 ekologických farem. Producenti obilnin zásobují místní zpracovatele nebo zrní vyvážejí buď přímo nebo přes mezinárodní distribuční síť. Ovocnáři a zelináři prodávají většinu své produkce konečným spotřebitelům přímo na farmách, na tržištích nebo dodávají do bioprodejen. Maso a mléko si z farem odebírají zpracovatelé, někteří zemědělci však část prodávají přímo z farmy. Byliny jsou nejčastěji dodávány zpracovatelům.

Domácí zpracovatelský průmysl je dlouhodobě slabým článkem českého trhu s biopotravinami. Má to řadu příčin: trh je příliš malý na to, aby nalákal velké, konvenční zpracovatele (až na výjimky jako je Olma či Kostelecké uzeniny), drobní zpracovatelé zase nemají dostatek financí na potřebné investice, hygienické normy jsou velice přísné a v podstatě eliminují tradiční způsoby zpracování a výroby produktů přímo na farmách. Úspěšně se rozvíjí jen zpracování bylin a obilnin, částečně hovězího masa a na regionální úrovni i mléka. V roce 2005 na českém trhu působilo celkem 125 výrobců biopotravin, řada z nich s certifikovanými recepturami, ale bez faktické výroby. Čeští zpracovatelé bioproduktů dodávají buď dalším bio výrobcům, přímo do supermarketů či bioprodejen, nebo využívají velkoobchody a distributory pro umístění výrobků do maloobchodu.

V ČR působí dva velkoobchodníci s biopotravinami a přibližně 7 distributorů, někteří z nich fungují jen regionálně. Velkoobchodní společnosti Country Life s.r.o. a PRO-BIO obchodní společnost s.r.o. také dovážejí, zpracovávají a balí importované biopotraviny. Obě firmy zásobují jak specializované prodejny biopotravin, tak i obchodní řetězce, což je (na západě) neobvyklé. Country Life, Petr Weidenthaler – Luční Údolí a Jan Štěrba – Ekofarma Deblin nabízí kompletní sortiment bio ovoce a zeleniny z domácí i zahraniční produkce.

Mezi největší importéry patří firmy Country Life, PRO-BIO, Vitek Trade s.r.o., Bio-nebio s.r.o., Václav Mervart – Sunfood a Matro s.r.o. Každý z nich zajišťuje vlastní distribuci po celé republice.

Všechny obchodní řetězce nabízejí biopotraviny. Supermarkety a hypermarkety jsou největším distribučním místem pro maso (hovězí – Biopark a vepřové-Delvita/Biofarma Sasov) a mléčné výrobky (Olma). Delvita, Tesco a Hypernova nabízí omezený sortiment ovoce a zeleniny (dodává Ekofarma Deblin).

Druhým nejdůležitějším prodejním místem jsou prodejny zdravé výživy a bioprodeje. V ČR je přibližně 150 prodejen nabízejících biopotraviny a šest specializovaných bioprodejen (pět v Praze, jedna v Brně). Prodejny zdravé výživy a bioprodeje zajišťují značnou část prodeje čerstvého ovoce, zeleniny, pečiva v kvalitě bio, ale také suchých, balených výrobků.

Novinky v dodavatelském řetězci roku 2005

✓ Nové české biovýrobky na trhu: šunka, trvanlivý salám (Josef Sklenář – Farma Sasov), sýr Eidam (Polabské mlékárny), kvašený fermentovaný nápoj kombucha (Country Life a PRO-BIO obch. sp.), tofu (Veto, Vitall, Sunfood),



směs na domácí přípravu chleba (Jizerské pekárny), rostlinné pomazánky (Si-vo) a sypaná zeleninová směs koření (Terezia Company).

✓ Objevuje se řada nových importérů biopotravin ze zahraničí, často dovážejících jen jednotlivé značky nebo speciální skupiny zboží (makrobiotika, mléčné výrobky, ovoce/zelenina, apod.).

✓ Největší český výrobce biopotravin, PRO-BIO, obchodní společnost s.r.o., se z role zpracovatele stále více přesouvá do role dovozce a velkoobchodníka.

✓ Albio provozuje tři bioprodeje a stalo se během dvou let největším českým maloobchodníkem s biopotravinami.

✓ Další supermarkety rozšiřují svoji nabídku biopotravin: Interspar, Billa, Kaufland. Obchodní řetězec Billa uvedl na trh privátní značku (Ja!Naturlich), pod kterou biopotraviny prodává v Rakousku.

✓ dm-drogerie markt uvedla na český trh exkluzivně ve všech svých 110 prodejnách se značnou marketingovou podporou ucelenou bio řadu od svého „domácího“ německého dodavatele firmy Alnatura. Country Life otevírá biopekárnu s ambicí zásobovat celý trh.

✓ Poprvé se na trhu objevuje čerstvé bioovoce a zelenina z dovozu, včetně exotického ovoce (Luční Údolí, Ekofarma Deblin, Country Life).

Analýza cen biopotravin

Velkou část spotřebitelů odrazuje od nákupu biopotravin především jejich vysoká cena. Srovnání cen biopotravin a konvenčních potravin často naráží na problém nalezení produktů shodné „kvality“. Srovnání ceny chemicky rafinovaného oleje s cenou za studena lisovaného oleje z nejkvalitnějších biosurovin je sice možné, ale o vlastní kvalitě srovnávaných výrobků nic nevypovídá. Do současných vysokých cen biopotravin na českém trhu se jen velmi málo promítá snaha obchodníků profitovat na rostoucí poptávce, mnohem více je způsobena vysokými náklady na distribuci a balení malých šarží. Vliv má i zatím nižší stupeň konkurence na českém trhu.

Cenový rozdíl mezi biopotravinami a konvenčními potravinami je u různých produktů, v různých regionech a v různém čase během roku velice odlišný. Cenový rozdíl je nutno také posuzovat z hlediska ceny konvenčních potravin, které jsou někdy „extrémně nízké“, jelikož řada nákladů na jejich výrobu je externalizována a nepřímo či přímo dotována. Uvedené faktory se navzájem prolínají a způsobují tak, že biopotraviny jsou na českém trhu dražší o 40 % - 350 %. Ceny biopotravin budou v budoucnu vesměs klesat díky větší produkci, snižování logistických nákladů a hlavně vyšší konkurenci na trhu. Také obchodní řetězce se budou snažit tlačit na své dodavatele, aby snižovali ceny.

Vyšší cena se odráží v tom, jaké skupiny spotřebitelů biopotraviny v České republice zatím nakupují. Jedná se především o lidi, kteří se snaží být zodpovědní vůči sobě, svému zdraví a zdraví svých blízkých a kteří uvažují o vlivu svého chování na životní prostředí. Významnou skupinu mezi konzumenty biopotravin tvoří maminky s dětmi, lidé s vyššími příjmy (vedoucí pracovníci, manažeři a podnikatelé), vysokoškolští studenti a cizinci z vyspělých zemí.

Český trh s biopotravinami 2005: srovnání cen biopotravin a konvenčních potravin

PRŮMĚRNÝ ROZDÍL V CENĚ BIO A KONVENČNÍ (v %)

Vejece 6 ks M	250 %
Jablka	125 %
Brambory	67,5 %
Mléko (1l, plnotučné)	125 %
Sýr Eidam	220 %
Jogurt bílý	45 %
Hovězí maso	40 %
Šunka vepřová	115 %
Vepřové maso kýta	90 %
Chléb pšeničný	115 %
Těstoviny (špagety)	90 %
Mouka pšeničná hrubá	590 %
Ovocný džus	125 %
Jablečný mošt	65 %
Čaj ovocný porcovaný	42,5 %
Víno odrůdové bílé	80 %

Průzkum proveden v květnu 2006, srovnání cen biopotravin (bioprodeje) a konvenčních potravin (supermarkety).

Produktová analýza

Zpracované biopotraviny tvoří největší kategorii a v roce 2005 se na celkovém obrátu podílely 40 procenty. Devadesát procent zpracovaných biopotravin pochází z dovozu, převážně z Nizozemí, Itálie,



ČESKÝ TRH S BIOPOTRAVINAMI 2005



Německa, Francie a Velké Británie. Jedinou výjimku tvoří těstoviny, které vyrábí několik domácích firem: Country Life, PRO-BIO a dvě další (Pepa těstoviny, Natural Kučírek). České

biotěstoviny za dovozovými ztrácejí především v oblasti designu obalů, jednotné komunikace na obalech a propagace. V kategorii chlazených potravin uvedly na trh tři firmy biotofu (Vítall, Veto, Milan Dvořák – Sunfood); kromě mléčných a masných výrobků to jsou první chlazené české biovýrobky. Firma Sivo s.r.o. také uvedla na trh bio verze tří ze svých oblíbených pomazánek (Sivo bio svačinka). Břeclavská společnost Racio s.r.o. dodává na trh šest druhů extrudovaných chlebičků. Společnost Terezia Company uvedla na trh sušené zeleninové koření směsi v biokvalitě (koření je prodáváno pod značkou Vegi).

Biomléko a mléčné výrobky v roce 2005 tvořily 20 procent českého trhu. Největším zpracovatelem je OLMA a.s., která nabízí v jednolitrové PET lahvi bio mléka a čtyři druhy jogurtů v bio kvalitě (BIO Via Natur, prodej převážně přes řetězce). V červnu 2005 uvedl na český trh rakouský řetězec Billa bio mléčné výrobky pod vlastní bioznačkou (Ja!Naturlich), které dováží z Rakouska. Výrobky si brzy získaly velkou popularitu mezi zákazníky. Několik menších výrobců mléka funguje přímo na ekofarmách, které si prodeje zajišťují především lokálně. Poměrně dobře se rozvíjí produkce bio kozích mléčných výrobků, prodej je zajišťován buď přímým marketingem nebo přes bioprodávky (největší výrobce je Farma Ratibořice rodiny Dobrovolných).

Biovejce byly k dostání jen lokálně, přímo z farmy. Farma Abatis dodává malé množství do některých pražských bioprodáv. (Pozn. red.: další posun nastal až v roce 2006 – farma z Heroltic dodává balená biovejce.)

Maso a masné výrobky tvoří třetí největší kategorii, zaujímá celou pětinu trhu. Kategorii dominuje biohovězí, produkované na velkých, podhorských ekofarmách. Biohovězí se prodává téměř výlučně v supermarketech. Vepřové, jehněčí a skopové maso bylo k dostání výjimečně, převážně přímo z farmy. Josef Sklenář – Biofarma Sasov ve spolupráci s Kosteckými uzeninami uvedli na trh první trvanlivé masné výrobky – uherák a šunku. Bio ryby zatím nejsou k dispozici. Největší firmou v oblasti zpracování masa je Biopark s.r.o., která zajišťuje porážku, zpracování a marketing biohovězího masa z řady ekologických farem na severozápadě republiky.

Kategorie nápojů tvořila v roce 2005 přibližně 12 procent trhu. Segment ovocných nápojů je zatím jen velmi málo rozvinut, pouze dvě české firmy vyrábějí ovocné mošty (Zámecké sady Chrástce a Tradice Bílých Karpat). Ostatní ovocné a zeleninové nápoje jsou dováženy, převážně z Německa. Velmi populární je segment obilných nápojů, hned za mlékem, masem a obilninami jeden z největších segmentů na trhu. Český výrobce však zatím chybí, všechny produkty na trhu jsou dováženy. V ČR fungují čtyři výrobci biovína, všichni na Jižní Moravě, kde pěstují místní, rezistentní odrůdy.

Obilniny se na celkovém obratu podílely v roce 2005 zhruba 5,5 procenty. Největším zpracovatelem obilovin je firma PRO-BIO, obchodní společnost s r.o., která vyrábí nebo si externě zajišťuje výrobu řady pekařských výrobků (suchary, tyčinky), čisté mouky a směsi z mouky (omelety, palačinky, lívance, vdolečky). Na trhu fungují další dva mlýny, jejich produkce je však distribuována převážně regionálně nebo je nabízena pod privátními značkami (např. pod Country Life). Jednou z nich je firma Natural Kučírek z Jihlavy, která vyrábí biomouky, chlebové a palačinkové směsi. Jizerské pekárny uvedly na trh bio Směs na domácí přípravu chleba.

Pechivo zaujímalo 4 procenta trhu a jeho podíl se zvětšuje, zejména díky prodávám biopečiva pekárny Albio a biopečiva značky Natur Pur, které začal v roce 2005 supermarket Interspar nabízet z vlastní dopékárny. Biopečivo Albio bylo vyhlášeno Českou biopotravinou roku 2005. Hypermarket Carrefour nabízí čtyři druhy biochleba a housek pod vlastní značkou.

Ovoce a zelenina se na celkovém obratu podílí jen 3,5 procenty, na rozdíl od vyspělých trhů, kde je tato kategorie zdaleka největší. Důvodem je zejména malá domácí produkce a donedávna nulový dovoz ze zahraničí a částečná soběstačnost ze zahrádek. Právě v této oblasti došlo v průběhu roku 2005 k největší změně: hned tři firmy (Petr Weidenthaler – Zahradnictví Luční Údolí Velehrad, Country Life a Jan Štěrbá – Ekofarma Deblín) začaly na trh dovážet čerstvé ovoce a zeleninu, převážně od rakouských distributorů a producentů. Největší české biozahradnictví, Petr Weidenthaler – Zahradnictví Luční Údolí Velehrad, produkuje okolo 60 druhů zeleniny vynikající kvality a dodává ji do

bioprodáv v Brně a Praze. Country Life produkuje biozeleninu a ovoce na své farmě, převážně pro své vlastní restaurace a prodejny. Mezi regionální producenty zeleniny patří pan Aleš Horák – Ekofarma Baucis a pan Josef Vymětal. Bioovoce pěstuje firma Heliavita s.r.o. (meruňky, jablka, broskve a další), Ing. Bedřich Plíšek (jablka, hrušky), Ing. Ševčík (peckoviny, jablka) a Zámecké sady Chrástce (jablka, hrušky, peckoviny). Velká část čerstvé produkce je prodána konečným spotřebitelům buď přímo z farmy nebo na trznicích. Supermarkety zatím nabízejí biozeleninu a ovoce jen v omezené míře, největším dodavatelem je Ekofarma Deblín.

Byliny, koření a čaje tvoří přibližně tři procenta trhu. Nejvýznamnější firmou v této kategorii je Sluneční brána s.r.o., pobočka rakouské firmy Sonenntor. Většina domácí produkce je exportována, buďto přes rakouskou mateřskou firmu, nebo přímo do Maďarska, Polska, Slovenska a Estonska.

Podíl jednotlivých produktových kategorií

Kategorie	Podíl na trhu (%)
Zpracované biopotraviny	40
Mléko a mléčné výrobky	20
Maso a výrobky z masa	12
Nápoje	12
Obilniny, snídanové směsi	5,5
Pechivo	4
Ovoce a zelenina	3,5
Byliny, čaje, koření	3

Prodejní místa pro biopotraviny

Největší podíl na prodeji biopotraviny měly v roce 2005 v ČR super a hypermarkety, 57 procent. Druhý největší podíl mají prodejny zdravé výživy a biopotraviny, a to ve výši 37 procent, jejich podíl v posledních třech letech soustavně roste, zejména díky prodávám Albio. Asi čtyři procenta biopotraviny se prodá přímo na farmách či trzích a přibližně dvě procenta v drobných prodejnách potravin.

Všechny obchodní řetězce nabízejí biopotraviny – Tesco/Carrefour, Delvita, Globus, Interspar, Billa, Hypernova a Albert, dokonce i Kaufland. Diskontní prodejny Penny Market, Plus a Lidl biopotraviny zatím nenabízejí. Nabídka v řetězcích je ovšem značně omezená a nepřesahuje 150 položek, vesměs z kategorie zpracovaných potravin, obilnin, nápojů a čajů. Sekce s biopotraviny jsou malé, nepropagované, nedostatečně označené.

Supermarkety jsou největším distributorem biohovězího masa a mléka. Pouze Delvita, Tesco a Hypernova nabízí omezenou nabídku čerstvé biozeleniny.

Biopotraviny jsou v řetězcích nabízeny zatím většinou pod značkami výrobců, ovšem začínají se objevovat první vlastní obchodní bioznačky. První vlašťovkou je supermarket Billa, který začal ve svých prodejnách nabízet deset bio mléčných výrobků vlastní značky Ja!Naturlich. Všechny produkty jsou dováženy z Rakouska, kde je Billa největším maloobchodníkem s biopotraviny a značka ja!Naturlich nejznámější značka na trhu. V červnu 2005 následovalo uvedení 85 bioproduktů značky Alnatura do sítě 110 prodejen společnosti dm-drogerie markt. Také Delvita nabízí biopotraviny vlastní značky dovážené z Belgie. Pro své biovýrobky používá značku Delhaize. Podobný krok lze očekávat od společnosti Interspar, která v Rakousku prodává biopotraviny pod vlastní značkou NaturPur. Společnost Tesco hodlá v roce 2006 zavést vlastní

bioznačku Tesco Organic. Tento vývoj jasně ukazuje, že český bio trh skýtá obrovské příležitosti k růstu.

Druhým nejdůležitějším místem pro prodej biopotraviny jsou v České republice specializované prodejny biopotraviny a přírodních produktů. V Česku je přibližně 150 prodejen tohoto typu, většinou situovaných v centrech větších měst. Bioprodávky byly v roce 2005 hlavním odbytištěm zejména pro balené potraviny, semena/ověchy, čerstvou zeleninu a ovoce, pečivo a mléčné výrobky.

Mezi největší bioprodávky patří tři prodejny společnosti Albio a dvě prodejny společnosti



Program Klubu farmářů s cílem vyrábět biopotraviny

Klub farmářů hospodařících s cílem vyrábět biopotraviny je pracovní kupinou PRO-BIO Svazu ekologických zemědělců. Záměr a výsledky činnosti skupiny přednesla Jarmila Abrulová z farmy Pol-lau, která hospodáří v Pálavských vrších – vinice a bylinky – na 6. Bioakademii v Lednici na Moravě.

Důvodem vzniku klubu byly problémy se spleť všech nařízení, zákonů a jejich chybných výkladů, které mnohé farmáře dostávaly až na dno sil, takže výrobu omezovali nebo s ní dokonce skončili. Podpůrné programy zde sice byly, ale malí zpracovatelé na ně nemohli dosáhnout, a tak docházelo ke stagnaci rozvoje zpracování vlastních surovin. Považujeme toto za zásadní problém v rozvoji venkova a udržení jeho stability.

Dalším důvodem bylo zjištění, že zvýšený odbyt biopotravin je krytý převážně zbožím z dovozu, a v neposlední řadě nás nemůže nechat klidnými zjištění, že se u nás zpracovávají suroviny také z dovozu, které by se mohly vypěstovat u nás. Hlasy, které na to upozorňovaly, nechtěl ale nikdo opravdu slyšet.

Cílem práce klubu je motto: NEZTRATIT ANI JEDNU EKOLOGICKOU FARMU

Chceme toho dosáhnout:

1. Nápravou škod, rozdělením úkolů a kompetencí mezi státní správu, oborový svaz, kontrolní organizace, farmy a obchodníky. Oslovit další zpracovatele a rozdělit je do pracovních skupin:

- a) oborových podle komodit produkce (MZe + kontrolní organizace + klub + PRO-BIO),
- b) regionálních – zmapování produkce dle regionů,
- c) odbytová družstva k jednání s řetězci,
- d) kvalita potravin – spolupráce na vytvoření zpracovatelských příruček.

2. Připravit plány rozvoje farem na dalších 5–10 let, zhodnotit investice a práci, pomoci zajistit finance i z jiných zdrojů.

Zemědělská půda v České republice již není mateřským lůnem nového života, není to prostor pro plody přírody, pro sklizeň a výsledky poctivé lidské práce. Není prostředkem k vytváření nových pracovních příležitostí na venkově, zdrojem peněz pro opravu cest, statků, budování škol a kapliček. Z větší části jsou naše pastviny a pole předmětem spekulací, snadného zisku, vydírání.

Sedláků, kteří na ekologické půdě hospodaří s cílem vyrábět biopotraviny je z celkového počtu téměř 900 farem necelých 30! Dotační tituly se

nestaly opěrným bodem lidí, kteří chtějí budovat náš venkov, ale zdrojem snadného zisku pro ty, kteří v něm ani nežijí. I ekologičtí zemědělci jsou rozpolceni na skupiny, podle toho, jak reflektují tuto situaci.

V první řadě je zde početná skupina takzvaných ekologických farmářů, kteří dokázala situaci využít ve svůj prospěch, spočítat si, že pouhé vlastnictví půdy znamená zisk. Tito lidé se vysmívají naší snaze budovat venkov jako prostor, kde naše země nachází kořeny pro život náš i našich dětí. Přestože v oblastech jejich působnosti v minulosti žili lidé, kteří tento záměr také naplňovali.

Peníze z dotací tak neplní účel, pro který byly vydány a naši spoluobčané hledí na ekologické zemědělství jako na černou díru, v které mizí miliony společensky nezhodnocených peněz. V poslední době sice došlo k navýšení dotací na speciální plodiny, ale vzhledem k výměrám je to v celkovém objemu zanedbatelné. Chybí dostupné úvěry a podpory pro ty, kteří dokáží zpracovat vlastní surovinu. Chybí jednoduchá a životaschopná koncepce MZe pro ekologické zemědělství.

Byli jsme to my, především malí a střední zemědělci, kteří ekologické zemědělství v této zemi budovali, a tak nehodláme zůstat na okraji dění, ale budeme se podílet i na dalším vývoji ekozemědělství. Rozjetý vlak, v kterém bohatí bohatnou a chudí chudnou, se těžko zastavuje. Přesto máme svá drobná vítězství. Klub se zásadním způsobem zasadil o loňské řešení problémů v kontrolní organizaci KEZ o. p. s., s přispěním vrchního ředitele Ing. Fanyše z MZe se podařilo jmenovat třetí český kontrolní subjekt BIOCONT.

Vyvolali jsme jednání s oddělením ekologie na MZe a vypracovali, rozeslali na všechny ekologické farmy dotazník cílený na producenty biopotravin, která se setkal s velmi příznivou odezvou, a jehož výsledky budou předloženy k posouzení při přípravě programu ekologického zemědělství. Dále s MZe připravujeme podklady k výzkumu na rok 2009.

Spolupracujeme se spolkem EPOS a vzájemně si poskytujeme výsledky našich výzkumů. Jejich průzkum mléčných farem ukázal, že poptávka po mléčných biopotravinách na českém trhu přesahuje o více než 8 % nabídku. Poslední láhev českého bio mléka se prodala v květnu, celou zimu nebylo na trhu biohovězí maso.

Koordinujeme svoji činnost se Svazem PRO-BIO a začlenili jsme se do týmu, který připravuje národní program ekologického zemědělství,

který navazuje na Akční plán rozvoje venkova. Usilujeme o to, aby se zástupce Svazu PRO-BIO stal nejen pozorovatelem, ale aktivním členem monitorovacího výboru (Programu rozvoje venkova), aby to byl náš člověk. Peníze do rozvoje venkova jsou určeny k tomu, aby vyrovnaly nerovné podmínky podnikání v odlehklých oblastech, aby koruna investovaná na burze, do banky, do akcií či vlastního podniku přinesla stejný zisk jako koruna investovaná do zemědělské výroby. Aby zaručili farmářům ústavní právo na ochranu svých investic, právo na vzdělání, odpočinek a kulturu. Učitel z Plzně, zdravotní sestra z Marseille ani elektrikář z Lodže neplatí své daně proto, aby jimi plnili kapsy veksláků a spekulantů.

Do konce léta chceme připravit průzkum, který bude lépe reflektovat náš skutečný život. Bude se primárně zabývat problémy a kritickými body, které brzdí produkci biopotravin u nás. Zpracujeme ekonomické rozbor, které nezpochybnitelně vyčíslí skutečné náklady na údržbu a obdělání půdy, jak na TTP, ta i na orné půdě a speciálních plodinách. S těmito výsledky seznámíme příslušné úředníky EU i veřejnost pro-



střednictvím médií. V dlouhodobějším měřítku chceme zpracovat vybrané regiony z hlediska podmínek EZ, Prioritou je pro nás EAFRD – ne méně než 14 miliard korun určených pro rozvoj venkova. Budeme sledovat osud každé koruny a žádat své představitele, aby nám podali rozbor, kolik se za tyto peníze na venkově opravilo budov, zřídilo školních autobusů, opravilo cest, zbudovalo výroben a zpracoven čerstvých biopotravin, vytvořilo pracovních míst. Tak jako my neseme denodenní zodpovědnost za svoji činnost, budeme ji vyžadovat od všech, kteří se na tomto programu budou podílet. Jenom nás, vážené dámy a vážení pánové, překvapuje, že tyto informace nezajímají orgány státní správy, výzkumné ústavy ani průzkumy veřejného mínění.

Jarmila ABRLOVÁ

ČESKÝ TRH S BIOPOTRAVINAMI 2005



Country Life, všechny situované do centra Prahy. Bioprodeje v průběhu posledních dvou let výrazně zvýšily svůj podíl na prodeji biopotravin, zejména díky třem nově otevřeným prodejnám Albio (Praha), Lumo Natur (Brno) a Bio market Víteč (Praha). Podíl získávají na úkor supermarketů, a to i přes rostoucí prodeje v těchto velkokapacitních prodejních jednotkách.

Novým fenoménem se stávají internetové bio obchody. V Praze působí biopotravin.cz a rozmaryna.cz, které nabízejí velmi široký sortiment. Dva další on-line obchody působí v oblasti Hradce Králové (dobrykramek.cz) a Brna (Biosfera.cz).

Přímé prodeje z farem se uplatňují zejména pro čerstvé ovoce a zeleninu, mléko a výrobky z něj a částečně maso. Přímý prodej se také odehrává na tržnicích, při různých slavnostech a jarmarcích, ale také formou poštovního balíku či přímého závozu domů.

PODÍL NA TRHU ODBYTOVÉHO MÍSTA

Odbytové místo	(v %)
Super a hyper markety	57
Menší prodejny potravin	2
Prodejny zdravé výživy a biopotravin	37
Ostatní (farmy, tržnice, zásilkový obchod, internet)	4
Celkem	100.0



**Zprávu zpracoval Mgr. Tom Václavík,
Green marketing
FOTO: Tim Konečný (prodejny Country Life)
a redakční archiv**