

KRÁMKY S BIO: ALTERNATIVA BEZ HUMBUKU

„Vím, že produkty ekofaremu musí jít k lidem i přes supermarket, já si jen jdu svou cestou „člověk k člověku“ – říká Jarmila Chladová z Litomyšle

Jarmila Chladová z Litomyšle oslavila se svou prodejnu zdravé výživy 15. narozeniny. Kromě vedení obchůdku ještě učí na střední zahradnické škole ekologii a biologii. Jen ti, kdo jsou v oboru od počátku, vědí, že stála u zrodu maloproděje biopotravin u nás.

V roce 1996 jste zakládala sekci bioprodeje při svazu PRO-BIO. S jakými představami?

Tehdy ještě nebylo tolik supermarketů, velkou úlohu hrály i menší obchody v centrech měst. Nepředpokládala jsem ale, že by se biopotraviny prodávaly pouze v nich. Mají ale stále velký význam z hlediska propagace a kontaktu se zákazníky. Personál se tu může více věnovat zákazníkům – na rozdíl od supermarketů, kde jde o anonymní prodej... Ať se ale prodává biopotravina v supermarketu, v malém obchodě nebo u sedláka na dvoře, podstatné je, aby se dostala k lidem.

Měli jste prý etický kodex bioprodejce...

Jednalo se spíše o manuál. Spolupracovali jsme na něm ve svazu PRO-BIO s Radkem Hradilem. Vycházeli jsme z toho, že by správně pojetý prodej biopotravin měl odrážet přirozenou úctu k nim. Manuál radil, jak mluvit o této produkci s lidmi, jak vysvětlit, že je to opravdu potravina produkovaná s láskou. Na mnoha ekostatických děláji farmáři svou práci opravdu srdcem. Biopotravina „nevyrábí“, ale pěstují či zpracovávají, měla by proto požívat úcty při prodeji i při konzumaci. Dříve se říkalo ekologickému zemědělství alternativní a já si myslím, že biopotraviny vyžadují i alternativní prodej, takový přístup k zákazníkovi, kdy si musíme získat jeho důvěru. Jde o to dělat tuto práci, protože jí věřím a nechť vydláždí nebo prodá za každou cenu.

To se ale nesuslučuje se současným „marketingovým“ trendem...

Já radši zůstávám na úrovni maloobchodu ve městě, kde jsem ho zakládala. Tady mohu s lidmi opravdu komunikovat jako v širší rodině. A mnozí si opravdu prostě potřebují přijít popovídat a pozeptat se. Vím ale, že to není jediná cesta prodeje. Biopotravina musí jít k lidem i přes supermarket. Já si jen jdu svou cestou „člověk k člověku“.

Co manuál obsahoval konkrétně?

Krom jednání se zákazníkem vysvětloval, jak se mohou noví lidé přihlásit do sítě prodeje, vedl k poradenství zákazníkům – např. jak s dražší biopotravinou, vyžadující v kuchyni někdy jiné zacházení, pracovat a podobné základní zásady. Vše bylo v začátcích. Ujasňovali jsme si cestu, jak biopotravinu prosadit. V Kolíně nad Rýnem probíhal projekt, kde se školili první prodejci, aby pochopili, že práce ekozemědělce i prodej biopotravin jsou téměř posláním. Tak to dodnes cítím i učím děti ve škole.

Naplnily se vaše představy?

Myšlím, že dost. Tedy v našem pojetí práce malých bioproděje. Jen jsem trochu smutná, že to na našem trhu moc nežije českou biopotravinou. Já se v krámkách téměř vyhýbám těm dovozným typům – sušenka za 60 korun BIO. Nač dovážet zdaleka sušenku, kterou tady lidé umějí upéct taky. V Čechách je to zařízené tak, že malé obchody slouží i zemědělcům. U obchodu máme infocentrum a rádieme lidem. Klidně, bez hmbuku, velkých reklam, jen výlohou, vitrínkou a naší prací spočívající v trvalém oslovování lidí kolem nás. Netiskneme letáky, nedáváme inzerci, nesedíme ale v koutku. Prostě propagujeme biopotraviny konkrétní denní prací.

Jak vidíte budoucnost malých prodejen BIO?

Myšlím, že se udrží, pokud je nezlikviduje politika. Nezaujmají pro neschopnost, ale protože jsou tvrdě nastavené podmínky pro podnikání: předpisy, papírování, neustálé hrozby a omezování ani trochu vstřícná tvář státu. Také když se maloměsto přepce supermarket, ničí nejen prodejnu, ale i českého zemědělce. Žaludek má jen jednu kapacitu. Trh je pak přeplněný, u lidí vítězí lenost a pracovní vytížení a tím i nabídka polotovarů. Tady končí legrace a záleží na tom, zda si lidé uvědomí, že život není jen velký stres a běh, který se dá ošidit mikrovlnnou troubou. To ale mnohým ukáže až čas. Jsem ale optimista, znám spousty mladých a maminek s dětmi, které už tuhle cestu nacházejí. A vědí, že skutečně přírodně živěné děti čeká lepší zdraví, než dítě odbyvané sunarem právě z mikrovlnky. Nemyslím, že malé prodejny zaniknou. Máme stále zákazníky a cítím, že nás potřebují. Dokud budeme mít sílu a možnosti, tak se udržíme. Jsme alternativa. Vedle těch prodejen řetězců pro velkoměsta a uspěchaného způsobu života. Je to jako zahrádka a pole, obojí má svou funkci.

Tereza KNÍŘOVÁ
Ag. BioCIT



Jarmila Chladová

Foto: archiv

Ohlédnutí...

→ takového počínání. Spočívá mj. v tom, že obchodníci jsou pak nuceni leccos dovážet, což je nejen proti „filozofii“ ekohospodaření, ale v důsledku i proti perspektivě farmářů. Shovívavě nelze odbyť ani jistou nevyzrállost některých biofarmářů reagujících na sebemenší připomínky, nebo nedejпámbůh kritiku, podrážděně, bez schopnosti sebe-reflexe či diskuse. Přitom zametení před vlastním prahem (na nejedné farmě potřebné nejen obrazně) by propagaci ekozemědělství a důvěře zákazníků prospělo někdy víc než jen oslavné pojetí osvěta.

Nejpodstatnější problémy ekozemědělství se dnes u nás ale nekonztrují u sedláků, nýbrž kolem institucí státu. V první řadě jde o neomluvitelně opožděné vyplácení nezpochybnitelných dotací (chcete-li kompenzací), které uvádí producenty biopotravin do úzkých – až konečných. Dále jde o byrokracii požadující i po nejmenších producentech absurdně často totéž co po velkovýrobcích. Stát, ač by to mělo být jeho zájmem, neplní dostatečně ani úlohu poradenskou či servisní vůči sedláckům, ani propagačně-osvětovou vůči veřejnosti, o pomocné ruce při souborých farmářů s bankami o úvěry ani nemluvě... V neposlední řadě převládá, zejména na straně zákazníků, názor, že se stát chová nemoudře, ne-li neohospodárně, když nedokáže promyšlenějším zacílením dotací motivovat sedláky k produkci biopotravin a alespoň dílem v žádoucím sortimentu.

Skrytý potenciál nevelkého bio trhu ČR je velký – ve srovnání s Němcem utrácíme za bio stokrát méně, a přitom rozdíl v platech je mnohonásobně menší. Ale hlavně, ve hře není také nic menšího než kvalitnější výživa, potažmo lepší zdravotní stav lidí, čistší prostředí, hezčí krajina a v neposlední řadě třeba i pracovní místa na venkově nebo ekovýchova obyvatel i mládeže, což vše musí být protiváhou diktatury velkovýrobců a obchodníků založené na jediném příkázání: KONZUMUJ!

Hlavní naučení z letošního (zdá se, že ohlasem úspěšného) „Měsíce BIO“ tak může pro příště nakonec spočívat ve dvou slovech: VÍCE DO-MÝŠLET. Státem a jeho údy počínaje, přes obchodníky až po sedláky. Nás spotřebitele nevyjímaje.

Karel MERHAUT
Jan PLACHETKA
Ag. BioCIT

NAMASTE – jste vždy vítáni

Obrazy mladých umělců zdobící bílé zdi prodejny dávají tomuto velikému prostoru duši a křídla volnosti. Po vstupu do této zdravé výživy se cítíte velice příjemně – a to je první krok k zákazníkovi...

Po prolistování a následném podrobném pročtení posledních čísel Bio mám takový pocit, že pouze ve velkých městech kvete zájem o zdravou výživu a biopotraviny. V Praze, Hradci Králové, sem tam i v Brně rostou nové bioprodejny, restaurace jako houby po dešti, ale zdálo by se, že menší okresní města a městečka nemají žádná nová biocentra, restaurace či zdravé výživy. Opak je pravdou.

Společně s majitelem nově otevřené bioprodeje NAMASTE v Boskovicích jsme se shodli na tom, že v malých městech je mnohem složitější získat stálou klientelu, dostat se do podvědomí a přitom oslovit co nejvíce zákazníků. V okrajových regionech naší republiky je podstatně větší nezaměstnanost než v okolí velkých měst. Lidé v menších městech mají mnohem, a to zdůrazňuji, menší příjmy než ve velkoměstech. Samozřejmě tento nesporný fakt se odráží i na celkem dost omezených finančních možnostech při nákupu biopotravin.

Zájem o zdravý životní styl na „venkově“ je ale také značný. Lidé si však většinou vybírají hlavně podle ceny daného zboží, což majitelé zdravých výživ neustále nutí pozorně sledovat zákazníka, vyslyšet jeho tužby, učit veřejnost rozeznávat a hlavně pochopit rozdíl mezi biovýrobky a klasickými konvenčními surovinami. Ukázat zákazníkovi, že ten propastný rozdíl v ceně biovýrobku a konvenčního zboží je vyvážen poctivou prací, kvalitou a v neposlední řadě i šetrným vztahem k životnímu prostředí.

„Největší skupinou konečných zákazníků v Boskovicích jsou mladé maminky, které pro svoje ratolesti nakupují kvalitní biovýrobky,“ říká Leoš, majitel nové zdravé výživy NAMASTE (indické slovo znamená v překladu vítáme vás). Po prozkoumání brněnského regionu zjišťujeme, že situace v malých městech je zcela totožná s tou naší, boskovickou. Samozřejmě řešení této patové situace existuje, ale není to otázka týdnů, nýbrž

Kdo neměl možnost sledovat v podstatě denní zpravodajství o BIO, provozované po tři měsíce na webu www.biopotraviny.info do konce října, bude zpravodajství na tomto webu nadále k nahlédnutí i poučení...

NAMASTE...



► měsíců. „Pokud člověk chce rozvinout a podpořit prodej bioproduktů, neměl by usnout na vavřínech, pružně doplňovat zboží a plnit přání zákazníků,“ svěčuje se mi nad šálkem špaldové biokávy majitel prodejny. „Brzy plánujeme doplnit sortiment zboží o fairtrade výrobky, a tím podpořit filozofii poctivého obchodu.“ Teď na zimu určitě osloví zákazníky výběr ze široké škály fairtrade kávy a čajů. Samozřejmě i Fair trade program je potřeba přiblížit zákazníkům nejen letáky, ale i prostřednictvím přednášek.

Pokud se jedná o prodej ovoce a zeleniny v biokvalitě na „venkově“, je celkem zbytečné zásobovat zdravé výživy kvalitní a čerstvou zeleninou, když skoro každý zákazník zde má možnost velice levně zakoupit zemědělské přebytky přímo u zdrojů – to znamená v dané lokalitě, městě či vesnici u zemědělců či farmářů. Samozřejmě se dají sehnat tyto přebytky i v organické kvalitě, ale většina zemědělců nemá certifikaci. Je to pro spoustu lidí zbytečné vyhazování peněz, které mohou využít mnohem efektivnějším způsobem, například nákupem zeleného hnojiva nebo nových sazenic.

Udělat si dobré a kvalitní jméno na malém městě v oblasti zdravé výživy není těžké pouze záležitostí biopotravin a biovýrobků, ale i dobře vymyšleným programem přednášek, koncertů a výstav. „Zákazník je vybíravý a hledá stále nové věci. Kulturní program v bioprodejně zcela jistě uvítá a bude rád, když si nad šálkem dobré kávy, čaje, koktejlu či nějakého jídla v biokvalitě odpočine od každodenního shonu – třeba pohledem na obrazy mladých výtvarníků,“ říká Leoš z Namaste bioprodejny a zároveň dodává: „Od počátku se snažíme realizovat biorestauraci a bioprodejna je určitý způsob získání stálých zákazníků kteří nás budou následovat.“

A mně je jasné, že realizace tohoto krásného snu bude možná až za několik let. Ale za ty roky získá majitel bioprodejny spoustu zkušeností, jméno a hlavně zákazníky. S Leošem pro-

cházíme ještě novotou provoněnou prodejnou bioprodejny NAMASTE, zastavujeme se u jednotlivých regálů...

U regálu s těstovinami živě debatujeme, nechápavě kroutíme hlavou nad exportem těstovin z Itálie a Řecka do naší země. Přitom kvalitní biotěstoviny máme k dispozici z blanenských a jihlavských pekáren za přijatelnou cenu. Logicky se naskytá otázka: Proč dovážíme těstoviny z ciziny, když se konečná cena pro spotřebitele rapidně zvýší díky dopravě? Shodujeme se na tom, že některá věci jsou na hlavu postavené. U regálu s čaji a bylinkami majitel přemýšlí o rozšíření sortimentu z MACROBIOTIC MITOKU a FAIR TRADE produkce. Zastoupení čistících prostředků Ecover mě příjemně překvapuje – nemusím pro prací prášek jezdit do Brna, ale přímo tady v Boskovicích si ho můžu zakoupit v nové prodejně.

Před masivní dřevěnou policí převážně s literaturou o biopotravinách je naše zastávka prodejnou nejdelší. Znovu se shodujeme na tom, že namísto renesance staročeské kuchyně, jsou nám nabízeny různé moderní mutace makrobiotiky se západním pojetím zdravé výživy. Recepty na tato jídla vypadají velice zajímavě, nicméně pro obyčejného člověka jsou dost složité, drahé a většinou se skládají z těžko dostupných ingrediencí. Přitom se v těchto kuchařkách zapoмина na klasické krajové suroviny lehce dostupné v každé prodejně potravin – čočka, hrách, kroupy..., ze kterých jste schopni připravit výtečné, chutné a syté jídlo nasladko i naslano.

Nad regálem s luštěninami, zním a moukami se dlouho zdržovat nedáme. Zrakem zavadím o sáček s podéřelým tvarem luštěnin. Objevují bob veliký – tradiční luštěninu našich předků. Nicméně radost po přečtení původu plodiny mě přejde. Slovensko sice není daleko, ale tato krajová luštěnina na našem poli stále chybí. Jsem zvědav, zda se i u nás najde zemědělec, pěstující tyto krásné luštěniny ve velkém. Nebylo by vůbec špatné, třeba jednou za rok, v Bio informovat čtená-

ře o situaci prodeje, zájmu a rozšíření starých krajových odrůd ovoce, zeleniny a luštěnin. a uvést nejvíce atraktivní starou plodinu pro daný rok.

Vracíme se z úvah a myšlenek zpět do prodejny Namaste, kde je před námi regál s převážně řeckými specialitami – pikantní sýrové pomazánky s bylinkami a olivovým olejem různých druhů, barev a chutí. Tyto speciality vypadají více než jen lákavě a mě opět napadá: dočkáme se někdy podobných specialit z českých luhů a hájů?

Co mě překvapuje nejvíce? Kosmetika a farmaceutika vyrobená výhradně z konopí. Konečně nastává renesance konopí, které i v naší zemi mělo velkou tradici. Konopí si pěstují více než pět let a vím, že se v této krásné rostlině skrývá obrovský potenciál. Z konopí si vyrábíme tinkturu na bolesti kloubů – rodina je více než jen spokojena. Luboš mě upozorňuje na ještě teplou novinku – bio konopná semena loupaná a neloupaná. Tak z tohoto bioproduktu mám opravdovou radost, i když se jedná o technické konopí. Z těchto hnědozelených semen můžete vylisovat kvalitní olej, rozmixovat je na máslo – přirovnání k tachini není náhodné – nebo si lze semena předpěstovat na sazenice.

Pod těmito konopnými výrobky je spousta sladkostí i pro vegany: chalvy, flapjacks, sezamové tyčinky, müsli, špaldové biotyčinky, dukáty v různých chuťových modifikacích,

mitoku bonbóny. Vedle pokladny je lednice s různými specialitami: tofu, tempeh, seitan, natto, pomazánky, tofunézy, robí maso, klasa, cerie, jahelné knedlíky, salámy, kozí mléka a sýry. Otevírám lednici a беру si marinovaný tempeh, na který jsem dostal chuť. Stylový pult s pokladnou a zásobníky na vážené olejiny, koření a čaje jsou pro zákazníky výhodné – mohou ochutnat menší množství, dejme tomu čaje, než si koupí velké balení, které by třeba nepotřebovali. Naproti pokladně si zákazník může z regálu vybrat celozrnné bezlepkové pečivo v biokvalitě. Nechybí koláče ani výtečný závin...

Tak jsme prošli s mladým majitelem Lubošem celou prodejnu a já vím, že se sem rád vrátím nakoupit si a příjemně si popovídat s majitelem, kterému držím pěsti a přeji mu uskutečnění jeho velkého snu – otevření biorestaurace.

Od nedopité špaldové kávy se s vámi z Boskovic loučí

Daniel a Leoš





Veletřh Zdraví

Moravskoslezské dny zdraví

SENIORpro

1. - 2. prosince 2006

na výstavišti Černá louka Ostrava

1. prosince 9.00 - 18.00 hodin
2. prosince 9.00 - 14.00 hodin

Zároveň bude probíhat výstava
Učen, středoškolák, vysokoškolák a Pedagogika.
VSTUP NA OBĚ AKCE ZDARMA!

tel.: 596 167 117, www.cerna-louka.cz