

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: B4131 Zemědělství

Studijní obor: Agropodnikání

Katedra: Katedra veterinárních disciplin a kvality produktů

Vedoucí katedry: prof. Ing. Jan Trávníček, CSc.

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Problematika "SLOW FOOD" v České republice

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavel Smetana, Ph.D.

Konzultant bakalářské práce: Ing. Eva Samková, Ph.D.

Autor: Dagmar Dvořáková

České Budějovice, duben 2012

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta zemědělská
Akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Dagmar DVOŘÁKOVÁ**
Osobní číslo: **Z09107**
Studijní program: **B4131 Zemědělství**
Studijní obor: **Agropodnikání**
Název tématu: **Problematika "SLOW FOOD" v České republice**
Zadávací katedra: **Katedra veterinárních disciplin a kvality produktů**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem práce je zpracovat rešerši na zadané téma.

Metodika: Zpracovat literární zdroje a provést dotazníkové šetření k zadanému tématu. Popsat klady a zápory "SLOW FOOD", na základě dotazníkového šetření u vybraného portfolia obyvatel České republiky zjistit jejich znalosti o uvedené problematice.

Výsledky: Tabulkové a grafické zpracování zjištěných údajů.

Diskuse: Shrnutí zjištěných údajů.

Závěr: Přehledné shrnutí nejdůležitějších výsledků.


Seznam použité literatury: V abecedním řazení podle ČSN 01 01 97 Bibliografická citace.

Rozsah grafických prací: tabulky a grafy
Rozsah pracovní zprávy: 30 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

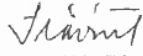
Seznam odborné literatury:

- Chahbazi, J., Grow, S.: **Common Foods and Farming Methods Thought to Promote Health: What the Data Show**. Primary Care. 2008: 35(4), 769
- Palm, A.: **Fast food. Slow food. Ethnographic studies to the relationship of globalisation and regionalisation in nutrition**. Zeitschrift Fur Volkskunde, 2009: 105(2), 316-318
- Pícha, K., Hesková, M.: **Perspektivy prodeje funkčních potravin na českém trhu**. České Budějovice: ZF JU, 1. vyd., 2003, 124 s.
- **Odborné články z databází dostupných v katalogu akademické knihovny Jihočeské univerzity nebo na <http://sbnweb.csi.it:8092/semplice.html>**
- **Odborné články týkající se sledované problematiky v časopisech: Perspektivy jakosti, Journal of the Science of Food and Agricultural, Journal of Agricultural and Food Chemistry, Fleischwirtschaft International, Maso a ze sborníků z odborných konferencí**
- **Internetové databáze: ISI Web of Knowledge (Current Contents), Agroweb**

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavel Smetana
Katedra veterinárních disciplin a kvality produktů
Konzultant bakalářské práce: Ing. Eva Samková, Ph.D.
Katedra veterinárních disciplin a kvality produktů
Datum zadání bakalářské práce: 14. března 2011
Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2012


prof. Ing. Miloslav Šoch, CSc.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDEJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
studijní oddělení
Studentůvská 13
370 05 České Budějovice


prof. Ing. Jan Trávníček, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 14. března 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svoji bakalářskou práci vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě (v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Zemědělskou fakultou JU) elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách.

Datum 13. 4. 2012

Podpis studenta

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce Ing. Pavlu Smetanovi, Ph.D. za odborné rady, ochotu a trpělivost při tvorbě mé bakalářské práce.

Abstrakt

Tématem bakalářské práce je hnutí SLOW FOOD. Teoretická část práce se zabývá historií, organizací a současností hnutí. Dává nahlédnout do činnosti neziskové organizace, zaměřené na problematiku zachování krajových potravinových specialit, propagaci národní kuchyně, kvalitního a pomalého stravování, podporu drobných výrobců a zemědělců, ochranu životního prostředí. Praktická část práce seznamuje s informovaností veřejnosti o existenci SLOW FOOD a vlivy na spotřebitele při výběru potravin.

Klíčová slova: SLOW FOOD, produkce, region, kvalita

Abstrakt

The topic of the thesis is the movement „Slow Food“. The theoretical part describes the history, the organization and the present situation of the movement. It shows the activities of a non-profit organization which is focused on the problem of preserving local food specialities, promotion of national cuisine, slow and good quality eating, support of small producers and farmers and preservation of environment. The practical part of the thesis gives an overview of the general public knowledge about the existence of „ Slow Food” and its influence on the consumer’s choice when shopping for food.

The key words: Slow Food, production, region, quality

Obsah:

1. ÚVOD	9
2. TEORETICKÁ ČÁST	
2.1 Hnutí Slow Food	10
2.1.1 Convivia Slow Food	10
2.1.2 Znak Slow Food	11
2.2 Program Slow Food	12
2.2.1 Historie a kultura stolu	13
2.2.1.1 Producenti masa	14
2.2.2 Prosazování místních produktů	15
2.2.2.1 Regionální potraviny	16
2.2.2.1.1 BIO výrobky	18
2.2.3 Podpora malých, středních výrobců a zemědělců	19
2.2.3.1 Zaměstnanost	20
2.2.4 Propojení výrobců a spotřebitelů	22
2.2.4.1 Farmářské trhy	22
2.2.4.2 Prodej formou bedýnek	23
2.2.4.3 Kontakt výrobce a spotřebitele v zahraničí	24
2.2.4.3.1 Obchodní řetězce	25
2.2.5 Výběr potravin, informovanost konzumentů	27
2.2.5.1 Dovoz potravin	27
2.2.5.2 Vliv na nákup potravin	28
2.2.6 Přístup k životnímu prostředí	28
2.2.6.1 Obalové materiály	29
2.3 Slow Food a vzdělávání	31
2.4 Slow Food akce	32
2.4.1 Slow Food poznávací zahraniční akce a aktivity	32
2.4.2 Akce Slow Food v ČR	35
2.5 Stravování ve stylu fast food	36
2.5.1 Moderní způsob stravování	37
2.5.2 Význam reklamy	39
2.5.3 Životní styl současné doby	40

2.5.4	Vliv fast food na životní prostředí.....	41
3.	METODIKA.....	42
4.	VÝSLEDKY.....	44
4.1	Výsledky dotazníkového šetření.....	44
4.2	Výsledky dotazování.....	44
4.3	Výsledky sčítání návštěvníků.....	45
5.	ZÁVĚR.....	46
6.	PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ.....	47

1. ÚVOD

Současná doba se vyznačuje uspěchaným životním stylem, vysokými požadavky kladenými zaměstnavateli na zaměstnance. V případě rodičů – nároky na děti co se týká školních výsledků. Když v této situaci přihlédneme ke konzumnímu stylu trávení volného času a spotřebiteli požívaným potravinám, preferovanými nejčastěji z důvodu nenáročné časové přípravy, lze v případě větší části populace dojít k závěrům o vedení nezdravého životního stylu, který se po čase projeví v podobě psychických problémů, vysokého krevního tlaku, srdečních, cévních chorob a obezity. Pokud se při přípravě potravin prosazuje jako nejdůležitější časové hledisko, vyplývají z tohoto faktu pravidelné návštěvy fast foodů, užívání instantních výrobků a polotovarů, konzervovaných produktů a uzenin – „obohacených“ o konzervanty, umělé příchutě a barviva.

Zákazníci, uvědomující si význam zdravého životního stylu, propagující výrobky domácích producentů a tradice české kuchyně, hodnotovou orientaci, ochranu životního prostředí a recyklovatelnost odpadových materiálů své požadavky realizují. Důkazem toho je organizace Slow Food, která preferuje hodnotný životní styl a klade důraz na souvislosti, týkající se zdraví tělesného, duševního a sociálního, ve spojení s přírodou a jejími čistými produkty. Slow Food respektuje potřeby jednotlivce, rozvíjí mezioborovou komunikaci a spolupráci.

Cílem mé práce je provést rešerši dostupných zdrojů o Slow Food a provést dotazníkové šetření o znalosti tohoto způsobu stravování v okolí mého bydliště.

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Hnutí Slow Food

Hnutí Slow Food založil v roce 1986 gastronom Carlo Petrini z Itálie, jako odpověď na otevření pobočky McDonald na náměstí Piazza di Spagna v Římě. Jednalo se o „protest“ vůči fast foodu a jeho stylu. Slow Food (SF) propaguje a upřednostňuje kulturu stolu, ochranu a vychutnání si místních produktů, které by díky globalizaci a s ní rozpínající se kultury Fast Food mohly ukončit svoji existenci. Cílem hnutí je prosadit místní produkty, domácí odrůdy plodin, připomenout recepty spojené s tradicí konkrétní lokality a prosadit kvalitu surovin, používaných k produkci potravinářských výrobků.

Nezisková organizace Slow Food má více než 100 000 členů ve 132 zemích a reálná fakta na internetových stránkách shrnuje do několika bodů:

- Cílem hnutí je souběžnost s globální subkulturou fast food - představitelem potravin preferujícím chemické chutě.
- Stále více se lidé zajímají o problematiku jídla a pití, potravinové produkty, kvalitu a způsoby jakým se dostávají na stůl. Z toho důvodu si Slow Food získalo příznivce v mnoha zemích.
- Členové hnutí Slow Food zakládají sdružení zvaná *convivia*, která pro své členy organizují široké spektrum aktivit. K dnešnímu dni existuje 1000 místních *convivií*. Slovo *convivium*, pochází z latiny a vyjadřuje vzájemnou pohostinnost. (<http://www.slowfood.cz/o-nas>; staženo 26.1.2012)

2.1.1 Convivia Slow Food

Největší počet *convivií* – 360 – působí v Itálii. Nejnověji byly uvedeny do provozu kanceláře SF ve Švýcarsku (1995), Německu (1998), New York City (2000), Francii (2003), Japonsku (2005). Poté ještě ve Spojeném království a Chile (http://en.wikipedia.org/wiki/Slow_Food, staženo 19.2.12).

Vznik *convivia* SF v ČR připadá na rok 2000. Hlavní centrály pro chod organizace v ČR jsou dvě – Praha a Brno. Menší *convivia* pak následují v Táboře,

Pardubicích a Pálavě. Prezidentkou SF ČR je paní Blanka Turturro (<http://www.slowfood.cz/vybor>, staženo 20.12.2011).

Příznivci a členové convivií Slow Food v ČR:

- zemědělci a výrobci potravinářských produktů;
- spotřebitelé;
- kuchaři a majitelé restaurací;
- vědci;
- novináři a publicisté;
- učitelé;
- milovníci a propagátoři kvalitních potravin.

„ Je zde místo i pro Vás....“ (Turturro, osobní sdělení, Země živitelka, Č. Budějovice, 27. 8.2011).

2.1.2 Znak Slow Food

Pravý gurmánský zážitek v příjemné společnosti, pěkně prostřený stůl a pomalé vychutnání pokrmu symbolizuje hlemýžď – znak Slow Food (Obrázek č. 1).

Obrázek č. 1 Znak SF Praha



Zdroj: <http://www.slowfood.cz/vybor>, staženo 10.12.2011

Pro *convivium* Moravia je vlastní znak s hlemýžďem (Obrázek č. 2).

Obrázek č. 2 Znak SF Moravia



Zdroj: <http://www.slowfoodmoravia.cz/kontaktni-informace>, staženo 10.12.2011

Znak hlemýžďe se rovná symbolu pomalosti, souladu, pomalého užívání jídla ve vztahu k přírodě. Slow Food (SF) nechce globální kulturu, průmyslovou velkovýrobu spojenou se stejnou chutí potravin, protože dobrý výrobek má svoji vlastní chuť. SF propaguje právo na chuť, to znamená, že chutě z dětství jsou vlastně kulturním dědictvím (Turturro, osobní sdělení, Země živitelka, Č. Budějovice, 27. 8.2011).

Bohmannová (1981) uvádí, že francouzský šlechtic a filosof Jean Anthelme Brillat-Savarin, jeden z největších labužníků prohlásil, že rozkoš z dobrého jídla náleží všem věkům, všem stavům, všem zemím, všem dobám a zůstává požitkem i tehdy, když už nás nemůže potěšit nic jiného. K tomu podotýká, že nutností je i pěkný pohled na prostřený stůl. Jíme i očima. Na pohodě u stolu se podílí nejen přítomnost různých pochoutek, ale i strážníci svým chováním a kulturou stolování. Kultura stolování má dlouhý vývoj. Již ve středověku byly zaznamenány připomínky mravokárců, kteří brojili proti neslušně se chovajícím stolovníkům.

Zásadou rodinného stolování je spěchat pomalu. Na zažívání má velký vliv atmosféra, ve které se jídlo konzumuje. Tato fakta dávají do přímé úměrnosti uspěchané stravování a s ním vzrůstající počet výskytu žaludečních vředů a dalších chorob. Pro rodinnou pohodu, zdraví je velkým přínosem společné setkání členů rodiny u večeře. Komunikace u společné večeře znamená přínos pro lepší rodinné vztahy a pohodu v domácnosti (Bohmannová, 1981).

2.2 Program Slow Food

Hlavní zájmy mezinárodního hnutí SF spočívají především v podpoře produkce a konzumaci domácích potravinářských produktů, seznámení veřejnosti s českou i mezinárodní gastronomií, konání seminářů a degustací v ČR i v zahraničí, informování o zahraničních akcích SF a s tím spojeným rozvojem cestovního ruchu. Nelze opomenout aktivitu SF při výběru a oceňování oblíbených dobrých, čistých a poctivých potravinářských výrobků. Slow Food si klade za úkol:

- vážit si historie a kultury stolu,
- prosazovat a preferovat místní a tradiční produkty,
- podpořit malé a střední výrobce,

- propojit výrobce a spotřebitele,
- umožnit výběr kvalitních potravin - poskytovat informace konzumentům,
- chránit životní prostředí,
- vzdělávat mládež i dospělé,
- organizovat poznávací akce pro seznámení se SF

(http://www.slowfood.com/slowftp/eng/STATUTE_ENG.pdf, staženo 11.3.2012).

2.2.1 Historie a kultura stolu

Vážit si kultury stolu z pohledu hnutí SF znamená, mimo jiné, že obyvatelstvo v každém státě (hospodářsky vyspělém) připravuje a konzumuje pokrmy většinou stejným způsobem. Rozdíly jsou v klimatických podmínkách jednotlivých států. Na standard výživy má vliv především současný způsob života, intenzifikace práce, kulturní život a další. Velké rozdíly zůstávají v pokrmech, které se nepodávají stále (rozdíl je i ve způsobu podávání). V tomto případě lze mluvit o udržování tradice typických národních pokrmů.

Rozdíly u běžně konzumovaných potravin jsou především z klimatických, hospodářských nebo náboženských důvodů. Proto můžeme mluvit o kuchyních typických pro zeměpisné oblasti nebo hospodářské celky (Fialová et al., 1967).

Z těchto poznatků lze rozdělit kuchyně podle zeměpisné polohy (Tabulka č. 1).

Tabulka č. 1 Dělení národních kuchyní dle zeměpisné polohy

	Oblast			
Evropa	východoevropská	severská	JZ Evropa	středoevropská
Asie	čínská	JV Asie	JZ Asie	
Amerika	jíhoamerická	severoamerická		

Zdroj: Fialová et al., 1967

Fakt, že hnutí SF vychází z historicky ověřených skutečností o národních kuchyních, můžeme najít například v knize Česká kuchyně (1987). Česká kulturní

kuchyně byla ovlivněna taktéž klimatickými podmínkami. Tyto se podílely na úrodě polí, zahrad, darech řek a lesů. Výsledkem byla mnohotvárnost a pestrost servírované stravy. V tomto směru nelze opomenout ani vliv vkladů hospodyň z různých částí území – Polabí, Slovácka, Podkrkonoší, Vysočiny, Beskyd či jihočeských blat. Záznamy českých kronik a lékařských knih seznamují s dějinami a rozmanitostí české kuchyně. Uvádějí vliv obilných polí, jako základ pro přípravu sladkých i slaných kaší, dvora jako producenta hrabavé a vodní drůbeže a spíže, jako zásobárny zavářeného, nasolovaného a do sádla ukládaného masa vepřového i skopového (Česká kuchyně, 1987).

Význam zahrady spočíval v pěstování a sklizni zeleniny, která plnila i funkci koření (celeru, petržele, pažitky, mrkve, cibule, česneku, ale i lístků kopřiv a libečku). V podzimním období přicházel čas sklizně úrody švestek (surovina pro povidla), ořechů, hrušek a jablek (příprava křížal). Z důvodu obliby zvěřiny v Čechách, nabyl na významu les. Pochoutkou se stala ryba, která byla jídlem nejen postním, ale i delikatesou. Důkazem je 15. a 16. století, kdy čeští stavitelé vybudovali rozsáhlé plochy pro pěstování ryb (Česká kuchyně, 1987).

Vliv na českou kuchyni a tradici měly také svátky křesťanského kalendáře, dožínky a vinobraní. Posvícení, křtiny, svatby byly společenskými akcemi, s vlastním společenským a stolovacím řádem. Velikonoční svátky jako svátky jara, přinášely na stůl nejen pečeně z jehňat a skopců, ale i sladké moučníky v podobě beránků. Hlavním velikonočním znakem v české kuchyni však bylo a do současnosti zůstalo vejce.

K jídlu patřilo i pití, proto je důležité zmínit jako tradici český sklep, preferující pivo a české víno (Česká kuchyně, 1987).

2.2.1.1 Producenti masa

V současné době se propaguje návrat k české kuchyni. Nastává však problém, který spočívá v dodávce kvalitních surovin pro přípravu tradičních českých pokrmů. Preferovány jsou suroviny od malovýrobců. Na trhu však převládají suroviny s původem velkoobchodů. Důvodem je nedostatek času a energie šéfkuchařů k vyhledávání kontaktů na malovýrobce (<http://www.slowfood.cz/o-nas>, staženo 18.12.2011).

Za dodavatele kvalitních surovin pro českou kuchyni označila SF firmu Šumavský Angus. Firma byla založena v roce 1997 u Nepomuka. Hlavní činnost – chov masného skotu – je vedena v kontrole ekologického hospodaření a v kontrole užítkovosti. Skot žije celý rok venku a do krmiv nejsou přidávány hormony. Cílem firmy je vytvářet přirozené hodnoty. Každodenní práce majitele a zaměstnanců preferuje kladný vztah k přírodě, životu a celému okolí. Výroba čistých surovin přináší gurmánské zážitky, které je možné vychutnat přímo v prostředí místní restaurace. Hovězí maso je nabízeno – pečené, restované, vařené a grilované na dřevěném uhlí. Použité suroviny jsou převážně z lokálních zdrojů, proto se tato restaurace stala prvním členem hnutí Slow Food Prague.

Maso uvedeného plemene Aberdeen Angus patří mezi nejoblíbenější hlavně pro přípravu steaků. Jeho kladem je kvalita, jemnost vláken, křehkost, šťavnatost. Vyniká jemným mramorováním (<http://www.angus-farm.cz/historie>, staženo 15.1.2012).

Výzkum zaměřený na kvalitu masa ukázal, že šťavnatost, jemnost a chuť masa patří k nejžádanějším spotřebitelským požadavkům. K faktorům ovlivňujícím chuť a kvalitu hovězího masa patří plemenná příslušnost, pohlaví, krmivo, manipulace, životní prostředí, hmotnost a věk skotu v době porážky. Dále plní důležitou roli při zpracování masa pH, teplotní režim, doba zrání, způsob tepelné úpravy. Při správném dodržení produkčních postupů je jistota nabídky kvalitního masa pro další kuchyňskou úpravu (Abstrakt, <http://agris.fao.org/>).

2.2.2 Prosazování místních produktů

Právě hnutí SF klade důraz na kvalitu a původ jídla. Jídlo má vycházet z tradic a místních podmínek, nemělo by procházet zbytečnými úpravami a transportem. V neposlední řadě je důležité jeho podávání a kultura stolování, aby nabylo zpět své důstojnosti a fungovalo jako společenský rituál (<http://www.slowfood.cz/o-nas>, staženo 15.1.2012).

Čerstvá zelenina přepravovaná přes půl Evropy má podstatně méně živin, než zelenina mražená. V současné pestré nabídce potravin ze všech částí světa je důvod sáhnout právě po bramborách z Vysočiny, mrkvi z Polabí, rajčatech z Hané, třeboňském kapru, moravském víně či drůbeži z Vodňan. Důvodů je několik:

- Čerstvost – potraviny nejsou k zákazníkům transportovány na velké vzdálenosti. Expedovány jsou přímo od producenta, neprošly tedy zbytečnými překládkami a střídáním skladovacích ploch.
- Vůně a chuť – česká jablka, okurky a rajská jablka dozrávají přirozeným způsobem. Ovoce a zelenina ze zahraničí se sklízí ne zralé a dozrávají po cestě v kamionech či v dozrávárnách za chemického ošetření. To je negativem pro vůni, chuť a obsah vitamínů.
- Tradice – generace předků byly konzumenty produktů českého zemědělce.
- Ekologie – s každým plátkem masa, litrem mléka nebo bramborou z dovozu je spojená zbytečná spotřeba pohonných hmot.
- Investice do nás – zemědělství je největším zaměstnavatelem obyvatel venkova.
- Naše země – otázka, jak by naše země vypadala bez péče zemědělců.
- Zdravý rozum – celé generace půdu kultivovaly. Česká země je domovem, což si zaslouhuje odpovědný přístup
(<http://www.ekofarmatumaborotin.cz/clanky/agroekologie/ceske-potraviny/potraviny-vybirejte-rozumem-a-srdcem.html>, staženo 19.3.2012).

2.2.2.1 Regionální potraviny

Typickým příkladem místních produktů jsou regionální potraviny. S funkčností systému produkce regionálních potravin má spotřebitel možnost nákupu kvalitních, chutných, tradičních i speciálních potravin.

S regionálními potravinami je spojena ARZ (Asociace regionálních značek, o.s.). Jedná se o sdružení českých a moravských regionů, které zavedly značku pro místní produkty. Význam značky spočívá především v možnosti oslovení zákazníka. Uvedeným způsobem se spotřebitel seznamuje s místními producenty a jejich cíly. Regionální značky jsou udělovány řemeslným výrobkům, potravinářským, zemědělským a přírodním produktům. Kromě místního původu se přikládá velký význam ochraně životního prostředí a kladnému vztahu ke konkrétnímu regionu. Značka má velký význam jako reklama pro návštěvníky regionu, ale především je přínosem při navazování kontaktů uvnitř regionu

a pro vzájemnou podporu funkčnosti asociace. Aktuální počet držitelů certifikátů je 400 a toto číslo vypovídá o velkém zájmu o udělení značky. Na obrázku č. 3 je mapa s oblastmi držitelů certifikátů (Čadilová, 2011).

Obrázek č. 3 Asociace regionálních značek, o.s. v České republice



Zdroj: <http://www.regionalni-znacky.cz>, staženo dne 1.2.2012

Pro malé, střední pěstitele a výrobce (do 250 zaměstnanců) probíhá soutěž Regionální potravina každoročně. Producent se soutěže účastní na základě odeslané přihlášky. Výrobek hodnotí sedmičlenná komise. V případě úspěchu získává producent právo využívat značku marketingu Regionální potravina po dobu šesti let. V roce 2011 byla tato cena udělena 99 výrobcům. Mezi úspěšné producenty v Jihočeském kraji se nově řadí např.: MAUZ – výroba s.r.o., AGRO-LA, spol. s r.o., Marek Baštýř – pečivo, POLANSKÝCH, s.r.o, Lihovar Lžín, spol. s r.o., Zemědělský podnik Malše a.s. a další (<http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/>).

2.2.2.1.1 BIO výrobky

Mezi oceněné výrobky regionálních potravin patřily v roce 2011 také BIO výrobky. V kategorii masných výrobků lze uvést Selskou paštiku z rodinného řeznictví U Kusáků. V kategorii mléčných výrobků získal cenu BIO ovčí jogurt Josefa Pulíčka a známý BIO selský jogurt firmy Hollandia Karlovy Vary, a.s. (<http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/regionalni-potraviny/zlinsky-kraj/selska-pastika.html>, staženo 14.2.2012).

Ekologické zemědělství má v ČR dlouholetou tradici. Ke konci roku 2009 hospodařilo v ČR 2 689 ekologických zemědělců a 501 výrobců biopotravin. Během roku 2009 se počet ekologických sadařů a vinařů zvýšil. Ekologicky obhospodařovaná půda stanula na čísle 398 407 ha, jak dokazuje tabulka č. 2. Cílem pro ekologické zemědělství je jeho desetiprocentní zastoupení na celkové ploše (ÚZE, 2009).

Tabulka č. 2 Vývoj struktury půdního fondu v ekologickém zemědělství ČR

Plochy	Výměra 2008		Výměra 2009	
	ha	%	ha	%
Orná půda	34 990	10,3	44 906	11,3
Trvalé travní porosty (TTP)	278 913	82,3	329 232	82,6
Trvalé kultury – vinice	408	0,1	645	0,2
Trvalé kultury – sady	2 777	0,8	3 678	0,9
Ostatní plochy	21 634	6,4	19 946	5,0
Celkem	338 722	100	398 407	100

Zdroj: Majerová J., 2009

Velkovýrobci potravin preferují především vzhled, trvanlivost a cenu:

vzhled – zvýraznit,

trvanlivost – prodloužit,

cena – minimalizovat.

Konvenční zemědělství a na něj navazující zpracovatelský průmysl užívá velké množství chemických prostředků. Nestříkané, chemicky neošetřované ovoce a zelenina nevyhlíží vždy zcela ideálně, ale chuťově je bezkonkurenční. BIO maso má jiné fyzikální vlastnosti a je vyprodukováno přirozeným způsobem chovu. Zájemců o BIO potraviny přibývá. Pro spotřebitele existují dvě možnosti. První je vyhledat obchod, kde požadované zboží ve speciálním koutku nabízejí. Druhou možností je objednávka přímo u farmáře (Puls, 2007).

Spotřebitel je při pořizování komodit ovlivněn vztahem k samotné přírodě. Jak dokazuje tabulka č. 3, konvenční produkci upřednostňuje jedinec preferující především své zájmy. V případě BIO přístupu je rozhodující zodpovědnost.

Tabulka č. 3 Charakteristika konvenčního a ekologického chápání vztahu člověka k přírodě. (podle Dlouhého, 1981)

Konvenční	Ekologické
Antropocentrismus (člověk středem všeho)	Člověk je nedílnou součástí přírody
Vláda nad přírodou	Shoda s přírodou
Žádná morální odpovědnost vůči přírodě	Morální a etická odpovědnost vůči přírodě
Příroda je jen zdroj surovin	Příroda má vlastní přirozenou hodnotu
Exploatace (využití)	Ochrana

Zdroj: České biopotraviny, 1994

2.2.3 Podpora malých, středních výrobců a zemědělců

Jedním z hlavních bodů programu SF je podpora malých a středních producentů. Zemědělci, prodejci, zpracovatelé v případě odbytu výrobků mohou zajistit další pracovní příležitosti. Regionální potraviny hrají důležitou roli v podpoře drobných výrobců a zemědělců. Většina vyspělých států podobné programy již léta praktikuje (<http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/>). Příkladem je Společná zemědělská politika (SZP) Evropské unie. Jde o systém dotací a programů pro potravinovou soběstačnost EU, zajištění životní úrovně zemědělců a dalšího rozvoje venkova

(http://cs.wikipedia.org/wiki/Spole%C4%8Dn%C4%9Bd%C4%9Blsk%C3%A1_politika, staženo 12.3.2012).

Drobná a střední forma produkce přináší pozitiva ve formě nových pracovních příležitostí, energetické úspornosti, rozvoje místních ekonomik, zalidnění venkova a využití marginálních oblastí. Až do roku 2014 bude docházet v SZP k mnoha reformám, ovlivňujícím budoucnost Evropské unie. Jedná se především o problematiku krize životního prostředí, ekonomiky a zaměstnanosti v zemědělství. SF se proto svojí účastí na diskuzích o SZP rozhodlo podpořit vznik a existenci udržitelnější evropské zemědělské politiky (<http://www.slowfood.cz/novinky/slow-food-zahajil-kampan-za-budoucnost-evropske-unijni-zemedelske-politiky>, staženo 3.3.2012).

Podle Fuksy (2011) vyplývají základní nástroje pomoci našim zemědělcům ze dvou pilířů Společné zemědělské politiky EU, tj. ve formě podpory podnikům a politikou rozvoje venkova. Oba pilíře jsou důležité a přinášejí pozitiva pro konkrétní oblasti. Přímá podpora zemědělských podniků je zajišťována hlavně z finančních prostředků Evropské unie. Jedná se o jednotné platby na plochu zemědělské půdy (SAPS). Další dotace mohou zemědělci čerpat v rámci Programu rozvoje venkova, který patří mezi nejefektivněji čerpané programy z evropských fondů v ČR, a to i v porovnání s ostatními členskými státy. Existují i národní dotace, které zemědělská politika vyhodnotila jako důležité a zasluhující další podporu (Venkov, 2011).

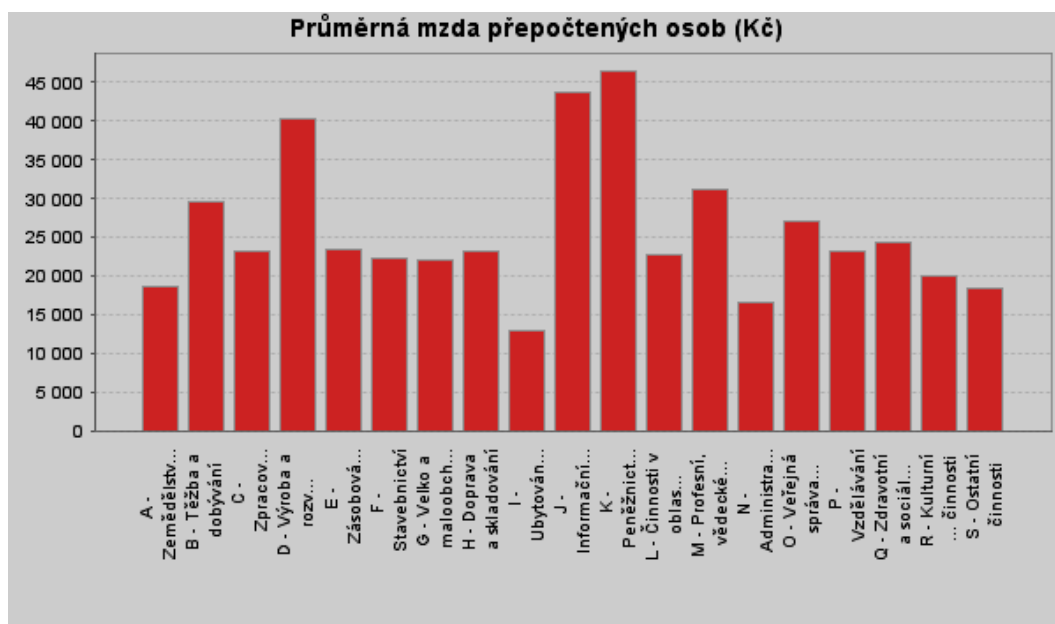
K otázce SZP, rozdělování dotací a existenci pilířů vydalo svůj názor i SF. Uvedlo, že v případě pravidel SZP nedochází k rovnoměrnému rozdělení finančních zdrojů „prvního pilíře“. Podle SF je rozdělování mezi výroby, zemědělské podniky (drobné, střední, velké) a mezi různé členské země nerovnoměrné (http://www.slowfood.com/filemanager/official_docs/position_pac_cec.pdf?session=query_session:42F94710032d40C79EGq50CADAFa, staženo 25.2.2012).

2.2.3.1 Zaměstnanost

Dalším z důvodů, proč upřednostňovat regionální potraviny je podpora zaměstnanosti v konkrétním regionu. Podle Českého statistického úřadu, byla prvním pololetím roku 2009 mzda v oboru zemědělství, lesnictví a rybářství 16 568,- Kč

a zaostávala za průměrnou mzdou v celé ekonomice téměř o 6 000,- Kč. Hůře na tom jsou jen zaměstnanci administrativy, podpůrné činnosti a ubytování, stravování a pohostinství. Ti však díky spropitnému pobírají ve skutečnosti výrazně více, než uvádějí statistiky. Pracovní příležitosti v zemědělství ubývají dlouhodobě. Například jen v roce 2008 ubylo 3,1 % zaměstnanců. Problémem je rostoucí průměrný věk zemědělců a nedostatečná generační obměna lidí v oboru. Realita souvisí s odchodem mladých lidí z venkova do měst. Graf č. 1 ukazuje výši mezd v různých odvětvích. Právě body A (zemědělství, myslivost, lesnictví) a B (rybolov a chov ryb) představují obory s nejnižšími příjmy zaměstnanců (<http://www.novinky.cz/kariera/182355-pocet-zamestnancu-v-zemedelstvi-letos-klesne-az-o-deset-tisic.html>, staženo 29.2.2012).

Graf č. 1 Zaměstnanci a průměrné mzdy podle odvětví (CZ-NACE) v České republice v roce 2010



Legenda:

A – Zemědělství, lesnictví, rybářství
 B – Těžba a dobývání
 C – Zpracovatelský průmysl
 D – Výroba a rozvod elektřiny, plynu
 E – Zásobování vodou (odpady, sanace)
 F – Stavebnictví
 G – Obchod, opravy motorových vozidel
 H – Doprava a skladování
 I – Ubytování, stravování, pohostinství
 J – Informační a komunikační činnosti
 K – Peněžnictví a pojišťovnictví
 L – Činnosti v oblasti nemovitostí
 M – Profesní, vědecké, technické činnosti
 O – Veřejná správa a obrana
 Q – zdravotní a sociální péče
 S – Ostatní činnosti

B – Těžba a dobývání
 D – Výroba a rozvod elektřiny, plynu
 F – Stavebnictví
 H – Doprava a skladování
 J – Informační a komunikační činnosti
 L – Činnosti v oblasti nemovitostí
 N – Administrativní a podpůrné činnosti
 P – Vzdělávání
 R – Kulturní, zábavní a rekreační činnost

Zdroj: ČSÚ

Jak uvádí Carlo Petrini (2011), zemědělská výroba v drobných a středně velkých formách využívá většího množství pracovních sil. Díky tomu přispívá k rozvoji zaměstnanosti. Jejím přínosem je energetická úspornost, udržitelný rozvoj místních ekonomik (včetně marginálních oblastí).

Pouze 7% zemědělců v Evropě je ve věku do 35 let. Do budoucna je nutné, aby zemědělství získalo důstojnost, zaručilo mladým lidem odpovídající příjem a stalo se pro další generace vyhledávanou životní volbou (<http://www.slowfood.cz/novinky/slow-food-zahajil-kampan-za-budoucnost-evropske-unijni-zemedelske-politiky>, staženo 20.11.2011).

2.2.4 Propojení výrobců a spotřebitelů

V plánech pro novou Společnou zemědělskou politiku uvádí SF jako důležitý bod podporu farmářských trhů se zemědělskými produkty. Přínosem označuje zakládání nákupních klubů spotřebitelů, spotřebu místních výrobků v hromadném stravování a jakékoli formy přímého prodeje (http://www.slowfood.com/filemanager/official_docs/position_pac_cec.pdf?-session=query_session:42F94710032d40C79EGq50CADAFa, staženo 16.2.2012).

2.2.4.1 Farmářské trhy

Jednou z možností propojení výrobců a spotřebitelů je konání farmářských trhů. Turturro (2011a) zveřejnila na internetových stránkách SF pozvánku na farmářské trhy v Praze. Jak uvádí, kromě možnosti nákupu kvalitních českých produktů v místě tržiště, mohou zájemci dostat informace o původu, přípravě, způsobu konzumace nabízených produktů, jakými jsou zelenina, víno, uzeniny, maso, sýry, pečivo,....(<http://www.slowfood.cz/pozvanky/farmarske-trhy-v-praze-az-do-silvestra>, staženo 3.3.2012).

Organizátoři akce farmářské trhy nabízejí možnost návštěv trhů: Kubáň, Náplavka, Jiřák v pravidelných termínech. Pro časově zaneprázdněné spotřebitele mají zajímavou nabídku. Nákup formou bedýnek.

Jako nabídka tržiště na stránkách (<http://www.farmarsketrziste.cz/horeca>, staženo 3.3.2012) jsou uvedeny:

- řezané čerstvé bylinky,
- zelenina (v sezóně bílý i zelený chřest),
- české sezónní ovoce,
- lesní plody (borůvky, brusinky, šípky),
- vejce z malých kvalitních chovů, biovejce,
- drůbež z malých chovů (i v BIO kvalitě),
- čerstvé i uzené maso (i v BIO kvalitě),
- české ryby,
- hovězí maso z farem (i v BIO kvalitě),
- med, mošty, domácí ovocné džemy (i v BIO kvalitě),
- čerstvé mléko a máslo (i v BIO kvalitě),
- tvarohy a sýry zrající i čerstvé (i v BIO kvalitě),
- nesířené sušené křížaly,
- ručně sbírané a sušené bylinky, léčivky,
- kvalitní pečivo (celozrnné, žitné apod.) – i v BIO kvalitě,
- cukrářské výrobky,
- levandule,
- řezané květiny.

2.2.4.2 Prodej formou bedýnek

Jedná se o další způsob propojení výrobce a spotřebitele. U zákazníků roste v současné době zájem o nákup čerstvě sklizené zeleniny či bio-zeleniny. Pro dodávky kvalitních produktů je nutná dobrá spolupráce pěstitele, velkoskladu a maloobchodníka. V České republice je zatím tato souhra nefunkční. Producenti proto zvolili novou alternativu prodeje – formou bedýnek. Zákazník nakupuje podle svých požadavků přímo od farmáře. Úkolem zemědělce je dodat vlastní výpěstky na dohodnuté odběrové místo, kde jsou odběrateli vyzvednuty. Obsah bedýnky závisí na uvážení farmáře. Většinou jsou v bedýnkách dodávány základní druhy zeleniny jako cibule, mrkev, petržel, brambory, letní jablka, paprika a fenykl. Za bedýnku o hmotnosti 6 kilogramů, je zákazníkovi účtováno zhruba 200,- Kč. Pro ekologické produkty doporučuje tento způsob prodeje i ministerstvo zemědělství. K velkému rozvoji „bedýnkového“ prodeje dochází především ve Velké Británii, Německu

a Rakousku. Zájemci oceňují rozmanitost. Někteří mají zájem o plodiny, jakými jsou tuřín, fenykl nebo červená řepa. Žádaný je zejména česnek, protože běžně se prodává většinou čínský. Největší zájem o „bedýnkový“ prodej je v okolí velkých měst, především v Praze. V hlavním městě ČR je známá Bio zahrada na pražských Vinohradech – odběrové místo pro zájemce o ekologickou zeleninu. Velkým kladem je skutečnost, že nákup přímo od farmářů je finančně výhodnější, než nákup v bio-obchodech nebo supermarketech. V České republice celkově, forma „bedýnkového“ hospodaření teprve začíná (<http://www.agroweb.cz/Zajem-o-prodej-v-bedynce-roste>, staženo 17.8.2011).

2.2.4.3 Kontakt výrobce a spotřebitele v zahraničí

Internetové stránky Gemüseките dokazují funkčnost systému „bedýnek“ v Německu. Jedná se o nabídku čerstvých a chutných potravin přímo od výrobců, kteří ve většině případů propagují ekologické zemědělství. Výběr dodavatelů je velký. Zákazník má možnost volit dodavatele podle regionu.

Uvedené oblasti a počet farmářů, obchodujících formou „bedýnek“:

Bádensko	18 dodavatelů
Bavorsko	13 dodavatelů
Berlín	1 dodavatel
Brandenbursko	4 dodavatelé
Brémy	0
Hamburg	2 dodavatelé
Hessensko	11 dodavatelů
Dolní Sasko	18 dodavatelů
Mecklembursko	1 dodavatel
Severní Porýní	21 dodavatelů
Porýní – Falc	8 dodavatelů
Sársko	1 dodavatel
Sasko – Anhaltsko	1 dodavatel

Sasko	3 dodavatelé
Šlesvicko – Holštýnsko	4 dodavatelé
Durynsko	1 dodavatel

V nabídce potravin od dodavatelů vede zelenina, ovoce, pečivo, vejce, saláty, byliny, jablečná šťáva, obilí, celozrnné těstoviny, mléčné výrobky, drůbež, víno, brambory, sýr, maso.

Zákazník se seznámí na internetových stránkách se sezónním kalendářem a může si vybrat z pestré aktuální nabídky komodit. Zastoupení v průběhu celého kalendářního roku zde mají produkty jako: celer, cikorka, čínské zelí, jehněčí salát, fenykl, kapusta, dýně, mrkev, kořen lopuchu, celer, pórek, mrkev, pastinák, petržel – kořen, romanescu, růžičková kapusta, červená řepa, červené zelí, černý kořen, celer, vodnice, topinambur, zelí, cibule.

Společně s bohatým sortimentem je nabízena zákazníkům i spolehlivá dodávková služba až ke dveřím domu (<http://www.gemuesekiste.de/index.cfm?page=kalender>, staženo 17.2.2012).

2.2.4.3.1 Obchodní řetězce

Jako opak propojení producenta a výrobce funguje mnoho obchodních řetězců. V současné době se lze setkat s případy, kdy spotřebitel nemá možnost u nakupovaných potravin zjistit konkrétního výrobce či místo původu. K těmto faktům se jako zápor přidává růst cen potravin.

Růst cen potravin nesouvisí se zlepšováním kvality, péčí o zákazníka, podporou domácí zemědělské produkce. Z diskuze účastníků:

- viceprezidenta svazu obchodu a cestovního ruchu, generálního ředitele SPAR M. Ditmara,
- předsedy zemědělského svazu ČR – M. Pýchy,
- náměstka ministra průmyslu a obchodu – B. Dandy,
- generálního ředitele Accom holding – J. Krajíčka,
- za veřejnost – zákazníka L. Vogla,
- pekaře a cukráře z Liberce – J. Bláhy,

za moderátorské asistence Michaely Jílkové v pořadu „Máte slovo“ (odvysílaném 16.2.2012, na ČT1) vyplynula vážná fakta, nad kterými je třeba se zamyslet při nákupu potravin.

Propagace regionálního zboží ČR supermarketky není často pravdivá. Nabízené potraviny jsou až z 35 – 40 % dovezené. Cena pro zákazníka je nevýhodná. Uveden případ: med v balení o hmotnosti 250 g je prodáván za cenu 36,90 Kč. Za kilogram medu od českého včelaře zaplatí zájemce maximálně 100,- Kč. Nejedná se však pouze o cenové znevýhodnění. Obal produktu neuvádí konkrétního výrobce a je označen písmem, které neodpovídá zákonnému označení potravin. Potraviny vyrobené v zahraničí jsou označeny českou vlaječkou, symbolem země původu.

Dalším bodem programu pořadu, zaměřeného na činnost obchodních řetězců, byly akce výhodného nákupu. Slevové akce zvyšují návštěvnost supermarketů. Zákazníci mají zájem o oblíbené zboží, které je nabízené za nižší cenovou relaci. Slevové akce však neuvádějí fakta přímé úměrnosti snižování cen a hmotností výrobků. Možnost nabídnout zákazníkovi produkt za minimální cenu lze realizovat i tlakem na výrobce. Výrobce musí přizpůsobit použité suroviny a výrobní postupy finančnímu rozmezí, které supermarket požaduje. Z toho důvodu aplikuje místo poctivých kvalitních surovin náhražky. (Uveden případ mléčných výrobků, u kterých jsou z finančních důvodů živočišné tuky nahrazovány rostlinnými.)

Jak uvedl Bláha (Máte slovo, 16.2.2012), rozvoji českého zemědělství a drobných podnikatelů brání nutnost hledat odběratele u velkoobchodních řetězců. Odběratelé si uvědomují své postavení a možnost odmítnout, pro ně cenově nevýhodné nabídky zboží. Producenti jsou v tomto případě nuceni prodávat své výrobky za nízké ceny či pod cenu. Do budoucna se obávají dalšího tlaku supermarketů a tím finančních ztrát v podobě:

- plateb příspěvků na reklamní kampaně,
- zpětných bonusů,
- dodávek zboží řetězcům za minimální ceny.

Právě na prvovýrobce má velký vliv současné zvyšování cen pohonných hmot, energií a tím vstupních nákladů. Konečná salda vstupů a výstupů jsou

minusová. Není proto výjimkou, když drobní zemědělci a výrobci svoji činnost ukončí.

Dále Michaela Jílková citovala slova pana Dufka, který zveřejnil, že do ČR jsou dováženy produkty, které nesplňují kritéria na kvalitu. Přestože nejsou zdravotně závadné, obsahují suroviny jako peří, kůže, chrupavky (separáty). Uvedené zboží je v zahraničí neprodejně, proto se dostává prostřednictvím řetězců na trh ČR (Máte slovo, 16.2.2012).

2.2.5 Výběr potravin, informovanost konzumentů

Přestože je kontrole kvality potravin věnována pozornost, stále kontrolní orgány nacházejí případy více či méně závažných pochybení. Jednou z nejrizikovějších živočišných komodit je drůbeží maso. Například Státní veterinární správa od května 2011 do června 2011 zkontrolovala 200 zásilek drůbežního masa.

Do Polska bylo po kontrole vráceno 46 tun masa. Důvodem bylo zejména to, že zatímco chlazení drůbežního masa v ČR probíhá za pomoci vzduchu, v Polsku se využívá finančně méně náročné chlazení vodou (chlazení vodou přináší rizika, jakými je zvýšený počet výskytu salmonel). Dále z kontrolního šetření vyplynulo, že bylo zamraženo již maso zkažené – 3 tuny masa z Polska byly baleny při nevyhovující teplotě (SZIF, červen 2011).

2.2.5.1 Dovoz potravin

Současný potravinářský průmysl postupuje proti místnímu koloběhu a dováží potraviny ze vzdálených zemí. Tomuto vžitému režimu je možné se bránit. Řešením je nákup produktů, vyrobených z domácích složek. Je to způsob jak pomoci rozvoji místního potravinářského průmyslu. Pozitiva přináší dodržování těchto bodů:

- Nákup místních výrobků

Využít možnosti nákupu potravin, původem z místního zdroje. To je prevence zbytečného skladování, přepravy, rozvážení. Přínosem je úspora energie, pohonných hmot a administrativních nákladů.

- Dotazy (informovanost)
Zjistit, odkud pochází nabízené maso, jakými metodami chovu bylo maso vyprodukováno. Důležitá je podpora zemědělců, využívajících humánních chovných metod a zároveň jsou dodavateli do místních obchodů.
- Pročíst etiketu
Odkud zboží pochází. Upřednostňovat domácí značky, před zahraničními.
- Změna
Podpora místních obchodníků a prodeje místních potravin. Takových, které nezpůsobují ekologické škody (Seymour et al., 1993).

2.2.5.2 Vliv na nákup potravin

Důvodů, proč spotřebitel preferuje dovezené, často méně kvalitní zboží je několik. Vliv na nákup potravin má spotřebitelská cena, ceny ostatního zboží, služeb, dále úroveň příjmů, nabídka a dostupnost na trhu, reklama a zdravotní výchova. Spotřebitelé jsou teoreticky rozděleni do 4 sociálních skupin – zaměstnanci, zemědělci, samostatně činní a důchodci. V každé kategorii platí jiná pravidla nákupů (Štíková et al., 2006).

2.2.6 Přístup k životnímu prostředí

Pod kladným přístupem k životnímu prostředí si SF nepředstavuje pouze produkci BIO výrobků, ale hlavně záchranu biodiverzity, ochranu vodních zdrojů a úrodnosti půdy, recyklovatelnost obalů, opětovné využití zdrojů. Půda je základ zemědělské výroby, proto její ochrana zabezpečuje úrodnost. V tomto případě je nutné uvést význam udržení organické hmoty ve správném poměru, zachování edafonu, ochranu proti vodní a větrné erozi, zabránění kontaminace škodlivými látkami.

SF nesouhlasí s průmyslovým zemědělsko–potravinářským modelem, který je příčinou krize životního prostředí. Uvedený model vyčerpává přírodní zdroje (vodu, půdu, lesy) a prosazuje nadužívání chemických hnojiv, pesticidů a plastových materiálů. Proto je nutné podporovat zemědělsko–potravinářské systémy šetrné k životnímu prostředí. Tomu se lépe přizpůsobí drobné a středně velké formy

zemědělské produkce. Agroekologie je přínosem pro celou společnost a podle toho by měla být také SZP ohodnocena (http://www.slowfood.com/filemanager/official_docs/position_pac_cec.pdf?session=query_session:42F94710032d40C79EGq50CADAFa, staženo 25.2.2012).

Kladným agroekologickým postupem je i rozumné využívání půdy. Tím se rozumí její zpracování, zavlažování a vodní režim, optimalizované střídání plodin, použití vhodných hnojiv a ochranných prostředků v rozumné míře. Nutno připomenout význam protierozních opatření, která mají vliv na kvalitu a kvantitu vodních zdrojů. V současné době je velký problém s rozšiřováním obytných aglomerací v okolí měst a obcí, na úkor zemědělské půdy. Všechny uvedené postupy mají vliv nejen na agro – oblasti, ale i na kvalitu života obyvatel (<http://eagri.cz/public/web/mze/zivotni-prostredi/ochrana-pudy/>).

Právě půda, jako základní výrobní prostředek v zemědělství je v současné době ohrožena erozí (Tabulka č. 4). Eroze zbavuje půdu produkční schopnosti. Ministerstvo zemědělství tuto problematiku řeší standardy GAEC 1 (opatření na ochranu půdy na svažitých pozemcích) a GAEC 2 (zásady pěstování vybraných hlavních plodin na erozně ohrožených půdách). Rozumný způsob hospodaření, využívání šetrných metod a použití protierozního opatření jsou nástroje pro trvalou úrodnost půdy (Fuksa, 2011).

Tabulka č. 4 Míra ohrožení vodní erozí v ČR

Ohrožení vodní erozí	Velmi slabé	Slabé	Střední	Silné	Velmi silné	Extrémní
Smyv půdy [t.ha ⁻¹ .rok. ⁻¹]	do 1,5	1,6-3,0	3,1-4,5	4,6-6,0	6,1-7,5	7,5 a více
% výměry zem. půdy	3	26	25	17	11	18

Zdroj: <http://eroze.sweb.cz/home.htm>, staženo 8.2.2012

2.2.6.1 Obalové materiály

V rámci diskuse o reformě unijní zemědělské politiky 2014, řekl zakladatel a prezident hnutí Slow Food Carlo Petrini: „Evropa potřebuje silnou společnou zemědělskou politiku, schopnou úspěšně řešit ekologické, sociální a ekonomické výzvy, před kterými stojíme. Z toho vyplývá:

- sladit vztahy mezi výrobcí a spotřebiteli,
- brát ohled na přírodní prostředí – biodiverzita,
- opětovné využití zdrojů,
- recyklovat obaly,
- využívat koloběhu zdrojů.“

(<http://www.slowfood.cz/novinky/slow-food-zahajil-kampan-za-budoucnost-evropske-unijni-zemedelske-politiky>, staženo 20.2.2012).

Jako obalový materiál je ve většině oborů, včetně potravinářství, zastoupen plast – umělohmotné talíře, lžice, jogurtové kelímky, plastové lahve, igelitové sáčky. S využíváním plastových materiálů se začalo v poválečné době v Americe. Důvodem byla potřeba dokonale zabaleného zboží, pro zvýšení poptávky po výrobcích a z toho vyplývající vyšší tržby. Již Lebow, významný marketingový odborník 50. let konstatoval, že hospodářství vyžaduje, aby se nakupování a používání zboží stalo rituálem a člověk hledal duchovní uspokojení ve spotřebě. Za tímto účelem je nutné, aby se obaly spotřebovávaly, pálily, obnovovaly, vyměňovaly a vyhazovaly stále rychleji (Seymour, 1993).

Společnost GfK Panel Services Deutschland provedla pro firmu vyrábějící a propagující kartónové obaly průzkum, zaměřený na ekologicky šetrné obaly. Z hodnocení vyplynulo, že spotřebitelé preferují ekologickou šetrnost obalů:

- 75 % dotázaných považuje za klad recyklovatelnost obalů;
- 75 % dotázaných odmítá nákup zboží, na jehož zabalení bylo spotřebováno nepřiměřeně velké množství materiálu – například produkty balené současně jak do kartonových obalů, tak do plastových sáčků (<http://www.bioinfo.cz/zpravy/ekologicke-obaly-jsou-dulezite>, staženo 8.2.2012).

Na výstavě Země živitelka 2011 se představila zástupkyně výrobce obalů z nasávané kartonáže. Parlásková (2011), prezentantka firmy Huhtamaki Česká republika, a.s., jako host Slow Food, porovnála dva druhy obalů. Uvedla výhody a nevýhody odlišných druhů obalů, zobrazené v tabulce č. 5.

Tabulka č. 5 Výhody a nevýhody obalů

Papírové obaly	Plastové obaly
Větší odolnost proti nárazům a tlakům	„Tvrdé“ nárazy a tlaky
Absorpce kondenzující vody	Srážení vody, kapky
Kompostované = šetří neobnovitelné zdroje	Přítež pro obnovitelné zdroje
Z recyklovatelného papíru	Z nerecyklovatelných surovin
Krátká doba rozkladu	Nerozložitelnost
Při výrobě úspora dřeva, energií, vody	Při výrobě spotřeba energií
Přírodní produkt → do přírodního materiálu	Znečištění životního prostředí
Neprůhlednost obalu → nečitelné informace na skořápce	Průhlednost obalu → čitelné informace na skořápce

Zdroj: Den SF, pavilon „Z“ - Země živitelka 2011

2.3 Slow Food a vzdělávání

Do budoucna je velice důležitá správná výchova mladých lidí. Slow Food přikládá velký význam vzdělávání dospělých i mládeže v oblasti kvalitního jídla a správného stravování. Právě proto otevřelo SF v Itálii, obci Bra, univerzitu. Sídlo univerzity se nachází ve stylové budově z 19. století. Studující se vzdělávají v oborech: historie kuchařství, analýza potravin, vinařství, agronomie, komunikace a marketing, antropologie.

Je možné univerzitu označit jako vzdělávací a výzkumný ústav, pro budoucí odborníky v oblasti gastronomie, distribuce, propagace, potravinové biodiverzity a udržitelného zemědělství.

Studium není omezeno pouze pro místní, ale možnost navštěvovat univerzitu mají i zájemci se složenou maturitní zkouškou mimo Itálii. V současné době v Bra studuje 300 studentů z celého světa.

Studium probíhá formou magisterského programu. Během přípravy na povolání mají studenti možnost účastnit se seminářů, konferencí, přednášek.

Cílem univerzity a studentů samotných je spojit zemědělskou tradici a produkci s moderní gastronomií (<http://www.slowfood.cz/medialni-zpravy/gastromove-maji-v-italii-svou-univerzitu-uci-se-o-kvalitni-vyzive>, staženo 2.3.2012).

2.4 Slow Food akce

Slow Food akce preferují snahu o zachování biodiverzity, podporují projekty na realizaci tradičních výrobních metod, zachování krajových specialit a tím udržení rovnováhy životního prostředí. Uznání a úctu projevuje SF prostřednictvím svých akcí především obyčejným lidem, drobným zemědělcům, výrobcům, pastýřům, rybářům (<http://www.scribube.com/limba/ceha-slovaca/FAST-FOOD-x-SLOW-FOOD7513288.php>, staženo 22.2.2012).

2.4.1 Slow Food poznávací zahraniční akce a aktivity

Akce SF, jak se představit veřejnosti, byl veletrh Slow Food 2010 Stuttgart. Veletrh je známý pod názvem „veletrh dobrých chutí“. Návštěvníci se prostřednictvím ochutnávky seznámili s originálními přírodními produkty, českým pečivem, moravským vínem, pivem z malých pivovarů. Znáмым českým produktem, který se zde představil, byly hořické trubičky. Požadavky na vystavované a nabízené potraviny jsou přísnější než „eko“ nebo „bio“. Účast vystavovatelů z ČR podpořilo i české ministerstvo zemědělství (<http://taborsky.denik.cz/ekonomika/na-veletrhu-se-predsta-vi--ceskych-vyrobcu20100414.html>, staženo 23.2.2012).

Mezi další akce patří:

Ve dvouletých cyklech uskutečňovaný festival v centru organizace SF – italském Bra. Věnuje se prezentaci světoznámých producentů, prodejců a hodnotitelů sýrů.

Obrázek č. 4 Logo festivalu v Bra (Itálie)



Zdroj: <http://www.slowfoodmoravia.cz/aktivita-a-akce.pdf>

Potravinářská a kulinářská akce, konaná SF každé dva roky v Turíně. Své výrobky vystavují a prezentují producenti z celého světa. Akce je zaměřena na tradiční potraviny jednotlivých oblastí.

Obrázek č. 5 Logo kulinářské akce v Turíně



Zdroj: <http://www.slowfoodmoravia.cz/aktivita-a-akce.pdf>

Setkání evropských vinařů v Toskánsku, důležité pro výměnu názorů a zkušeností, týkajících se produkce a udržení kvality vína.

Obrázek č. 6 Logo setkání vinařů v Toskánsku



Zdroj: <http://www.slowfoodmoravia.cz/aktivita-a-akce.pdf>

Terra Madre – článek spojující organizace, podporující rybnářství, udržitelné zemědělství, chov hospodářských zvířat se zachováním biodiverzity, kvality a chuti potravin. Propaguje protiklady globálního agropodnikání.

Obrázek č. 7 Logo setkání lokálních producentů a výrobců v Terra Madre



Zdroj: <http://www.slowfoodmoravia.cz/aktivity-a-akce.pdf>

Pořadatel SF uskutečňuje akci Slow Fish v Janově. Hlavním tématem je rybnářství a využívání potravinového bohatství oceánů. Řeší otázku tenčení zásob ryb a provozu udržitelného rybolovu.

Obrázek č. 8 Logo rybnářské akce v Janově



Zdroj: <http://www.slowfoodmoravia.cz/aktivity-a-akce.pdf>, staženo 4.3.2012

2.4.2 Akce SF v ČR

Na veletrhu Top Gastro představilo hnutí Slow Food projekt „Jídelna snů“ (Dream Canteen). Festival zaměřený na zlepšení stravování dětí v předškolních a školských zařízeních. V Křižíkově pavilonu B v Holešovicích, dne 10. 2. 2012 členové SF - šéfkuchaři Luigi Valenzano a Gianluca Giardi dokázali, že i jídlo ve školních jídelnách může být lahůdkou a současně odpovídat vyváženému stravování, splňovat pravidla SF. Při přípravě pokrmů využili čerstvé, regionální a sezónní suroviny (<http://www.slowfood.cz/medialni-zpravy/jidelna-snu-na-top-gastro>, staženo 26.2.2012).

Archiv MĚXUS (městské středisko kultury a sportu) Sezimovo Ústí uložil do archivu pozvánku na akci SF, která se konala 12. 11. 2011. Jak oznámila paní Krůčková, akce se vydařila. Uskutečnila se pod názvem Hra o jablko a nejlepší „Sezimácký štrůdl“. Průvodcem akcí byl Ing. Holub (SF Tábor). Představil organizaci Slow Food a seznámil účastníky setkání s programem, cíly SF. Pro rok 2012 se tato akce opět plánuje, tentokrát v říjnovém termínu (Krůčková, osobní sdělení, 2012).

V dubnu 2012 se bude konat v Brně odborná konference „Jídlo z blízka“. Cílem konference je seznámit veřejnost s místními gastronomickými tradicemi a regionálními produkty. Akce se zúčastní čeští i zahraniční odborníci z oblasti ekonomiky, kultury jídla, cestovního ruchu, podnikání. Přednáška bude spojena s ochutnávkou regionálních potravin. Celou akci organizuje Slow Food ve spojení s Jihomoravským krajem, za podpory DRING Consulting, Sonnentor, Lunchtime a Tradice Bílých Karpat.

Obrázek č. 9 Logo Jídla z blízka v Brně



Zdroj: <http://www.mojemedunka.cz/clanek.aspx/medunka-informuje/clanek/jidlo-zblizka>, staženo 5.3.2012

2.5 Stravování ve stylu fast food

Název fast food (FF) je anglický termín pro rychlé občerstvení. Jedná se o styl veřejného stravování, jehož hlavním znakem je rychlý výběr, prodej a konzumace pokrmu. Spotřebitel má možnost dělat dvě věci najednou. Při řízení automobilu, výkonu pracovních povinností se nasytí. Z toho vyplývá zisk časové rezervy.

Ve velkých sídlech městského stylu existoval tento typ stravování v nejstarších kulturách ve Středomoří, na Blízkém i Dálném východě. Moderní formou se FF představil poprvé před druhou světovou válkou v Kalifornii.

Styl stravování fast food přináší výhodu na straně provozovatelů v podobě minimální spotřeby energií, absence pomůcek k vaření a stolování, možnosti využití nekvalifikovaných pracovních sil. Zákazník, preferující tento styl stravování, kladně hodnotí časovou a finanční úsporu, dostupnost, dobrou chuť zakoupeného výrobku (http://cs.wikipedia.org/wiki/Fast_food, staženo 23.2.2012). Tabulka č. 6 srovnává SF a FF podle důležitých bodů.

Tabulka č. 6 Porovnání výhod a nevýhod provozoven SF a FF

	Výhody	Nevýhody
SF	<ul style="list-style-type: none"> - Pokrmy neobsahují chemické příměsi a dochucovadla (glutamáty) - Použity pouze kvalitní suroviny, které nepřišly do styku s chemickými látkami (hnojivy, herbicidy, aplikacemi hormonů) - Podpora maloobchodníků a tradic - Možnost zakoupení regionálních potravin 	<ul style="list-style-type: none"> - Vyšší ceny - Časově náročná příprava pokrmů
	Výhody	Nevýhody
FF	<ul style="list-style-type: none"> - Nízké ceny - Časová nenáročnost při přípravě pokrmů 	<ul style="list-style-type: none"> - 40% energie z tuků - Dlouhodobé používání tuků (jedna smažící lázeň na velké množství výrobků) - Velký glykemický index → nerovnováha glukózy - Nízký obsah vlákniny, bílkovin, vitamínů, minerálních látek - Velká rychlost konzumace

Zdroj: <http://www.scritube.com/limba/ceha-slovaca/FAST-FOOD-x-SLOW-FOOD7513288.php>, staženo 22.2.2012

2.5.1 Moderní způsob stravování

Nejznámějším a nejrozšířenějším produktem FF jsou hamburgery. Jedná se o opak místních a regionálních potravin. Příklad, o jaký typ výrobku jde, je následující:

Maso může být původem z anglického skotu. Skot je vykrmen kukuřicí a sójou z Brazílie, nebo z Thajska. Na housku upečenou v Anglii byla dodána pšenice z Ameriky. Tavený sýr vyroben v Holandsku, cibule vypěstována ve Španělsku, rajská jablka v Itálii. Smažené brambůrky z místních zdrojů, zabalené do skandinávského papíru. Recept k přípravě hamburgeru je americký.

V současné době funguje ve světě 40 000 prodejen hamburgerů. Z uvedeného množství patří 9000 firmě McDonald. Jak firma uvádí, výrobky jsou technicky dokonalé – velikost, váha, složky a obaly uniformní po celém světě. Obsluha prodejních míst je rovněž standardizována – čepice, košile, kalhoty bez kapes. Pokud by McDonald seřadil hamburgery prodané od roku 1955 do roku 1984, byl by výsledek - 100x kolem rovníku (Seymour, 1993).

Median (1999) se zabýval průzkumem návštěvnosti podniků rychlého občerstvení ve věkové kategorii 16-25 let (Graf č. 2).

Graf č. 2 Stravovací zvyklosti (četnost návštěv fast foodů) mladých lidí ve věku od 16 do 25 let



Zdroj: Diehl et al., 2001

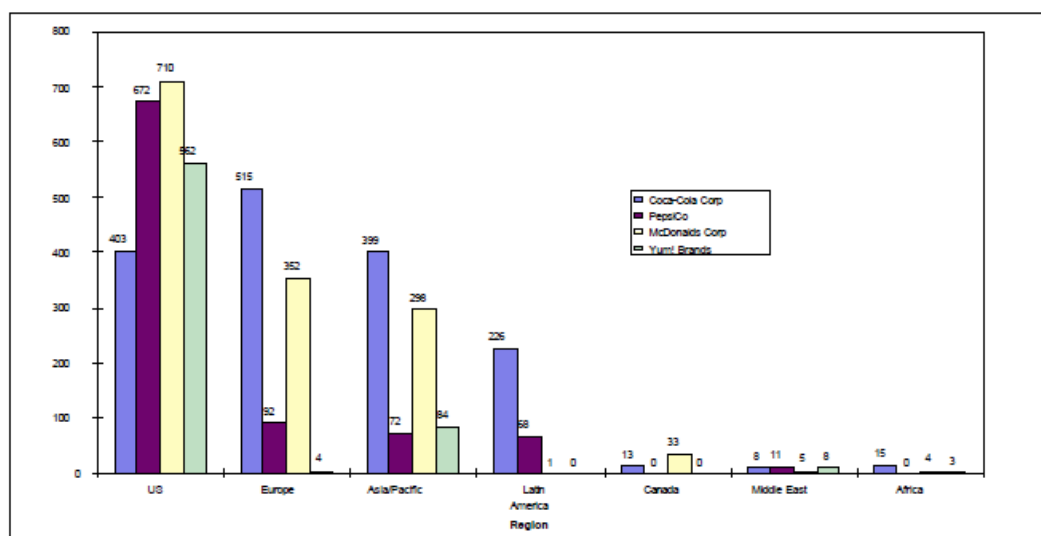
2.5.2 Význam reklamy

Zda reklama ovlivní jednání člověka, je dáno především osobní charakteristikou jedince. Jedná se o širokou škálu vlastností: temperament, schopnosti, získané zkušenosti, způsob výchovy, uznávané hodnoty, zájmy, potřeby jedince své návyky měnit (Vysekalová et al., 2000).

Funkcí obalu není jen ochrana potravin a přenos informací o výrobku. Pro marketingového pracovníka znamená obal investici, podílející se na výnosech. Spotřebitel je ovlivněn obalem v případě rozhodování, působí na emoce zákazníka prostřednictvím smyslů, především zraku. Má tedy i reklamní funkci. Reklama hraje důležitou roli v případě ovlivňování některých věkových skupin. Nejcitlivější na vnější podněty, reklamy, jsou dospívající ve věku 13 – 18 let. V souvislosti s napodobováním životního stylu svých vzorů, prosazováním vlastních názorů a hodnot se snaží získat pozici v kolektivu. Dnešní doba dětem umožňuje prostřednictvím médií, návštěvami supermarketů seznámení se světem produktů a značek. To má vliv na způsob nákupu v dalším období (Vysekalová, 2004).

Jako příklad uvádí graf č. 3 náklady na reklamní kampaň firmy Coca-Cola, PepsiCo, McDonald, Yum.

Graf č. 3 Regionální reklamní výdaje firem Coca-Cola, PepsiCo, McDonald a Yum za rok 2000



Zdroj: Health Organization, 2002

2.5.3 Životní styl současné doby

Před sto lety stravovací návyky a konzumované potraviny odpovídaly místním poměrům a možnostem. Lidé žili z vlastních výpěstků a z odchovaných hospodářských zvířat. Základem stravy bylo zrno. Přípravovala se čerstvá strava, konzumoval se domácí chléb. Žádané byly obilné kaše, fazole, brambory. Doba se změnila. Oblibu si získalo bílé pečivo. Oběd dnes sestává z přesoleného hamburgeru, přeslazené limonády. Večeře je řešena formou polotovarů či zakoupením hotového, např. mraženého produktu. Potravinářský průmysl se zaměřil na výrobu chuťovek, které jsou dodávány především do škol. Zde je žáci mohou zakoupit v místním bufetu nebo automatu.

Jak uvádějí Diehl et al. (2001) vyplývají z uvedeného způsobu stravování různé zdravotní problémy. Aktuálním problémem je obezita. Česká republika se přibližuje procentem obézních jedinců zemím, jakými jsou USA a Finsko (Tabulka č. 7).

Tabulka č. 7 Procento obézních lidí v populaci vybraných zemí

	Obézní muži (%)	Obézní ženy (%)
USA	20,0	25,0
Finsko	19,0	19,0
Německo	17,2	19,3
Anglie	17,0	20,0
Česko	16,3	20,2
Skotsko	15,9	17,3
Belgie	12,1	18,4
Španělsko	11,5	15,2
Švédsko	10,0	11,9
Dánsko	10,0	9,0
Francie	9,6	10,5
Nizozemsko	8,4	9,3
Itálie	6,5	6,3

Zdroj: Diehl et al., 2001

Studie, zaměřená na kvalitu produktů a služeb rychlého občerstvení se zaměřily na průzkum vztahu mezi kvalitou potravin, věrností a spokojeností zákazníků. Anketa byla spuštěna prostřednictvím dotazníků u filipínských obyvatel. Tiskopisy vyplnilo 400 náhodných strávníků rychlého občerstvení na různých místech Filipín. Ze závěrů analýz vyplynulo, že mezi zákazníky fast foodů je ve větším procentuelním zastoupení mládež, vysokoškoláci a občané zaměstnaní v blízkosti prodejen FF. Mezi zákazníky převažovaly ženy. V anketě spotřebitel budoval: příchut' a chuť, finanční částku, obsah živin, úpravu a balení, rozmanitost a dostupnost, systematické uspořádání a prodej, pocit kvality potravin, vliv na životní prostředí, rychlé dodávky a služby, atraktivnost a přístupnost místa prodeje. Ve finále byla jako nejdůležitější charakteristika volena kvalita a chuť jídla (<http://agris.fao.org/agrissearch/search/display.do?f=2002%2FPH%2FPH02018.xml%203BPH2002001529>, staženo 20.2.2012).

2.5.4 Vliv fast food na životní prostředí

Provozovatelé fast food jsou mezinárodní firmy s velkým vlivem na životní prostředí. USA, coby největší spotřebitel rychlého občerstvení, dováží převážnou část hovězího masa z farem ve Střední Americe. Hlavní zásobárnou masa pro McDonald je Kostarika, pro chov skotu nevhodná. Pastviny zde vznikají kácením velkých ploch lesa. Každoročně dochází k likvidaci 50 000 až 70 000 hektarů lesa. Z uvedeného postupu odlesňování dochází k erozi půdy, vymírání rostlinných a živočišných druhů. Strádají i místní malovýrobci. Neprodukují v takovém množství jako velké farmy, mají velkou potřebu pracovních sil a z toho důvodu zanikají. Lidé přicházejí o práci (Seymour et al., 1993).

3. METODIKA

Tato část bakalářské práce je zaměřena na lokalitu města Tábora v oblasti nákupních center Kaufland a Tesco, kde proběhla jednotlivá šetření. Uvedenou část města, na ulici Budějovická, jsem pro získání informací vybrala z důvodu provozu nákupní zóny a s tím související velké návštěvnosti zákazníků. Informace jsem získávala dvěma způsoby:

a) dotazováním

anketa – zjištění skutečnosti, na základě jakých ukazatelů spotřebitel nakupuje potraviny. Dotazníkové šetření proběhlo v supermarketu Tesco Tábor.

Dotazování proběhlo dvěma způsoby:

ANKETA 1

Vyplnění dotazníku „Podle čeho vybíráte potraviny?“

Respondenti – návštěvníci supermarketu Tesco.

DOTAZNÍK - „Podle čeho vybíráte potraviny?“

Dobrý den,

navštěvuji 3. ročník bakalářského studia Zemědělské fakulty JU v Českých Budějovicích. Obracím se na Vás s prosbou o spolupráci při zjišťování informací, podle jakého pravidla si spotřebitelé při návštěvě supermarketu vybírají potraviny. Dotazník je anonymní, není tedy nutný podpis. Žádám vás o pravdivé informace při jeho vyplňování.

Děkuji za čas věnovaný vyplňování údajů.

Jsem: žena **muž** (označte prosím křížkem)

Vzdělání:.....

Datum vyplnění: (den, měsíc, rok).....

Jak často nakupuji: (označte křížkem)

dle potřeby

každý den

- 3x týdně
- 1x týdně a méně

Dále prosím vyplňte samotný dotazník. Zakroužkujte pouze jednu odpověď.

Věk

- 10 – 20 let
- 21 - 50 let
- od 50 let

Při výběru potraviny mě nejvíce ovlivní:

- Chut' výrobku
- Cena
- Kvalita
- Původ
- Obal

Děkuji za Váš čas a ochotu. Přeji hezký den.

ANKETA 2

Náhodně oslovených respondentů jsem se dotazovala na znalost hnutí SF.

Dotaz: „Znáte hnutí Slow Food?“

b) sčítání návštěvníků fast food

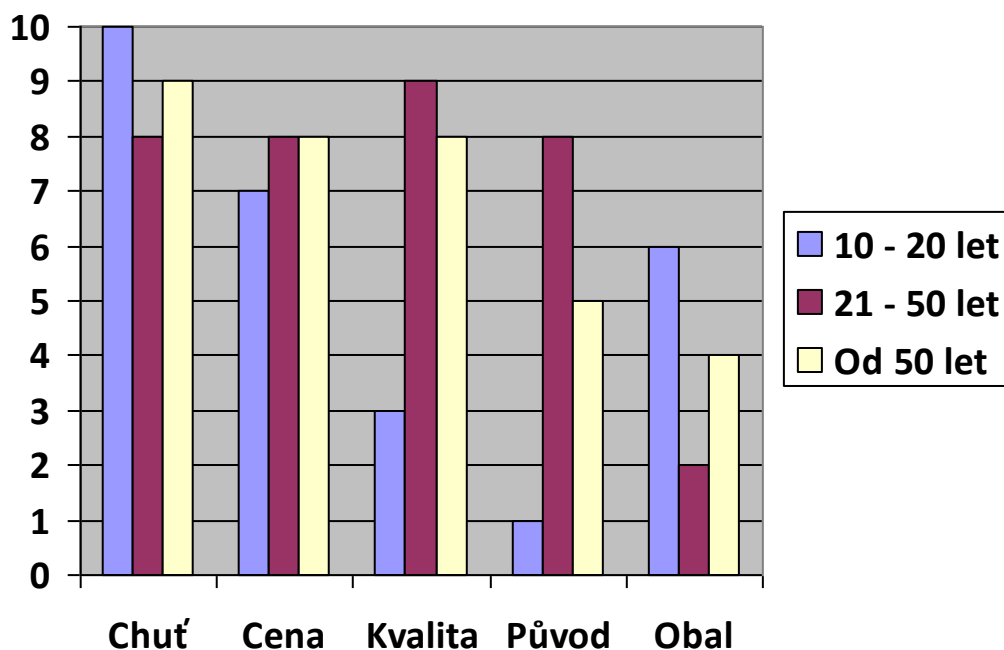
sčítání návštěvníků FF McDonalds Tábor (nákupní zóna – region Tesco – Kaufland), dne 16. 11. 2011. Nákup probíhá jak klasickým způsobem, tak i z automobilů. V tomto případě jsem se zaměřila pouze na nákupy z automobilů.

4. VÝSLEDKY

4.1 Výsledky dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření zaměřené na zjištění skutečnosti, jaké vlastnosti potravin preferují jednotlivé věkové kategorie.

Graf č. 4 Preference potravin podle věkových skupin



Z dotazníkového šetření vyplývá, že největší zájem o kvalitu a původ potravin má věková kategorie 21 – 50 let, na druhém místě jsou to spotřebitelé od 50 let. Naopak nejmladší věková skupina 10 – 20 let, preferuje při výběru potravin především chuť, cenu a obal. Původ a kvalita zboží není pro uvedenou věkovou kategorii rozhodující. Velká shoda věkových kategorií je v případě ceny a chuti. Až 80% zákazníků považuje cenu za jeden z rozhodujících bodů při výběru zboží. Právě tak chuť, která má vliv na rozhodnutí zákazníka v 90%.

4.2 Výsledky dotazování

Tabulka č. 8 „Znáte hnutí Slow Food?“

Zná - odpověděl	Neví (slyší poprvé)
1	14

Anketa 2 proběhla 15. 11. 2011 v Sezimově Ústí. Mnoho oslovených nemělo zájem se dotazníkového šetření účastnit. V případě respondentů jsem proto vybírala všechny věkové kategorie, převážně z místa bydliště. Dotazovanými byli pracovníci zdravotnictví, knihovníci, studenti a obchodníci.

Do kolonky Neví, byli zařazeni i respondenti, kteří z angličtiny termín SF přeložili, ale o existenci organizace a její činnosti nikdy neslyšeli. Z patnácti dotázaných znal správnou odpověď pouze jeden účastník.

4.3 Výsledky sčítání návštěvníků FF

Tabulka č. 9 Návštěvnost McDonalds Tábor

Věková kategorie	5 – 16 let	17 – 25 let	26 – 40 let	41 a více let
Počet obslužených	9	13	27	12

Sčítání návštěvníků MCDonalds jsem prováděla v nákupní zóně Tábor – Sezimovo Ústí, dne 16. 11. 2011, od 11 do 12 hodin. Čísla uvedená v tabulce platí pouze pro prodej u okénka.

Z tabulky č. 9 vyplývá, že nejčastěji využívala služby FF věková kategorie 26 – 40 let. Z této nejvíce zastoupené věkové kategorie, doby sledování (polední pauza) vyplývá, že místní FF slouží jako známé stravovací zařízení. McDonald funguje u silnice E55, kudy projíždí velké množství automobilů služebně. Pro jejich řidiče je bezpochyby pohodlným a časově nenáročným řešením - návštěva FF. Stravují se přímo v automobilu, za nízké cenové náklady. Druhou nejpočetnější skupinu návštěvníků tvořili mladí lidé ve věku 17 – 25 let, pro které je tento styl stravování aktuální. Zbývající věkové skupiny, 5 – 16 let a 41 a více let, přijížděli většinou společně. Jednalo se o rodiče a děti, cestující na víkend.

Na den 16. 11. 2011 a počet nakupujících, měl jistě vliv i prodloužený víkend, plus akce hamburger za 20,- Kč.

5. ZÁVĚR

Hnutí Slow Food má v současné době zastoupení ve více než 130 zemích. Díky aktivitě svých členů se s činností a programem neziskové organizace SF lze seznámit na akcích a výstavách konaných jak v ČR, tak v ostatních státech.

Slow Food v ČR je přínosem pro klidný životní styl, vážící si kultury stolu, tradic české kuchyně, s tím spojenou rodinnou pohodu a dobrou mezilidskou komunikaci. SF vede od dětského věku ve výchově ke kladnému vztahu k přírodě, její ochraně, k podpoře malých a středních producentů zemědělských produktů.

V případě realizace plánů SF by nedocházelo na trhu k prodeji potravin formou - kvantita na úkor kvality. Princip spočívá v programu SF produkovat vlastní komodity, s tím spojenou nižší nezaměstnanost a z toho vyplývající možnost nakupovat kvalitní, dražší tuzemské potraviny.

Dotazníková akce dokazuje, že zájem o kvalitní domácí potraviny stoupá od produktivního věku, kdy má jedinec již zvolený životní styl. Proto, aby se spotřebitel orientoval ve velkém množství dnes nabízených potravinářských produktů, je důležité další uskutečňování Slow Food akcí a tím seznámení konzumentů se samotnou organizací, jejím programem a kritérii hodnocení výrobků.

6. PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

- BOHMANOVÁ, A. *Umění stolovat*. Praha: Merkur, 1981. 07/25, 51-345-81.
- ČADILOVÁ, K. Asociace regionálních značek. *Doma v REGIONECH*, 2011, č.2
- DIEHL, H., LUDINGTONOVÁ, A., PRIBIŠ, P. *Dynamický život*. 2. vyd. Praha: Advent-Orion, 2001. 287 s. ISBN 80-7172-708-3.
- FIALOVÁ, J., BAYERLOVÁ, E., BOUKALOVÁ, V., FRIEDLOVÁ, J., KALOUSKOVÁ, M., KOVÁŘOVÁ, A., KRECHLEROVÁ, A., KUCHAROVÁ, M., MERHAUTOVÁ, E., NESTÁVAL, A., NOVOTNÝ, J., REJTHÁRKOVÁ, G. *Mezinárodní kuchařka*. Praha: Státní zdravotnické nakladatelství, 1967. 264 s. 735-21-08/31.
- FUKSA, I. *Venkov*. Praha: Ministerstvo zemědělství. 20 s., str. 4-5, MK ČR E 20386.
- FUKSA, I. Příručka ochrany proti vodní erozi, *Státní zemědělský intervenční fond*. Praha: Ministerstvo zemědělství. 56 s. ISBN 978-80-7084-996-5.
- HORÁK, D. Sousta s certifikátem. *Puls*. Praha: SANOMA MAGAZINES, 2007, č. 10. ISSN 1211 – 7404.
- JÍLKOVÁ, M. *Máte slovo*. Stoupají ceny potravin. TV, ČT 1, 16.2.2012. 20:55.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Česká kuchyně*. Praha: ARTIA, 1987. 232 s. 59-129-86 37-027-87 08/26.
- KRŮČKOVÁ, osobní sdělení, MĚXÚS Sezimovo Ústí, 27.2.2012.
- MAJEROVÁ, J. *Zpráva o stavu zemědělství ČR za rok 2009*. Praha: Ministerstvo zemědělství. 226 s. ISBN 978-80-7084-940-8.
- MOUDRÝ, J., PRUGAR, J. *České biopotraviny*. Praha: Nadace pro organické zemědělství, 1994. FOA, Ministerstvo zemědělství ČR v AGROSPOLJ.
- PARLÁSKOVÁ, Huhtamaki, osobní sdělení, Země živitelka, Č. Budějovice, 27. 8. 2011.
- SEYMOUR, J., GIRARDET, H. *Zelená planeta*. Praha: Mladá Fronta, 1993. 190 s. ISBN 80-204-0396-5.

- ŠTÍTKOVÁ, O., SEKAVOVÁ, H., MRHÁLKOVÁ, I. *Vliv změny cen na spotřebu potravin*. Praha: Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky Praha, 2006. ISBN 80-86671-31-3.
- TRŽNÍ INFORMAČNÍ SYSTÉM ČR: *Zpráva o trhu drůbežního masa*, Praha: Státní zemědělský intervenční fond, 2011, č. IX.
- TURTURRO, B. osobní sdělení, *Země živitelka*, Č. Budějovice, 27. 8.2011.
- VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 283 s. ISBN 80-247-0393-9.
- VYSEKALOVÁ, J., KOMÁRKOVÁ, R. *Psychologie reklamy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. 221 s. ISBN 80-247-9067-X.
- World Health Organization: *Globalization, Diets and Noncommunicable Diseases*, Printed in Switzerland 2002. 123 s. ISBN 924 1590416.
- *ZPRÁVA O STAVU ZEMĚDĚLSTVÍ ČR ZA ROK 2009*. Praha: Ministerstvo zemědělství. 226 s. ISBN 978-80-7084-940-8.

Internetové zdroje

- ABSTRAKT: *College, Laguna 4031*. Diliman, Quezon City (Philippines), May 2000. [online]. [cit. 2012-02-20]. Dostupné z: <http://agris.fao.org/agris-search/search/display.do?f=2002%2FFPH%2FFPH02018.xml%3BPH2002001529>
- BIO-INFO: *Ekologické obaly jsou důležité*. [online]. [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/ekologicke-obaly-jsou-dulezite>
- ČTK: *Pardubický perník a hořické trubičky bodovaly. Tábořský deník*. [online]. 2010 [cit. 2011-12-15]. Dostupné z: <http://taborsky.denik.cz/ekonomika/navelet trhu-se-predstavi--ceskych-vyrobcu20100414.html>
- ČTK: *Počet zaměstnanců v zemědělství letos klesne až o deset tisíc* [online]. 2009 [cit. 2012-02-29]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kariera/182355-pocet-zamestnancu-v-zemedelstvi-letos-klesne-az-o-deset-tisic.html>
- eAGRI: *Životní prostředí* [online]. 2011 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zivotni-prostredi/ochrana-pudy/>

- EKOFARMA TŮMA BOROTÍN: *Potraviny vybírejte rozumem a srdcem* [online]. 2011 [cit. 2012-03-19]. Dostupné z: <http://www.ekofarmatumaborotin.cz/clanky/agroekologie/ceske-potraviny/potraviny-vybirejte-rozumem-a-srdcem.html>
- FARMÁŘSKÉ TRŽIŠTĚ HO.RE.CA: *Všechny potraviny pocházejí výhradně z ČR* [online]. 2011 [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://www.farmarsketrziste.cz/horeca>
- GEMÜSEKISTE: *Saisonkalender für March* [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostupné z: <http://www.gemuesekiste.de/index.cfm?page=kalender>
- Historie. Angusfarm [online]. 2012 [cit. 2012-01-15]. Dostupné z: <http://www.angus-farm.cz/historie>
- REGIONÁLNÍ POTRAVINA: *O projektu.* [online]. [cit. 2012-02-14]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/>
- REGIONÁLNÍ POTRAVINA: *Selská paštika.* [online]. [cit. 2012-02-14]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/regionalni-potraviny/zlinsky-kraj/selska-pastika.html>
- SEIFERTO VÁ, E. *Bedýnkových systémů přibývá* [online]. Agroweb: 2010 [cit. 2011-08-17]. Dostupné z: <http://www.agroweb.cz/Zajem-o-prodej-v-bedynce-roste>
- SLOW FOOD: *Je tisíc důvodů, proč se k nám přidat* [online]. 2009 [cit. 2012-01-26]. Dostupné z : <http://www.slowfood.cz/o-nas>
- SLOW FOOD: *SLOW FOOD INTERNATIONAL STATUTE* [online]. 2007 [cit. 2012-03-11]. Dostupný z: http://www.slowfood.com/slowftp/eng/STATUTE_ENG.pdf
- SLOW FOOD: *Vstříc nové Společné zemědělské politice.* [online]. [cit. 2012-02-25]. Dostupné z: http://www.slowfood.com/filemanager/official_docs/position_pac_cec.pdf?-session=query_session:42F94710032d40C79EGq50CADAFA
- SLOW FOOD: *Výbor* [online]. 2009 [cit. 2011-12-20]. Dostupné z: <http://www.slowfood.cz/vybor>

- TROY, D. *Moderní přístupy k zvýšení kvality hovězího masa*, Tehnologija mesa (Srbsko), ISSN: 0494-9846. [online]. 2011 [cit. 2012-02-20]. Dostupný z: <http://agris.fao.org/agrissearch/search/display.do?f=2002%2FFPH%2FFPH02018.xml%3BPH2002001529>
- TURTURRO, B. *Jídelna snů* [online]. 2012 [cit. 2012-02-23]. Dostupné z: <http://www.slowfood.cz/medialni-zpravy/jidelna-snu-na-top-gas-tro>
- TURTURRO, B. *Slow Food zahájil kampaň za budoucnost evropské unijní zemědělské politiky* [online]. 2011 [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://www.slowfood.cz/novinky/slow-food-zahajil-kampan-za-budoucnost-evropske-unijni-zemedelske-politiky>
- TURTURRO, B., *Farmářské trhy v Praze až do Silvestra* [online]. 2011 [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: <http://www.slowfood.cz/pozvanky/farmarske-trhy-v-praze-az-do-silvestra>
- TURTURRO, B. *Gastronomové mají v Itálii svou univerzitu, učí se o kvalitní výživě* [online]. 2010 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.slowfood.cz/medialni-zpravy/gastronomove-maji-v-italii-svou-univerzitu-uci-se-o-kvalitni-vyzive>
- VÁCLAVÍK, V., BRONEC, V., HÁJKOVÁ, J. *FAST FOOD X SLOW FOOD* [online]. 2008 [cit. 2012-02-22]. Dostupné z: <http://www.scribube.com/limba/ceha-slovaca/FAST-FOOD-x-SLOW-FOOD7513288.php>
- VTÍPILOVÁ, K. *Jídlo zblízka. Meduňka*. [online]. 2012 [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.mojemedunka.cz/clanek.aspx/medunka-informuje/clanek/jidlo-zblizka>
- WIKIPEDIE: *Fast food* [online]. 2012 [cit. 2012-02-23]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Fast_food
- WIKIPEDIE: *Slow Food* [online]. 2012 [cit. 2012-02-19]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Slow_Food
- WIKIPEDIE: *Společná zemědělská politika* [online]. 2011 [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Spole%C4%8Dn%C3%A1_zem%C4%9Bd%C4%9Blsk%C3%A1_politika