

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2011

KAROLÍNA KOČOVSKÁ

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

KOMUNIKACE A LIDSKÉ ZDROJE

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Specifika značky Biopotravina z pohledu spotřebitele

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

Říjen/2011

JMÉNO A PŘÍJMENÍ / STUDIJNÍ SKUPINA

Karolína Kočovská / PKLZ 2

JMÉNO VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

RNDr. Ludvík Čichovský, CSc., MBA

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Prohlašuji tímto, že jsem zadanou bakalářskou práci na uvedené téma vypracoval/-a samostatně a že jsem ke zpracování této bakalářské práce použil/-a pouze literární prameny v práci uvedené.

Datum a místo:

podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Rád/-a bych tímto poděkoval/-a vedoucímu bakalářské práce za metodické vedení a odborné konzultace, které mi poskytl/-a při zpracování mé bakalářské práce.
Klepněte sem a zadejte text.

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

**SPECIFIKA ZNAČKY
BIOPOTRAVINA Z POHLEDU
SPOTŘEBITELE**

Specifics of organic food brand from a consumer perspective

Autor: Karolína Kočovská

Souhrn

Tato bakalářská práce se v teoretické části snaží popsat a objasnit problematiku týkající se ekologického zemědělství, biopotravin a biovýrobků. Konkrétně popisuje značení potravin, veškerou legislativu zabývající se tímto tématem, postup pro získání certifikace biopotravin a biovýrobků. V neposlední řadě popisuje rozdíl mezi konvenční potravinou a biopotravinou. Analytická část práce se v první polovině zabývá srovnáním cen bio jogurtů v obchodních řetězcích: Globus, Interspar, Billa, Albert hypermarket, Tesco, Coop, Penny market, DM drogerie a Rossmann. Ze specializovaných prodejen je to Country life a Albio. Nejvíce druhů jogurtů nabízí obchodní řetězec Globus, na druhém místě se umístilo Tesco a na třetím Billa. Druhá polovina analytické části práce se zabývá označováním biopotravin v obchodech, reklamními upoutávkami na tyto výrobky, a také tím jestli v obchodech mají informační a osvětové materiály. Nejlépe dopadly obchody DM drogerie, Interspar a Globus. Mají ve svých prodejnách biokoutky a jasně odlišené biopotraviny v regálech od konvenčních. V obchodech jsou reklamní akce, ale pouze na výrobky své vlastní značky. V reklamních letáčích jsou slevové akce na bio. V některých i pravidelně.

Summary

This thesis is the theoretical part of trying to describe and clarify issues relating to organic farming, organic food and organic products. Specifically describes the labeling of foods, all legislation dealing with this issue, the procedure for obtaining certification organic food and organic products. Finally, describes the difference between conventional food and organic food. Analytical part of the work in the first half of the deals by comparing prices of organic yogurt in chain stores: Globus, Interspar, Billa, Albert hypermarket, Tesco, Coop, Penny Market, DM drugstores and Rossmann. Of specialized shops is Country Life and Albio. Most types of yogurt offers retail chain Globus, in second place, ahead of Tesco and the third Billa. The second half of the analytical work deals with the labeling of organic foods in stores, advertising trailers for these products, and also by whether the stores have information and educational materials. Top stores fell DM drugstores, Interspar and Globus. They have in their stores and clearly differentiated biokoutky organic food on the shelves of conventional. The stores are advertising the event, but only on their own brand products. The advertising flyers are discount events at the bio. Some even regularly.

Klíčová slova:

Biopotravina, bio výrobek, ekologické zemědělství, bioznačení, bio jogurt.

Keywords:

Organic Food, Organic product, organic farming, Ecolabelling, Organic yogurt.

JEL Classification:

Q000 – Agricultural and Natural Resource Economics, Environmental and Ecological Economics: General

M000 – Business Administration and Business Economics, Marketing, Accounting: General

M390 – Marketing and Advertising: Other

Obsah

1 Úvod.....	1
2 Teoreticko-metodologická část práce.....	2
2.1 Historie ekologického zemědělství.....	2
2.1.1 Ekologické zemědělství.....	3
2.2 Funkce značky	4
2.2.1 Ekoznačení.....	5
2.3 Charakteristika biopotravin, legislativa	8
2.3.1 Legislativa	9
2.4 Přehled značek biopotravin v EU	10
2.5 Certifikační řízení pro získání značky BIO, kontroly	12
2.6 Rozdíl mezi konvenční potravinou a biopotravinou.....	16
3 Metodologický identifikace BIO v komoditním spektru	20
4 Analytická část	21
4.1 Představení komoditní řady v supermarketech, hypermarketech, malých prodejnách a na farmářských trzích	25
4.2 Identifikace BIO, Jak jsou prezentovány Bio výrobky v obchodech.....	31
5 Závěr.....	36
Literatura.....	37
Přílohy	

Seznam zkratk

AB	Biologické zemědělství (Agriculture biologique)
AIAB	Italská asociace pro ekologické zemědělství
ALOA	Asociace lotyšského ekologického zemědělství
ČIA	Česká instituce pro akreditaci
ČZPI	Česká zemědělská a potravinářská inspekce
EH	Evropské hospodářství
EHS	Evropské hospodářské společenství
EPOS	Spolek poradců ekologických zemědělců
EZ	Ekologické zemědělství
FOA	Nadační fond pro ekologické zemědělce
IFOAM	Mezinárodní federace hnutí ekologického zemědělství
IOBC	Mezinárodní organizace pro biologickou regulaci
IOFGA	Irská asociace ekologických zemědělců a pěstitelů
KEZ	Kontrola ekologického zemědělství
MZe ČR	Ministerstvo zemědělství České republiky
PRO-BIO	Svaz producentů a zprostředkovatelů biopotravin
SVS	Státní veterinární správa
ÚKZÚZ	Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský

Seznam tabulek

Tabulka 1 Vyplacené finanční prostředky na EZ v letech 1998 - 2003.....	2
Tabulka 2 Přehled značek biopotravin v Evropě	11
Tabulka 3 Počet certifikovaných podniků a výrobců biopotravin	14
Tabulka 4 Počet podniků, se kterými mají kontrolní subjekty smlouvu.....	16
Tabulka 5 Počet provedených kontrol.....	16
Tabulka 6 Rozdíl cen biopotravin a konvenčních potravin	19
Tabulka 7 Potraviny s nejnižším cenovým rozdílem a největším rozdílem.....	19
Tabulka 8 Podíl na trhu dle odbytového místa v letech 2006-2008.....	22
Tabulka 9 Vývoj obchodů s biopotravinami 2005-2009.....	25

Seznam grafů

Graf 1 Počet biopotravin v jednotlivých MO řetězcích	23
Graf 2 Vývoj počtu položek v kategorii mléka a mléčných výrobků	24
Graf 3 Počet produktů v jednotlivých obchodech v září 2010.....	26

Seznam obrázků

Obrázek 1 Označování biopotravin v obchodě Billa	32
Obrázek 2 Označování biopotravin v obchodě Tesco.....	33
Obrázek 3 Označování biopotravin v obchodě Albert hypermarket.....	33
Obrázek 4 Označování biopotravin v obchodě Interspar	34
Obrázek 5 Označování biopotravin v obchodě DM drogerie	35
Obrázek 6 Označování biopotravin v obchodě Penny Market.....	35

1 Úvod

Ekologické zemědělství, biopotraviny a biovýrobky jsou v poslední době čím dál tím více používaná slova. Je spousta lidí, kteří tomuto stylu zemědělství stále nedůvěřují, mají pochybnosti o původu bio. Z výzkumů vyplívá, že lidé nevědí, jak s jistotou poznají výrobky bio, jak se značí ani co má nebo může obsahovat. Nebo naopak co nesmí obsahovat.

Pro svoji bakalářskou práci jsem si vybrala téma biopotravin s bližší specifikací na bio-jogurty, z důvodu nejen rostoucí popularity, ale i z vlastního zájmu o tento sortiment. Nabídka biopotravin a biovýrobků se neustále rozšiřuje a zahrnuje tyto typy potravin: maso a masné výrobky, mléko a mléčné výrobky, nápoje, ovoce a zelenina, pečivo a jiné. V práci se ovšem zaměřuji pouze na část kategorie mléka a mléčných výrobků.

V teoretické části se budu snažit popsat a objasnit problematiku ekologického zemědělství, certifikace potravin a výrobků a následně zjistím podmínky značení biopotravin a výrobků. Také samozřejmě neopomenu legislativu týkající se tohoto tématu.

Účelem analytické části práce bude zjistit sortiment prodávaných bio jogurtů v obchodních řetězcích a specializovaných prodejnách. Mezi sledované obchody patří: Tesco, Albert hypermarket, Interspar, Globus, Billa, Penny market, Kaufland, Coop, DM drogerie, Rossman. Prodejny jsem vybírala podle toho, jestli nabízejí sortiment bio výrobků a biopotravin. Ze specializovaných prodejen to byl obchod Country life a Albio. U vybraného sortimentu budu zjišťovat přímo v obchodech ceny těchto produktů, které srovnám s cenami v jednotlivých prodejnách. Tímto způsobem bych chtěla zjistit, jaký řetězec nabízí bio jogurty nejlevněji. Dále budu v obchodech sledovat označování biopotravin v regálech popřípadě označování biokoutků, reklamní materiály v obchodech, nabídky v letácích, informační a osvětové materiály. A také to jestli obchodní řetězec nabízí svoji vlastní značku.

2 Teoreticko-metodologická část práce

2.1 Historie ekologického zemědělství

Takzvané „jiné zemědělství“ se v Evropě datuje od roku 1924, kdy Dr. Rudolf Steiner specifikoval zásady organického zemědělství. Samozřejmě ještě nebyla řeč o dnešním organickém zemědělství. Tehdejší název byl „biologicko-dynamický“ neboli biodynamický. V České republice se používalo více názvů, jako třeba alternativní, organické, biologické zemědělství. Nakonec se ustálil název „ekologické zemědělství“. V roce 1972 byla založena asociace IFOAM – mezinárodní asociace ekologického zemědělství. Začínala s pěti členy. Na počátku 21. Století sdružuje 750 organizací ekozemědělců. V roce 1995 byl český systém kontroly a certifikace akreditován IFOAM. Akreditace byla zrušena ze strany Ministerstva zemědělství v roce 1997. Na podzim roku 2000 bylo opět akreditační řízení zahájeno. V Ekologické zemědělství, tak jak ho známe dnes, přinesla devadesátá léta 20. Století. V červnu 1991 bylo schváleno Radou Evropské unie nařízení č. 2092/91 o ekologickém zemědělství. V roce 1990 začaly státy přidělovat dotace ekologickým zemědělcům. Dotace byly udělovány až do roku 1992, poté Ministerstvo zemědělství dotace zrušilo, v roce 1998 byla opět finanční podpora pro ekologické farmáře obnovena. Za průkopníky EZ se považují Rakousko, Itálie, Finsko, Švédsko, Dánsko a Německo.¹

Tabulka 1 Vyplacené finanční prostředky na ekologické zemědělství v letech 1998-2003

Rok	Vyplacené finanční prostředky (Kč)
1998	48 091 000
1999	84 168 000
2000	89 101 971
2001	167 966 104
2002	210 861 131
2003	230 812 198

Zdroj: Zf.jcu.cz: Ekologické zemědělství (data k 11.6.2011)

V České republice se ekologické zemědělství objevilo v roce 1989. Od tohoto roku začalo rapidně narůstat. Vznikla potřeba vytvořit jednotné směrnice. V letech 1990 a

¹ Zf.jcu.cz, (2003), Historie ekologického zemědělství, dostupné [online cit. 2011-06-11]

1991 byly prosazeny, tehdejším náměstkem ministra Richardem Bartákem, dotace ekozemědělcům. Opravdové biopotraviny se na trhu objevili v roce 1993, kdy ekofarmám skončilo přechodné období. “Zelená zebra“ se začala užívat v roce 1994. Dne 1. ledna 2000 vstoupil v platnost zákon 242/2000 o ekologickém zemědělství.² 1. července 2010 bylo zavedeno jednotné značení pro celou EU.

2.1.1 Ekologické zemědělství

Ekologické zemědělství je tzv. „jiný druh zemědělství“, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé části. Těmito částmi je myšleno omezení nebo zákaz používání látek, jež ohrožují, zatěžují a omezují životní prostředí nebo zvyšují riziko kontaminace, dbá na vnější životní projevy a chování. Ekologičtí zemědělci se zříkají rizikových prostředků používaných v konvenčním zemědělství. Jejich cílem je udržovat dlouhodobě úrodnou půdu, šetrné hospodaření, nevyrábět nadprodukcí. Ekologické zemědělství také přináší spoustu nových pracovních příležitostí, jelikož EZ je pracnější než konvenční ztechnizované zemědělství. To vše však přináší také vyšší cenu biopotravin.

Mezi hlavní cíle ekologického zemědělství patří zlepšování a udržení dlouhodobé úrodnosti půdy, vyvarovat se jakémukoli znečištění pocházejícího ze zemědělství, pracovat v uzavřeném systému, produkovat kvalitní krmiva a potraviny, minimalizovat používání neobnovitelných zdrojů, vytvořit vhodné podmínky hospodářským zvířatům, zajistit společnosti zemědělců sociální rozvoj, udržet osídlení venkova.³

Principy ekologického zemědělství slouží jako podnět k ekologickému hnutí v celé své rozmanitosti. Ekologické principy IFOAM jsou založeny na:

- Principu zdraví – Ekologické zemědělství by mělo udržovat a zlepšovat zdraví půdy, rostlin, zvířat, lidí a planety.
- Principu ekologie – Ekologické zemědělství by mělo být založeno na živých ekologických systémech a cyklech, práce s nimi, napodobovat je a pomáhat jejich udržení.
- Principu spravedlnosti – Ekologické zemědělství by mělo stavět na vztazích, které by zajistily rovné zacházení s ohledem na společné životní prostředí a životní příležitosti.

² Bedrník, (2003), Co jsou a kde se vzaly Biopotraviny [online cit. 2011-06-11].

³ Fitlife.cz, (2011), Cíle ekologického zemědělství [online cit. 2011-06-11].

- Principu péče – Ekologické zemědělství by mělo být řízeno v opatrnosti a odpovědným způsobem s cílem chránit zdraví a životní prostředí pro současné a budoucí generace.⁴

Tyto principy mají být použity jako celek, pokud se použijí odděleně není ekologické zemědělství dokonalé.

2.2 Funkce značky

Průkopníkem ve vývoji značky je William Procter, výrobce svíci a Janes Gamble, výrobce mýdla. Jednoho dne se tito pánové rozhodli spojit své podnikání. Stalo se tak roku 1837. Své výrobky, jako mýdlo, výrobky pro domácnost a produkty každodenní spotřeby, začali dovážet vojákům do války. Ti je poté nosili domů svým ženám, které si je oblíbily a později je začali poptávat. První celostátní reklamní kampaň na mýdlo značky Ivory byla roku 1882.⁵

Co je vůbec značka? V literatuře je uvedeno velké množství definic pro pojem značka. Proto jsem vybrala dvě následující, protože si myslím, že dobře vystihují tento pojem. „Značka je aurou názorů a očekávání, která se vine okolo určitého produktu (nebo služby) a činní je tak relevantní a osobitou. Působí tak daleko i za oblastí čistě fyzické sféry a je za psychologického hlediska extrémně silným prvkem.“⁶ Druhou definicí je názor Philipa Kotlera: „Značka může být vyjádřena jménem, slovním spojením, znakem, symbolem, ztvárněna obrazem, případně kombinací všech uvedených prvků. K jejím základním funkcím patří identifikace výrobků a služeb dané firmy a diferenciacie, tj. odlišení od konkurenčních firem.“⁷ Z obou definic vyplývá, že hlavní funkcí značky je odlišit stejný výrobek různých výrobců. Značky byly vytvořeny marketingovými odborníky ve vlastnictví firem, s cílem svádět zákazníky.

Profesor marketingu vysoké ekonomické školy v Paříži Jean-Noel Kapferer řekl, že rozšiřování značky je „přímým důsledkem, že právě značky jsou skutečným kapitálem společnosti“.⁸

4 Ifoam.org, (2009), The Principles of Organic Agriculture [online cit. 2011-06-11].

5 HEALEY, M. (2008). Co je Branding.

6 SMITH, P. (2000). Moderní marketing.

7 KOTLER, P., AMSTRONG, G. (2003). Marketing.

8 KAFERER, J. N., (1994). New Approaches to Creating and Evaluating Brand Equity.

2.2.1 Ekoznačení

Myšlenka označit výrobky, které jsou šetrnější k životnímu prostředí, než konvenční výrobky přišla v 70. letech 20. století. Centrálně řízený certifikační systém pro označení byl poprvé zaveden v roce 1978 ve Spolkové republice Německo. Později se tento systém zavedl i v Kanadě, Japonsku, USA, Novém Zélandu. S nápadem přivést do České republiky tento systém přišlo ministerstvo životního prostředí společně s ministerstvem hospodářství. Vláda dala souhlas s vládním ustanovením dne 7.4.1993 a zákon pro označování ekologicky šetrných výrobků přišel v platnost dne 14.4.1994.⁹

Biopotraviny se dají od běžných potravin odlišit velmi snadno. Například slovem BIO na potravinách, toto slovo je chráněno zákonem. Pokud je potravina takto označena znamená to, že se jedná o potravinu pocházející z ekologického zemědělství. Pokud je potravina označena jako BIO musí mít prodejce k dispozici certifikát pro tyto biopotraviny připraven k nahlédnutí. Na obalu se tento certifikát uvádí zjednodušenou formou.

- ABCERT AG, kód na obalu CZ-BIO-002
- BOKONT CZ, s.r.o., kód na obalu CZ-BIO-003
- KEZ, o.p.s., kód na obalu CZ-BIO-001

Tyto certifikáty nám říkají, že byl výrobek sledován od úplného začátku pěstování až po prodej v obchodech.¹⁰

Ekoznačka garantuje zákazníkovi výrobek šetrnější k životnímu prostředí než jiné výrobky. V České republice jsou dva druhy ekoznaček.

- Ekologicky šetrný výrobek

Označuje výrobky a služby šetrnější k životnímu prostředí ale stále si zachovávají svoji kvalitu. V obchodech tento výrobek poznáme díky ekoznačce uvedené níže. Znamku uděluje Agentura pro ekologicky šetrné výrobky – spadá pod Český ekologický ústav.

⁹ Cenia.cz, (2011), Historie ekoznačení [online cit. 2011-06-13].

¹⁰ Countrylife.cz, (2011), Co je to bio a jak jej poznám [online cit. 2011-06-13].



Toto označení je používáno výhradně v České republice. Můžeme se ale setkat i následujícím označením, které je užíváno v EU.



- Bio produkt ekologického zemědělství

Tyto výrobky pocházejí z hospodářství, které splňuje přísné podmínky pro ekologické zemědělství.

Ministerstvo vybere organizace, které kontrolují výrobky a zemědělce, po kontrole udělují certifikaci. Tato certifikace musí být uvedena na obalu spolu s kódem a logem tzv. „zebry“



nebo značení, které používá EU tzv. „EURO list“,



a předponou BIO před názvem např. biovejce, biochléb. Pokud má výrobek u názvu BIO, ale nemá ostatní důležité náležitosti lze o původu tohoto výrobku

pochybovat. Na trhu je možné se setkat také s předponou „eko“, „natur“ nebo jinými přívlasky ekologicky kontrolované produkce, atd. Pro svou pravost musí být výrobky označeny logem nebo prodejce musí doložit certifikát k tomuto výrobku.

Ještě se můžeme setkat také s logem největšího svazu ekologického zemědělství v České republice, PRO-BIO:



V České republice platí ustanovení zákona o povinném označování veškerých produktů ekozemědělství značkou BIO. Od roku 2005 je tato značka převedena do vlastnictví státu a její používání bylo ustanoveno novelou zákona 242/2000.

Nezpracované rostlinné produkty, hospodářská zvířata, nezpracované živočišné výrobky: označení a propagace může odkazovat na EZ, pokud je jasné, že se označení týká zemědělské produkce, pokud byl vyprodukován v souladu s pravidly, pokud produkt vyprodukovaný nebo dovezený byl zkontrolován komisí. Od 1. Ledna 1997 musí obal výrobku obsahovat kód kontrolního orgánu. Stát se může rozhodnout, zda bude vyžadovat název nebo číselný kód. Musí ale informovat komisi.

Zpracované rostlinné a živočišné produkty k lidské výživě, zpracované z jedné nebo více surovin: tyto produkty se mohou označovat a propagovat pouze za podmínek, že nejméně 95% složek produktu je vypěstováno za podmínek pro EZ. Ostatní složky, tj. max 5%, které jsou zemědělského původu. Produkt ani jeho ostatní složky nesmí být ošetřeny chemickými látkami, nesmí být podrobeny ionizujícímu záření. U produktů vyprodukovaných po 1. Lednu 1997 musí být uveden název a kód kontrolní komise. Státy se opět mohou rozhodnout, zda zvolí název nebo číselný kód komise. Z údajů musí jasně vyplývat, že jde o zemědělský původ výroby, musí tam být také odkaz na složky zemědělského původu.¹¹

¹¹ Zákon 242/2000

Rostlinné výrobky mohou obsahovat označení s odkazem na přechodné období, jestliže bylo dodrženo přechodné období nejméně dvanáct měsíců před sklizní, produkt obsahuje jen jednu rostlinnou složku zemědělského původu.

Logo může být uvedeno na označení produktů, pouze pokud splňuje výše uvedené požadavky, podléhá kontrolnímu mechanismu, producent nebo přepravce je prodává v uzavřených obalech, v případě přímého prodeje není obal povinný. Na obalu musí být uveden název nebo obchodní jméno producenta spolu s kódem kontrolního orgánu a samozřejmě tzv. „zebra“.

2.3 Charakteristika biopotravin, legislativa

Záležitostmi spojenými s ekologickým zemědělstvím, označováním a osvědčováním bioproduktů, biopotravin se zabývá zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Orgánem příslušným podle nařízení Rady (EHS) č. 2092/91 je ministerstvo zemědělství. Orgánem příslušným podle nařízení Komise (ES) č. 1788/2001 je příslušný celní orgán. Uzákoněná pravidla EZ mají za cíl dosažení nejvíce možných ohledů k prostředí, zvířatům a zdraví spotřebitelů.

Bioprodukt: surovina rostlinného nebo živočišného původu nebo hospodářské zvíře (využívaná především k chovu, výkrmu, práci a jiným hospodářským účelům – skot, prasata, ovce, kozy, koně, osli a jejich kříženci, drůbež, běžci, králíci, kožešinová zvířata, zvíře ve farmovém chovu, ryby a jiní vodní živočichové a včely) získané v ekologickém zemědělství. (Zákon 242/2000Sb.)

Biopotravina: potravina vyrobená ze surovin pěstovaných v ekologickém zemědělství a bylo na ni vydáno osvědčení o původu biopotraviny. (Zákon 242/2000Sb.)

Mezi ostatní bioprodukty patří ekologické krmivo nebo ekologický rozmnožovací materiál.

Ekofarma: uzavřená hospodářská jednotka zahrnující pozemky, budovy, provozní zařízení a popřípadě i hospodářská zvířata, sloužící ekologickému zemědělství. (Zákon 242/2000Sb.)

Výhody biopotravin

Hlavní výhody biopotravin je možné podle Ing. Martina Leibla, Ph.D. rozdělit do dvou skupin. Jako první jsou přímé výhody jako zdravotní přínos, chuť, atd. na druhém místě jsou nepřímé výhody jako dopad práce na životní prostředí. Jednou z výhod je omezené využívání látek, které se ukládají v potravinách. Je dokázáno, že tyto potraviny mají nižší nežádoucí dopad na lidské zdraví. Další výhodou je omezené používání tzv. „éček“, které vede k lepší chuti potravin. Nepřímými výhodami je podílení se na zlepšování životního prostředí tím, že používají menší množství nebo žádné množství chemických hnojiv. Nepoužívání nebo alespoň omezené používání chemických hnojiv vede ke snížení kontaminace spodních vod a půdy. Co se týká zvířat, mají se u ekologických zemědělců „dobře“. Stojí za nimi legislativa, kde je přesně uvedeno, jak velkou plochu ustájení a výběhu zvířata musí mít. Hospodářská zvířata nesmí mít podle zákona trvalé vázané ustájení. Jiné druhy zvířat, než co jsou uvedena výše jako hospodářská zvířata, se na ekofarmě mohou chovat pouze jako zájmové chovy, nesmí být předmětem podnikání. Ekologický podnikatel nesmí souběžně pěstovat bioprodukty a stejné suroviny neekologického pěstění. Na ekofarmě je stejná produkce zakázána. Všechny produkty musí být vyrobeny bez použití genetických manipulativních organismů. Je prokázáno, že pokud se dodržují pravidla ekologického zemědělství je na farmách nacházeno více volně rostoucích rostlinných druhů.¹²

I přes všechny klady biopotravin se najdou i nějaké zápory. Například si lidé myslí, že biopotraviny jsou jen dobře promyšlený reklamní tah. Jednou z nevýhod je také menší velikost a horší vzhled oproti konvenčním potravinám. Lidé v obchodech raději nakupují očima. Biopotraviny se také rychle kazí, podléhají hnilobě. Asi největší ze záporů je vysoká cena těchto potravin a nekompletní sortiment.

2.3.1 Legislativa

Hlavní zákon, který upravuje podmínky ekologického zemědělství je zákon č. **242/2000 Sb.** Tento zákon upravuje podmínky hospodaření v ekologickém zemědělství a k němu se vztahující osvědčování a označování bioproduktů, biopotravin, dále ještě upravuje výkon kontroly a dozoru nad dodržováním povinností s tím spojených. Tento zákon se upravuje v návaznosti na předpisy Evropských společenství:

¹² Biospotřebitel.cz, (2010), Biopotraviny bez mýtů [online cit. 2011-06-13].

- Nařízení Rady (EHS) č. **2092/91** ze dne 24. června 1991 o ekologickém zemědělství a k němu se vztahujícímu označování zemědělských produktů a potravin.
- Nařízení Komise (ES) č. **1788/2001** ze dne 7. září 2001, kterým se stanoví prováděcí pravidla pro implementaci ustanovení týkajících se osvědčení o kontrole dovozu ze třetích zemí dle článku 11 nařízení Rady (EHS) č. 2092/91.
- Nařízení Komise (EHS) č. **207/93** ze dne 29. ledna 1993, kterým se vymezuje obsah přílohy VI nařízení č. 2092/91, kterým se stanoví prováděcí pravidla k čl. 5 odst. 4 uvedeného nařízení.















Zákon 242/2000 Sb. je novelizován zákonem č. 320/2002, který mění a ruší některé zákony v souvislosti s ukončením činností okresních úřadů. Další novelizace byla zákonem č. 553/2005, kterým se mění zákon č. 242/2000 Sb. Vše je doplněno vyhláškou č. 16/2006, kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství. Dále Nařízení Rady č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91.

Je třeba se také zmínit o aktualitách ve světě. Nejnovější nařízení týkající se potravin, což se týká i biopotravin, je prováděcí nařízení komise (EU) č. **297/2011** ze dne 25. března 2011, kterým se stanoví zvláštní podmínky pro dovoz krmiv a potravin pocházejících nebo odesílaných z Japonska po havárii v jaderné elektrárně Fukušima. Po této havárii, která se stala dne 11. března 2011, byly zjištěny radioaktivní látky v potravinách. Proto bylo v EU provedeno opatření, které zajistí bezpečnost. Musí být tedy před vývozem provedeny testy a při dovozu namátkové testy. Tyto a dále uvedená nařízení se nevztahují na produkty, které opustily Japonsko před 28. březnem 2011 a produkty, které byly sklizeny nebo zpracovány před 11. březnem 2011. Toto nařízení je platné do 30. června 2011. Toto nařízení je závazné pro všechny státy EU.¹³

2.4 Přehled značek biopotravin v EU

¹³ Prováděcí nařízení komise č. 297/2011

Tabulka 2 Přehled značek biopotravin v Evropě

Země	Logo země	Popisek loga
Itálie		Italská asociace zaměřená na bio zemědělství.
Francie		ECOCERT je kontrolní a certifikační organizace.
		NATURE & PROGRES je jednou z hlavních a nejstarších organizací biologického zemědělství ve Francii i v Evropě.
Portugalsko		AGROBIO je první asociace bio farmářů v Portugalsku.
Lotyšsko		Association of Latvian Organic Agriculture (ALOA) je profesionální organizace spolupracující s ministerstvem zemědělství a životního prostředí.
Rakousko		ABG je rakouská vedoucí firma v oboru bio kontroly.
Německo		BCS ÖKO-GARANTIE je licencovaná kontrolní agentura.
		Mezinárodní německá značka Bio-Siegel.
		Největší německá asociace bio farmářů.
Švýcarsko		Pod značkou Bio Natur Plus jsou sdruženy bioprodukty firmy Manor.
		Coop Naturplan oceňuje potraviny pocházející z biologického zemědělství, vyrobené podle přísných pravidel BioSuisse a nesoucí značku bio.
Belgie		Značka Biogarantie je označení bio výrobků v Belgii.
Lucembursko		
Česká republika		Bio značka v ČR, která je ve vlastnictví státu.

Bulharsko		Značka pod kontrolou Ministerstva zemědělství.
Norsko		The Ø-label je registrovaná značka vlastněná společností Debio. Jenom členové nebo firmy certifikované Debio mohou v Norsku používat na svých výrobcích označení bio.
Nizozemsko		Společnost Skal je držitelem symbolu EKO Quality. Tato značka je zárukou bio produkce certifikované firmou Skal.
Irsko		The Irish Organic Farmers and Growers Association (IOFGA) certifikuje bio potraviny a bio výrobky v celém Irsku.
Švédsko		Asociace KRAV je klíčovým hráčem na trhu bioproduktů ve Švédsku. Vyvíjí bio standardy a prosazuje vlastní označení bio výrobků KRAV.
Finsko		Národní značka.
Slovensko		Slovenská národní značka bioproduktů, kterou jsou certifikovány produkty ekologického zemědělství.
Spojené království		Britská certifikační společnost zabývající se bio zemědělstvím a jeho produkty.
Dánsko		
Evropa		NAŘÍZENÍ RADY (ES) č. 834/2007 ze dne 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů.

Zdroj: Organic-bio.com, (2011), Značky [online cit. 2011-06-14].

2.5 Certifikační řízení pro získání značky BIO, kontroly

Kontrolní systém začal v České republice vznikat začátkem 90. let minulého století. V roce 1991 bylo rozhodnuto založit jen jednu nezávislou kontrolní organizaci. Tento způsob kontroly byl zaveden ve Švédsku, naproti tomu v Německu byl založen model více kontrolních organizací. Důvodem pro zavedení pouze jedné kontrolní organizace byly obavy z dezorientace konzumentů mezi známkami a symboly. Jelikož se začalo EZ

ve velkém množství rozrůstat, byla potřeba vybrat více kontrolních organizací jako tomu je v sousedním Německu.¹⁴

Certifikační proces a kontroly podrobně upravuje zákon č. 242/2000 Sb. Aby osoba mohla začít podnikat v EZ na ekofarmě, musí kontaktovat kontrolní organizaci, přihlásí se u ní ke kontrole a certifikace a uzavře smlouvu o kontrole. Kontrolní organizace provede vstupní kontrolu a vystaví příslušné potvrzení. Poté už může podat žádost o registraci na Ministerstvo zemědělství, ke které přiloží žádost o kontrole.¹⁵ Odedne doručení žádosti začíná dvanáctiměsíční lhůta pro přechodné období. V tomto období dochází k přeměně zemědělské výroby na ekologické. V přechodném období má podnikající osoba stejné povinnosti jako ekologický podnikatel. Tato registrace se ovšem nevztahuje na prodejce, kteří prodávají už zabalený a označený bioprodukt, biopotravinu.

Ministerstvo vybere osobu pověřenou (tj. ABCert, Biokont, KEZ), kterou si žadatel zvolil, vydávat osvědčení o původu BIO. Cílem kontroly je dodržování pravidel a směrnic EZ uvedených v legislativě ČR a EU. Kontroluje se celé zemědělství, nikoli jen složení konečných produktů. Dalším cílem kontroly v ekologickém zemědělství je zajistit rovné podmínky hospodaření zemědělců a zpracovatelů, chránit spotřebitele, aby se na označení bio mohli spolehnout a chránit daňové poplatníky a stát před neoprávněným čerpáním dotací.¹⁶ Pokud kontrola dopadne dobře, musí žadatel přiložit ještě osvědčení o zápisu do evidence zemědělského podnikatele. Osoba v přechodném období je povinna poskytnout pověřené osobě údaje o budovách užívaných k ekologickému zemědělství, pozemky používané k tomuto druhu zemědělství musí být řádně označeny. Pokud žadatel splní výše uvedené podmínky registrace, Ministerstvo zemědělství žádosti vyhoví, vydá rozhodnutí o registraci a zapíše osobu na seznam osob podnikajících v ekologickém zemědělství. Pokud žadatel nesplní uvedené podmínky registrace, žádost bude zamítnuta.¹⁷

14 DLOUHÝ, Josef. Bioinstitut.cz, (28.11.2010),Kontrola a certifikace biopotravin [online cit. 2011-06-14].

15 Mesto-zatec.cz, (2007), Ekologické zemědělství [online cit. 2011-06-14].

16 Biospotřebitel.cz, (2010), Biopotraviny bez mýtů [online cit. 2011-06-13].

17 Zákon č. 242/2000

Tabulka 3 Počet certifikovaných podniků a výrobců biopotravin

	Počet certifikovaných podniků	Počet výrobců biopotravin
2001	654	75
2002	721	92
2003	810	96
2004	836	116
2005	829	125
2006	963	152
2007	1 318	253
2008	1 946	422
2009	2 689	497
2010	3 517	626

Zdroj: *Eagri.cz*, (31.12.2010), Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31.12.2010 [online cit. 2011-06-14].

Úřední kontrola: ověřuje dodržování právních předpisů. V České republice je provádí státní kontrolní orgány jako ÚKZÚZ – Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, ČZPI – Česká zemědělská a potravinářská inspekce a SVS – Státní veterinární správa

Certifikační proces: ověřuje, zda je produkt vyprodukován dle zákona. Proces se provádí vždy jednou do roka. Součástí certifikace je udělení práva užívat evropskou a národní bioznačku.¹⁸

Kontrolní subjekty:

Od 1.1.1993 začala kontrolní organizace fungovat, vedením byl pověřen Ing. Roman Rozsypal. Poté vznikla organizace KEZ o.p.s. (Kontrola ekologického zemědělství). V roce 2005 vznikly další dvě nezávislé kontrolní organizace.

ABCert AG: vznikl v roce 2002 spojením kontrolních firem Alicon a BioZert. Od 1.1.2006 vykonává kontrolní činnost s pověřením Ministerstva zemědělství ČR.¹⁹

¹⁸ *Eagri.cz*, (2009), Zapojením ÚKZÚZ se zvýší transparentnost a efektivita kontrol ekologických podniků [online cit. 2011-06-14].
¹⁹ *Abcert.cz*, (2006), Společnost ABCERT [online cit. 2011-06-14].

Biokont CZ, s.r.o.: od roku 1991 se firma zabývala hospodařením na své ekofarmě, výrobou a prodejem biopotravin. Později byla pověřena Ministerstvem zemědělství ČR pro kontrolní činnost.²⁰

KEZ o.p.s.: první česká kontrolní a certifikační organizace založena roku 1999 Svazem producentů a zpracovatelů biopotravin PRO-BIO, Nadačním fondem pro ekologické zemědělství FOA a Spolkem poradců ekologického zemědělství EPOS. Od 11.10.2001 byla akreditována u ČIA. Je jedinou českou certifikovanou organizací akreditovanou ČIA s akreditací v oblasti přírodní kosmetiky a biokosmetiky.²¹

Pokud chce osoba vyvážet bioprodukty nebo biopotraviny musí mít kontrolní orgán akreditaci IFOAM a dodržovat pravidla Basic Standard IFOAM, proto KEZ o.p.s. v roce 2000 požádala o akreditaci. Akreditace byla dokončena podpisem smlouvy dne 14.2.2003. Používání známky KEZ s textem „IFOAM ACCREDITED“ umožňuje vyvážet bioprodukty a biopotraviny do všech zemí vyžadující tuto certifikaci (prakticky všechny mimoevropské země), uznání dovozu ze zemí mimo EU. Certifikován podle IFOAM může být celý podnik, výroba nebo pouze jednotlivý výrobek.²²

Kromě stávajících kontrolních subjektů je od 1.1.2010 také pověřen ÚKZÚZ – Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský. Kontrolní činnost spojenou s vydáním osvědčení o původu bioproduktů a biopotravin budou stále zajišťovat kontrolní subjekt. Hlavním důvodem rozšířit kontrolní systém o ÚKZÚZ bylo nestrannost a nezávislost, zajištění jednotného přístupu. ÚKZÚZ je zřízen Ministerstvem zemědělství České republiky, provádí právní řízení a vykonává jiné správní činnosti. Od roku 2004 je ÚKZÚZ pověřen správou databáze osiv dostupných v ekologickém zemědělství.

Pokud bych měla shrnout pravomoci, byly by následující:

- ÚKZÚZ kontroluje cca 5% podniků z celkového počtu, kontroly jsou neohlášené, může uložit nápravná opatření, odebírá vzorky, při zjištění porušení zákona podávají podnět na Mze k zahájení správního řízení,
- Kontrolní subjekty jednou ročně kontrolují certifikované podniky, kontroly mohou být ohlášené nebo i namátkové neohlášené, mohou uložit sankci

20 Biokont.cz, (2006), O společnosti [online cit. 2011-06-14].

21 Kez.cz, (2009), Kdo jsme [online cit. 2011-06-14].

22 Zf.jcu.cz, (2010), Program certifikace dle standardů KEZ (IFOAM) [online cit. 2011-06-14].

podle vlastních sankčních řádů, mohou odebírat vzorky, při zjištění porušení zákona podávají podnět na Mze k zahájení správního řízení, nemohou vydávat výjimky, mohou vydávat, odepřít a odejmout osvědčení.²³

Tabulka 4 Počet podniků, se kterými mají kontrolní subjekty smlouvu

	KEZ o.p.s.	ABCert AG	Biokont s.r.o.
2007	1 120	218	381
2008	1 393	355	734

Zdroj: Eagri.cz, (2009), Zapojením ÚKZÚZ se zvýší transparentnost a efektivita kontrol ekologických podniků [online cit. 2011-06-14].

Tabulka 5 Počet provedených kontrol

	KEZ o.p.s.		ABCert AG		Biokont s.r.o.	
	Ohlášené	Neohlášené	Ohlášené	Neohlášené	Ohlášené	Neohlášené
2007	1 209	2	218	21	333	3
2008	1 507	6	364	31	662	39

Zdroj: Eagri.cz, (2009), Zapojením ÚKZÚZ se zvýší transparentnost a efektivita kontrol ekologických podniků [online cit. 2011-06-14].

2.6 Rozdíl mezi konvenční potravinou a biopotravinou

Ekologické zemědělství prošlo v České republice i ve světě určitým vývojem. Postupem času se začaly projevovat výhody tohoto typu zemědělství. To mělo dopad i na podporu vlády. Jednou z výhod EZ je, že neřeší problémy krátkozrace, ale hledí problémově do budoucna (ochrana životního prostředí, ochrana přírodních zdrojů).

Podle studie, kterou vypracoval výzkumná ústav Enrico Avanti na univerzitě v Pise, Itálie, konvenční zemědělství spotřebuje přibližně 21 000MJ (megajoulů) energie na hektar a rok, ekologické zemědělství spotřebuje jen 12 000MJ. To znamená, že ekologické zemědělství je o necelých 50% méně energeticky náročné, zejména díky minimální spotřebě chemických látek.²⁴

²³ Eagri.cz, (2009), Zapojením ÚKZÚZ se zvýší transparentnost a efektivita kontrol ekologických podniků [online cit. 2011-06-14].

²⁴ Bio-info.cz, (26. 2. 2010), Konvenční zemědělství potřebuje více energie než ekologické [online cit. 2011-06-14].

Další studie, tentokrát z rakouské pobočky švýcarského výzkumného institutu biozemědělství FiBL, dokazuje, že ve skupině mléčných výrobků se produkuje na jeden kilogram o 10-21% méně oxidu uhličitého. V zelenině a ovoci o 10-30% méně a u chleba v biokvalitě je to až o 17-45% méně než u běžného výrobku.²⁵

V literatuře se uvádí několik argumentů proč je ekologické zemědělství lepší, zdravější, hodnotnější, atd.

- Bio je výživnější.

Je dokázáno, že biomléko obsahuje více omega-3-mastných kyselin. Je to zejména ovlivněno krmivem zvířat. Bioovoce a biozelenina obsahuje více látek významných pro lidské zdraví. Bioovoce obsahuje více hodnotných látek. Biojablka mají lepší chuť a biobrambory obsahují průkazně více vitamínu C.

- Bio je bezpečnější.

Listová zelenina obsahuje o 10-40% méně dusičnanů. Bioovoce a biozelenina obsahuje průměrně 50 až 70krát méně reziduí pesticidů. Rostliny z ekologické produkce jsou chráněny před syntetickými prostředky. Je zakázána regulace plevelu. Biopotraviny nejsou uměle barvené, nejsou aromatizovány, nepoužívají se koncentráty.

- Zvímátům v EZ se daří lépe.

Každá kráva rodí své vlastní tele (nejsou přenášena embrya). Telata pijí kravské mléko. Prasatům se neodstraňují ocásky. Slepice mají větší výběh. Zvířata jsou na čerstvém vzduchu a ne uzavřena. Nemocná zvířata jsou léčena přírodními prostředky.

- Bio je sociální.

EZ snižuje náklady na zdravotní péči. Tento typ zemědělství vytváří více pracovních míst, nepoužívá se tolik strojů. EZ chrání zdraví zemědělců, jelikož se nepoužívají pesticidy.²⁶

Některé rozdíly mezi konvenčním a ekologickým zemědělstvím uvádí také pan J. Petr a J. Dlouhý ve své knize (Petr, Dlouhý, 1992):

25 CHARVÁT, Hugo. Ekolist.cz, (26.4.2010), Biopotraviny mají menší uhlíkovou stopu než konvenční potraviny, říká studie [online cit. 2011-06-14].

26 ALFOLDI, Thomas, et al., (2007), 90 argumentů pro ekologické zemědělství.

Konvenční zemědělství

Upřednostňuje kvalitu.

Ekonomická rentabilita se klade před požadavek biologické a ekologické rovnováhy.

Specializovaný provoz.

Malý počet pěstovaných plodin.

Používání chemických látek a hnojiv.

Používání pesticidů.

Ekologické zemědělství

Upřednostňování kvality.

Ekologická a biologická rovnováha se klade před ekonomické požadavky.

Mnohostranný provoz.

Pestrý osevní postup.

Používání ekologických statkových hnojiv.

Pěstitelský systém působí proti výskytu chorob, škůdců a plevelů.²⁷

Výhody biopotravin

Při výrobě biopotravin je méně zatěžováno životní prostředí, neobsahují chemické konzervanty, barviva, ochucovadla a jiné uměle vyrobené látky. Při výrobě se výrobci snaží zachovat co největší množství vitamínů, minerálů, vlákniny, tuků a sacharidů. Mají lepší chuť, jelikož po odstranění vody zůstane více sušiny, ve které je obsažena chuť a vůně potravin. Díky velkému množství sušiny mají potraviny více vitamínů, minerálů a dalších důležitých látek.

Nevýhody biopotravin

Nevýhod, které najdeme je mnohem méně než výhod, ale stále jsou při nákupu dosti rozhodující. Je to například nevhlednost biopotravin. Pro některé jsou biopotraviny příliš tučné. Tento druh potravin se také výrazně častěji kazí a podléhají hnilobě, jelikož neobsahují žádné umělé konzervační látky. A v neposlední řadě jsou mnohem dražší než obdobné konvenční potraviny.²⁸

Občanské sdružení PRO-BIO LIGA provedlo srovnání cen biopotravin a konvenčních potravin v pražských obchodech a super/hypermarketech. Pro nákup bylo zvoleno 40

²⁷ PETR, Jiří; DLOUHÝ, Josef, (1992), Ekologické zemědělství.

²⁸Viscojis.cz : Základní informace o ekologickém zemědělství a biopotravinách, (2011), Ekologické zemědělství, bioprodukty a biopotraviny. [online cit. 2011-06-14].

položek běžného nákupu (viz. PŘÍLOHA ???). Závěr z tohoto srovnávacího testu je takový, že biopotraviny nakupované ve specializované prodejně jsou o 72,9% dražší než stejné konvenční potraviny nakupované v samoobsluhách.

Tabulka 6 Rozdíl cen biopotravin (ve specializované prodejně) a konvenčních potravin (v řeznictví, zelenině a samoobsluze)

Subjekt	Celková cena nákupu	Rozdíl ceny nákupu v Kč	Rozdíl cen v %
Specializovaná bioprodejna	3 018,80 Kč	1 272,50 Kč	72.9 %
Samoobsluha, řeznictví, zelenina	1 746,30 Kč		

Zdroj: Biospotřebitel.cz, (2007), Srovnávací test cen biopotravin a konvenčních potravin v pražských obchodech a super/hypermarketech [online cit. 2011-06-14].

Dále je uvedeno pět potravin s nejnižším cenovým rozdílem a pět s největším rozdílem ve specializovaných prodejnách biopotravin a v konvenční prodejně potravin.

Tabulka 7 Potraviny s nejnižším cenovým rozdílem a největším cenovým rozdílem

Potravina	Cena za jednotku v biokvalitě	Cena za jednotku konvenční	Rozdíl v Kč	Rozdíl v %
med 500g	68,40 Kč	78,00 Kč	- 9,60 Kč	- 12,31
rýže basmati 500g	44,00 Kč	50,00 Kč	- 6,00 Kč	- 12,00
káva mletá 100g	35,20 Kč	37,30 Kč	- 2,10 Kč	- 5,63
těstoviny (necelozrnné) 500g	25,00 Kč	23,50 Kč	1,50 Kč	6,38
mošt (nebo juice 100%) 1l	26,00 Kč	23,50 Kč	2,50 Kč	10,64
mrkev (1Kg)	49,00 Kč	15,00 Kč	34,00 Kč	226,67
kmín celý 30g	34,80 Kč	10,50 Kč	24,30 Kč	231,43
šunka (lisovaná) 200g	116,60 Kč	33,00 Kč	83,60 Kč	253,33
zelený čaj 20g	39,00 Kč	10,00 Kč	29,00 Kč	290,00
zeleninový bujón 66g	34,00 Kč	7,00 Kč	27,00 Kč	385,71

Zdroj: Biospotřebitel.cz, (2007), Srovnávací test cen biopotravin a konvenčních potravin v pražských obchodech a super/hypermarketech [online cit. 2011-06-14].

3 Metodologický identifikace BIO v komoditním spektru

Pro svůj výzkum v práci jsem si vybrala monitorování v obchodech. Z obchodních řetězců jsem testovala tyto: Albert hypermarket, Billa, Globus, Interspar, Penny Market, Tesco supermarket, Kaufland, Coop. Ze specializovaných prodejen to byly tyto: Country life, Albio, také jsem srovnávala drogerie, které nabízí biopotraviny, je to drogerie DM a Rossmann. Pro výzkum jsem si zvolila sortimentní řadu Bio jogurtů, do této skupiny jsem zařadila také ovocné a bílé tvarohy. Jogurty jsem zvolila právě proto, že jako pro spotřebitele mi mléčné výrobky tudíž i jogurty přijdou jako základní potravinu pro každodenní spotřebu. V obchodech jsem hodnotila více kritérií. Hlavním kritériem byla cena výrobku, kterou jsem přepočítala na 100g, proto aby bylo jasné srovnání cen, poté také značka výrobku a druh výrobku.

Další srovnání se týká způsobu distribuce, označování, reklamních upoutávek a vlastních značek obchodních řetězců. Ve způsobu distribuce budu hodnotit, jestli obchod má svůj biokoutek, nebo jestli má biopotraviny umístěny mezi konvenčními potravinami. Dále budu zkoumat označování biokoutků a biopotravin v regálech obchodů. Poté mě také zajímalo, jestli jsou v obchodech reklamní upoutávky, informační a osvětové materiály. V neposlední řadě se zaměřím na to, jestli má řetězec svoji vlastní bioznačku, pokud ani, tak jestli prodává i jiné značky nežli jen tu vlastní. Z těchto údajů bych chtěla zjistit, jestli je levnější nakupovat v obchodních řetězcích, specializovaných prodejnách nebo na farmářských trzích. Jaký obchod nabízí větší sortiment Bio jogurtů. Srovnáním s výzkumem z roku 2007, které provádělo občanské sdružení PRO-BIO LIGA, bych chtěla zjistit, jak se obchody vyvíjeli v oblasti biopotravin, jejich označování a informovanosti v obchodech.

4 Analytická část

Skupinu mléčných výrobků se zaměřením na Bio jogurty a mléčné tvarohy jsem si vybrala z důvodu toho, že pro spotřebitele jsou to výrobky každodenní spotřeby. Ukazuje se, že biomléko a jogurty jsou pro většinu českých spotřebitelů vstupní branou do světa bio. Prodej mléčných výrobků nahrává situace na trhu v oblasti cen. Ceny mléčných výrobků výrazně vzrostly a přiblížily se tak k cenám výrobků v biokvalitě. Také poměrně bohatá nabídka některých maloobchodních řetězců láká spotřebitele k vyzkoušení. Tyto výrobky jsem sledovala v hypermarketech, supermarketech, specializovaných prodejnách biopotravin, maloobchodech, drogeriích, které bio prodávají a v neposlední řadě i na farmářských trzích. Jmenovitě jsem se zaměřila na tyto prodejny:

- Billa – Rakovník
- Albert hypermarket – Rakovník
- Globus – Praha Zličín
- Interspar – Praha Zličín
- Penny Market – Rakovník
- Tesco supermarket – Rakovník
- Kaufland – Praha Stodůlky
- Coop – Rakovník

Ze specializovaných prodejen biopotravin to pak byla prodejna:

- Country life – Praha
- Albio – Praha

Mezi drogistické obchody, které prodávají biopotraviny, jsem zařadila:

- DM drogerie - Rakovník

– Rossmann - Rakovník

Zaměřila jsem se také na farmářské trhy jednak v Rakovníku, kde si lidé na trhy ještě zvykají, ale také na trhy v Pražských Holešovicích, kde jsou trhy již tradicí.

Velké množství supermarketů a hypermarketů jsem vybrala z důvodu stoupající tendence nákup biopotravin právě v těchto obchodech.

Tabulka 8 Podíl na trhu dle odbytového místa v letech 2006 – 2008

	2006		2007		2008	
	%	mil. Kč	%	mil. Kč	%	mil. Kč
Supermarket, hypermarket a lékárny	67,00	509,00	72,50	937,00	78,00	1404,00
Prodejny zdravé výživy a biopotravin	28,00	212,00	22,50	290,00	18,00	324,00
Nezávislé prodejny potravin	3,00	23,00	2,50	32,00	2,00	36,00
Farmy a ostatní přímé prodejci	2,00	15,00	2,00	27,00	1,40	25,00
Gastro zařízení	0,00	0,00	0,50	4,00	0,60	11,00

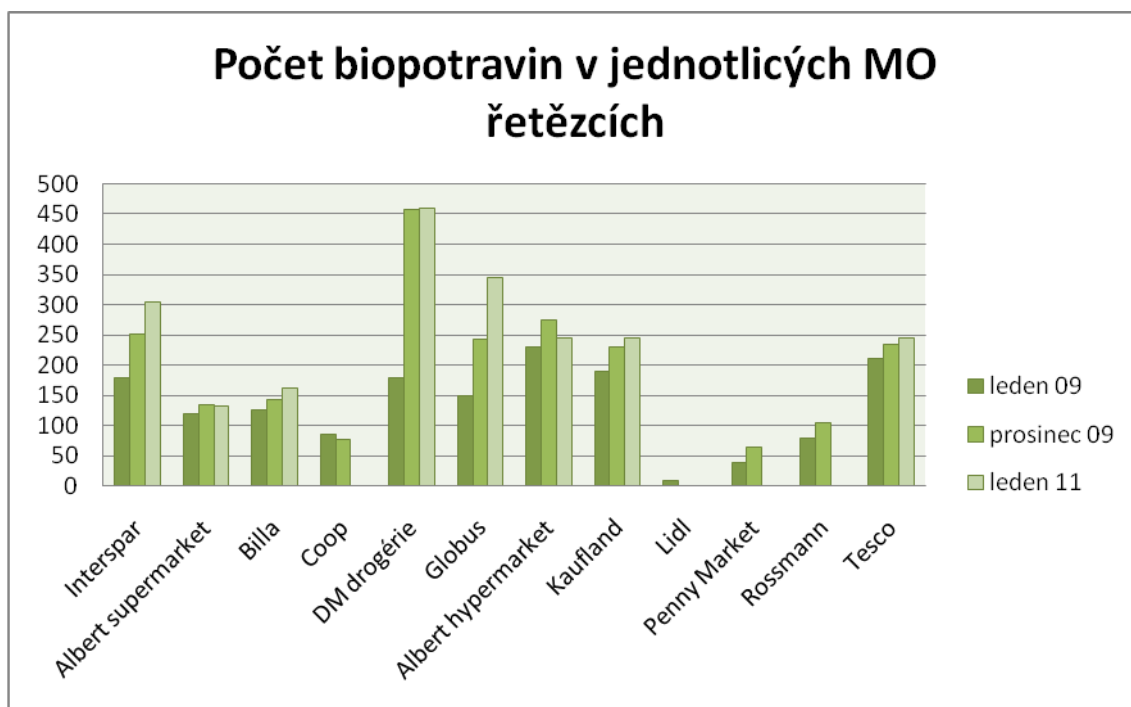
Zdroj: Mgr.VÁCLACÍK, T. a kol (2007, 2008) Český trh s biopotravinami 2007, 2008

Podle ročenky českého trhu s biopotravinami zahrnují do skupiny supermarketů a hypermarketů také lékárny. Tato skupina měla v roce 2006 67% podíl na trhu, v roce 2007 72,5% podílu a v roce 2008 78% podíl na trhu. Podíl na trhu této skupiny roste a dá se očekávat, že v dalších letech dále poroste. Pravým opakem je pak skupina, kam se řadí prodejny zdravé výživy a bioprodejny. Tyto prodejny měli v roce 2006 28% podíl na trhu, v roce 2007 to bylo 22,5% a v roce 2008 18%. Důvodem klesající tendence specializovaných prodejen na trhu může být právě stoupající tendence supermarketů a hypermarketů. Tyto velké prodejny v posledních letech zvýšili nabídku biopotravin. Spotřebitelé tímto mají všechno zboží pohromadě a nadosah. Nemusejí ještě chodit do specializovaných prodejen s biopotravinami a zdravou výživou. Tímto ušetří svůj čas.

Stále platí, že přibližně 80 % prodeju biopotravin se odehrává v maloobchodních řetězcích supermarketů, hypermarketů a drogerií. Všechny nadnárodní řetězce s výjimkou Lidlu a většina českých regionálních sítí, dnes biopotraviny nabízí.

Pro představu o stavu množství biopotravin na trhu uvádím graf, kde je patrný meziroční růst biopotravin v jednotlivých maloobchodních řetězcích za rok 2009. Pro srovnání uvádím hodnoty v lednu roku 2011. Jako první údaj je uveden stav biopotravin v měsíci lednu 2009 další hodnota je údaj v prosinci 2009, v neposlední řadě také hodnota v lednu 2011. Můžeme tedy srovnat růst biopotravin od roku 2009 do roku 2011. Tedy hodnotu za poslední dva roky.

Graf 1 Počet biopotravin v jednotlivých MO řetězcích



Zdroj: Green marketing - Cenový BIOMonitor, (listopad 2010) vlastní úprava

Řetězcem, který zvýšil svoji nabídku biopotravin od ledna do prosince roku 2009 nejvíce, byla překvapivě DM drogerie s nárůstem více jak o 154%. Na druhém místě byl řetězec prodejny Penny Market s nárůstem o 64% a na třetím místě Globus s nárůstem o 63%. Pořadí řetězců bylo, ale odlišné pokud srovnáme nárůst počtu nabízených biopotravin v kusech. Meziroční nárůst o nejvíce kusů měla drogerie DM s nárůstem o 278 kusů, jako další byl řetězec obchodů Globus s nárůstem o 95 kusů a na třetím místě je řetězec Interspar s nárůstem o 72 kusů. Naopak nejhůře dopadl řetězec Lidl, který snížil svoji nabídku o 100%. Obchody přestali v roce 2009 prodávat veškeré bio produkty. Dalším řetězcem, který snížil svoji nabídku, byly prodejny COOP. Prodejny snížily svoji nabídku o 12%.

Když srovnám leden roku 2009 s lednem roku 2011 největší procentuelní nárůst má obchodní řetězec drogerií DM o celých 155%. Následuje řetězec obchodů Globus s nárůstem o 130% a také Interspar o 69%. Tentokrát pořadí zůstalo stejné i po srovnání nárůstu biopotravin v kusech. V drogerii DM narostl sortiment biopotravin oproti lednu roku 2009 o 279 biopotravin, v řetězci globus o 195 kusů a v Intersparu o celých 124 kusů.

Přímo Bio mléčných výrobků a jejich nabízeným množstvím v obchodních řetězcích se zabývá následující graf.

Graf 2 Vývoj počtu položek v kategorii mléka a mléčných výrobků



Zdroj:

Tento graf zobrazuje stav mléčných výrobků v obchodech za leden 2009, prosinec 2009 a následně leden 2011. Konkrétně v lednu 2009 bylo na trhu 111 druhů mléčných výrobků. V prosinci toho samého roku už to bylo o 36% více, tzn. 151 druhů Bio mléčných výrobků. Po srovnání ledna roku 2009 a ledna roku 2011 vyplývá, že nárůst je opravdu znatelný a to o celých 123% na 247 kusů bio mléka a mléčných výrobků na trhu.

Podrobnějším rozbohem skupiny mléčných výrobků se zabývá následující tabulka, ve které je obsažen maloobchodní obrat, meziroční nárůst obratu, podíl mléka a mléčných

výrobků na obratu, maloobchodní obrat za mléko a mléčné výrobky, podíl produkce mléka a mléčných výrobků českého původu. A to vše v letech 2005 až 2009.

Tabulka 9 Vývoj obchodu s biopotravinami 2005 - 2009

	2005	2006	2007	2008	2009
Maloobchodní obrat (mil. Kč)	510	760	1290	1800	3100
Meziroční nárůst obratu	16%	49%	70%	40%	72%
Podíl mléka a mléčných výrobků na obratu	20%	15%	21%	22,50%	?
Maloobchodní obrat za mléko a mléčné výrobky (mil. Kč)	100	110	270	400	?
Podíl produkce mléka a mléčných výrobků českého původu	?	?	58%	57%	?

Zdroj: Greenmarketing 2009, dostupné na www.bioinstitut.cz

Kategorie mléko a mléčné výrobky v roce 2007 tvořila druhou největší kategorií. V tomto roce měla kategorie 21% podíl na českém trhu, její podíl se oproti roku 2006 zvýšil o 6%, celkový obrat v tomto roce byl o 146% vyšší než v roce předchozím. V dalších letech všechny uvedené kategorie stále rostou a v roce 2009 byl maloobchodní obrat 3100 mil. Kč, což je o 508% více než v roce 2005. Ostatní informace z roku 2009 v tuto chvíli ještě nejsou známy. Můžeme si povšimnout údaje v posledním řádku „Podíl produkce mléka a mléčných výrobků českého původu“, který je ovšem znám pouze za dvě období, ale můžeme vidět, že nepatrně klesá. To znamená, že roste dovážených výrobků v kategorii mléka a mléčných výrobků.

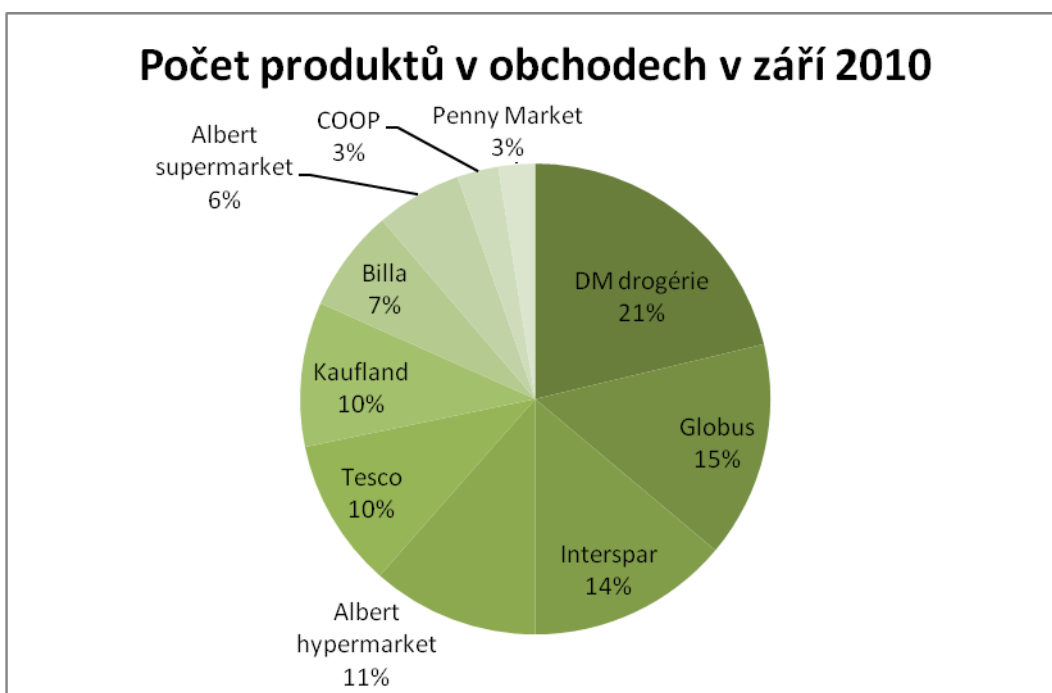
4.1 Představení komoditní řady v supermarketech, hypermarketech, malých prodejnách a na farmářských trzích

Významnou kategorií pro rozvoj trhu jsou distributoři neboli subjekty uvádějící biopotraviny a bio-produkty do oběhu. Počet distributorů vzrostl ke konci roku 2009 na 168 subjektů. Distribuční cesty se mohou rozdělit do dvou skupin a to na přímou distribuční cestu a nepřímou distribuční cestu. Mezi přímé distribuční cesty můžeme zařadit prodej přímo na farmách, farmářské trhy nebo obchody přímo zemědělců. Mezi nepřímé distribuční cesty se řadí specializované ochody, obchody zdravé výživy,

velkoobchody, konvenční obchodní řetězce, nově sem můžeme také zařadit online-shopping, bio-restaurace a bio-občerstvení.

V současné době jsou biopotraviny prodávány ve všech nadnárodních maloobchodních prodejnách s výjimkou prodejny Lidl a COOP, i když se uvádí, že tato prodejna nabízí biopotraviny, v Rakovníku, kde jsem tyto prodejny procházela ani v jedné z osmi prodejen jsem se s biopotravinami nesetkala.

Graf 3 Počet produktů v jednotlivých obchodech v září 2010



Zdroj: Analýza trhu s bio-potravinami v České republice (listopad 2010)

Dále se zaměřuji na sortiment jogurtů v supermarketech a hypermarketech. Uvádím podrobné ceny, se kterými jsem se setkala. V tabulkách je znázorněné srovnání cen jednotlivých značek jogurtů v obchodních řetězcích. Zelenou barvou je znázorněna nejlevnější cena uvedeného jogurtu. Červenou barvou je znázorněna cena nejdražší.



Mlékárna OLMA vznikla roku 1965 jako státní podnik. V roce 1994 vznikla OLMA, a.s., OLOMOUC. Jogurty značky OLMA jsou prvními biojogurty v České republice. Jsou na trhu již 10 let. Na trhu jsou ovocné a bílé jogurty.

	Albert	Globus	Interspar	Tesco

Bio Via Natur bílý	7,70 Kč	7,70 Kč	7,90 Kč	7,70 Kč
Bio Via Natur MIX	9,30 Kč	9,30 Kč	x	9,70 Kč



	Albert
Albert Bio bílý	6,60 Kč
Albert Bio ovocný	7,70 Kč

Výrobce a zároveň dodavatelem jsou Tatranské mlékárny. Tato značka jogurtů se prodává pouze v supermarketech a hypermarketech Albert. Na trhu jsou tyto druhy: bílý, jahodový a borůvkový.



	Interspar
Narur*Pur bílý 150g	6,60 Kč
Narur*Pur bílý 400g	5,00 Kč
Narur*Pur ovocný 150g	8,60 Kč
Narur*Pur ovocný 400g	7,50 Kč
Narur*Pur vanilka, čokoláda	10,60 Kč

Značka Spar Natur*Pur přišla na trh roku 1995. Na český trh se však dostala až roku 2006. Tyto mléčné výrobky nejsou od českých výrobců, ale ze zahraničního dovozu. Tato značka se prodává pouze v obchodních řetězcích Interspar.



	Billa
Naše bio bílý 200g	7,95 Kč
Naše bio ovocný 200g	8,50 Kč
Naše bio bílý jogurt z kozího mléka 150g	13,30 Kč

Výrobce a dodavatelem této značky Naše bio jsou Mlékárny Valašské Meziříčí. Bílý jogurt Naše bio byl oceněn jako Česká biopotravina roku 2010 v kategorii mléka a mléčných výrobků. Značka Naše bio se prodává v obchodech Billa.



	Billa	Globus	Tesco
Tvaroh Matylka	11,70 Kč	9,00 Kč	11,70 Kč

Ovocný tvaroh Matylka je pod záštitou značky Milko. Tato značka patří pod Polabské mlékárny, a.s.. První biovýrobek určen hlavně pro děti. Vyrábí se ve dvou příchutích a to malinová a banánová.



	Billa	Globus	Tesco
Bio jogurt ovocný	9,30 Kč	11,30 Kč	11,90 Kč

Výrobce této značky jogurtů jsou již zmiňované Mlékárny Valašské Meziříčí. Na trhu jsou tři druhy jogurtů, a to bílý, jahodový a borůvkový. Právě borůvkový vyhrál první místo v soutěži Mlékárenský výrobek roku 2008.



	Billa	Globus
Hollandia selský jogurt bílý 180g	x	7,20 Kč
Hollandia selský jogurt bílý 400g	5,00 Kč	5,00 Kč

Bio selský jogurt bílý je výrobek společnosti Hollandia – Karlovy Vary, a.s. Tento bílý jogurt se na trhu nabízí ve dvou velikostních baleních, a to 180g a 400g.



	Globus
Alnatura bílý 500g	5,00 Kč
Alnatura ovocný 500g	8,00 Kč

Tato značka pochází z Německa. Vznikla roku 1984. Jako první u nás se začala prodávat v drogeriích DM, kde ale nemají chlazené a čerstvé výrobky. Jako novinku ji uvedl řetězec obchodů Globus. Nabízejí bílý a ovocný jogurty v balení 500g.



	Globus	Tesco
Milko bílý tvaroh 250g	10,00 Kč	x
Milko ovocný tvaroh 140g	13,20 Kč	13,20 Kč

Milko Bio tvarohy vyrábí Polabské mlékárny. Bílý tvaroh je prvním bílým tvarohem vyrobeným z biomléka na českých ekofarmách. Ovocný tvaroh je první ovocný tvaroh z biomléka a bioovoce od českých ekofarmářů.



	Penny Market
Bio style bílý	7,70 Kč
Bio style ovocný	9,30 Kč
Bio style puding	8,60 Kč

Bio style je značka, která se začala v České republice prodávat v říjnu roku 2010. S uvedenou značkou se můžete setkat pouze v obchodních řetězcích Penny Market.



	Tesco
Tesco organic bílý	6,60 Kč

Značka Tesco organic byla v České republice zavedena na trh v roce 2007. I přes to, že je již na trhu čtyři roky má v sortimentu stále pouze bílý jogurt. S touto značkou se setkáme v supermarketech a hypermarketech Tesco

Z uvedeného přehledu je jasně patrné jaké jogurty se prodávají v obchodních řetězcích a jak se liší jejich cena. Cena jako kritérium není moc odlišná. Většinou je ve všech obchodech stejná nebo jen nepatrně odlišná. Například bílý jogurt od značky OLMA je nejdražší v řetězci obchodů Interspar, kde je cena 7,90Kč / 100g v jiných řetězcích je

ovšem pouze o 0,20Kč levnější. Ovocný jogurt od stejné značky nejdražší koupíme v Tescu za 9,70Kč a v ostatních řetězcích o 0,40Kč levněji. Ovšem větší rozdíl v cenách je u výrobku Matylda od značky Milko. Nejlevněji ho koupíme v obchodě Globus za rovných 9,00Kč, v jiných obchodech kde tento výrobek prodávají ho však koupíme hned o 2,70Kč draž. Podobně je na tom i výrobek Mlékárny Valašské Meziříčí a to ovocný bio jogurt, který je nejlevnější v obchodě Billa za 9,30Kč a nejdražší ho koupíme v Tescu a to za 11,90Kč to je o 2,60Kč více. U ostatních jogurtů je buď cena stejná ve všech obchodních řetězcích, nebo se výrobky prodávají pouze v jednom obchodě, tudíž nejsou vhodnou jednotkou pro srovnání.

Na druhém místě v prodeji biopotravin se za supermarketem a hypermarketem umístily prodejny zdravé výživy a specializované prodejny biopotravin. Nabídka v maloobchodních řetězcích (supermarketech a hypermarketech) již byla popsána výše. Nyní se zaměřím na nabídku jogurtů v prodejnách zdravé výživy a ve specializovaných prodejnách.



	Zdravá výživa Rakovník
Kozí jogurt bílý Bio	11,30 Kč
Kozí jogurt ovocný (černý rybíz, meruňka, jahoda)	11,70 Kč

Tyto jogurty se vyrábějí ve Dvoře Ratibořice. Dvůr se specializuje na produkci a prodej kozích výrobků, chovají okolo 590 kusů koz. Dvůr v nynější podobě je od roku 1992, kdy byl zrekonstruován. Tento dvůr vyrábí jogurty pod značkou DoRa.



Držovický ovčí jogurt		

Farma Držovice funguje od roku 2002 a specializuje se na kozí a ovčí výrobky. Farma se umístila na stupínku vítězů v soutěži Nejlepší potravinářský výrobek Ústeckého kraje pro rok 2009. Výrobky značkou Bio opatřují od ledna roku 2010.



Jogurt z kozího mléka Bio	18,9/150	
Tvarohový vanilkový krém Bio		

Je patrné, že nabídka v obchodních řetězcích se liší od té ve specializovaných prodejnách a prodejnách zdravé výživy. Do těchto specializovaných prodejen dodávají své výrobky hlavně menší farmáři, sortiment se liší podle toho, kde se prodejna nachází. Obchody dávají přednost zemědělcům a jejich výrobkům pocházejících z okolí. Když srovnáme kozi jogurt z obchodního řetězce Billa, kde stojí 100g 13,30Kč a prodejnu zdravé výživy v Rakovníku kde stojí totéž množství 11,30Kč. Vyvrací to dlouholeté tvrzení, že biopotraviny ve specializovaných prodejnách a prodejnách zdravé výživy jsou mnohem dražší než biopotraviny v maloobchodních prodejnách.

Chtěla jsem srovnat i ceny biojogurtů na farmářských trzích, ale bohužel se jogurty na těch trzích, na kterých jsem prováděla výzkum, neprodávají. Prodej chlazených výrobků je velice náročný. Hlavním problémem je, že prodejci musí s sebou vozit chladičí zařízení a ne každý malý farmář na to má finance. Raději se přiklání k možnosti prodávat své výrobky přímo ze dvora své farmy. Druhým problémem je, že ne každé chladičí zařízení vyhovuje předpisům. Jeden z možných problémů může také být přívod elektřiny přímo do stánku na trzích.

4.2 Identifikace BIO, Jak jsou prezentovány Bio výrobky v obchodech

Billa

Speciální regál s biopotravinami je viditelně označen nápisem BIOPRODUKTY, nachází se zde zejména suché produkty, jako třeba těstoviny, mouka, luštěniny, šňávy, aj. Produkty jako zelenina a mléčné výrobky jsou zařazeny v regálech mezi konvenčními potravinami. Co se týče zeleniny a ovoce jsou umístěny viditelně a odděleny od konvenčních tím, že jsou v proutěných koších. Bio jogurty jsou umístěny mezi ostatními. Nejsou dostatečně viditelné, zákazník se musí soustředit na to, aby je našel. Když je najde, je dosti těžké se zorientovat v nepřehledných cenách. Orientaci

zákazníka znesnadňují i poloprázdné regály. Potraviny nejsou pravidelně doplňovány, to se týká i konvenčních potravin. V kategorii jogurtů je tu velmi malý výběr. Navíc v obchodě nejsou žádné informační ani osvětové materiály.

Obrázek 1 Označování biopotravin v obchodě Billa



Zdroj: vlastní galerie

Tesco

Dříve byly suché výrobky soustředěny do biokoutku. Asi před půl rokem, z mě neznámých důvodů, byl biokoutek zrušen a veškeré bio-výrobky byly přesunuty mezi běžné potraviny. Výrobky Tesco organic mají svou specifickou černo – zelenou barvou, ale mezi potravinami jsou snadno přehlédnutelné. Nejsou ani nijak odlišeny cenovky v regálech, například zelenou barvou. Ve zkoumaném obchodě se nenachází žádné poutače, upoutávky či jiné informační a propagační materiály, které by upozorňovali zákazníka o prodeji bio výrobků.

Obrázek 2 Označování biopotravin v obchodě Tesco



Zdroj: vlastní galerie

Albert hypermarket

Albert hypermarket nabízí malé množství potravin. Z těch pár jogurtů, které nabízejí ještě v den průzkumu, chybělo. Je zde umístěn biokoutek se suchým zbožím, kde převládají výrobky Albert Bio. Koutek je označen zelenou cedulí s nápisem Bio visící ze stropu. Zbylé výrobky jsou umístěny mezi konvenčními, v době průzkumu byly výrobky označeny zelenými upoutávkami Bio u cenovek biovýrobků. Při další návštěvě obchodu již tomu tak nebylo. Informační materiály v obchodě nebyly. Jediným informačním materiálem je měsíčník časopisu Albert v kuchyni, vydání duben 2011, kde jsou na dvoustraně uvedeny veškeré výrobky značky Albert Bio. V tomto časopise jsou uvedeny recepty, kde jsou jako suroviny používány právě výrobky Albert Bio.

Obrázek 3 Označování biopotravin v obchodě Albert hypermarket



Zdroj: vlastní galerie

Interspar

Obchodní řetězec Interspar upřednostňuje svoji značku Natur*Pur. V obchodě je umístěn biokoutek se suchými výrobky, kde se nachází i jiné značky než ta privátní. Co se týká mléčných výrobků, jsou viditelně označeny, ale pouze značka Natur*Pur má svůj biokoutek na hlazené výrobky. Ostatní výrobky bio jiné značky jsou odsunuty mimo koutek a nejsou nijak označeny. Výrobky se tedy ztrácejí mezi konvenčními. Biokoutky jsou označeny zelenou cedulí. V obchodech se můžeme setkat s propagačními materiály, ale pouze na výrobky Natur*Pur.

Obrázek 4 Označování biopotravin v obchodě Interspar



Zdroj: vlastní galerie

DM drogerie

Obchodní řetězec drogerií DM je opatřen asi největším biokoutkem v maloobchodních prodejnách v České republice. Zapříčiněno je to tím, že právě drogerie DM je na prvním místě v počtu nabízených biopotravin u nás. Koutek je viditelně označen, taktéž i cenovky u produktů jsou označeny zeleným nápisem Bio. Ve sledované prodejně nenabízejí chlazené výrobky, to znamená mléčné výrobky – jogurty.

Obrázek 5 Označování biopotravin v obchodě DM drogerie



Zdroj: vlastní galerie

Penny Market

Bioprodukty jsou rozmístěny po celém obchodě, není zde biokoutek ani samostatný regál na biovýrobky. I přesto se výrobky snadno hledají. Jsou dostatečně označeny a mají svůj výrazný specifický obal. Jsou snadno rozeznatelné. Všechny výrobky byly k dostání v regálech. Jiné výrobky než vlastní značka Bio style, se zde neprodává. Informační materiály také nejsou k dostání.

Obrázek 6 Označování biopotravin v obchodě Penny Market



Zdroj: vlastní galerie

5 Závěr

Moje práce dokazuje, že tyto tři pojmy jako ekologické zemědělství, biopotraviny a biovýrobky jsou velkým rozsáhlým pojmem. Lidé se intenzivněji zajímají o zdravou výživu, tím i o biovýrobky. To vede k více internetovým stránkám a knihám, které se touto problematikou zabývají. Proto není pro lidi problém se o těchto výrobcích informovat a sdílet názory s ostatními třeba na diskusních fórech. Právě nedůvěřivost a neinformovanost spotřebitelů vedla k nízké poptávce. Nyní je patrný růst poptávky už jen tím, že obchody rozšiřují svou nabídku. To dokazuje srovnání počtu mléčných výrobků v obchodech, kdy v lednu roku 2009 bylo na trhu 111 mléčných výrobků kvality bio, v prosinci toho samého roku to bylo 151 a v lednu roku 2011 to už dokonce bylo 247 mléčných výrobků. Nárůst od ledna 2009 do ledna 2011 je o 123%. Ostatních výrobků samozřejmě také narůstá. Nejvíce druhů biopotravin a biovýrobků nabízí překvapivě drogerie DM na druhém místě je obchodní řetězec Globus a na třetím místě v žebříčku je obchodní řetězec Interspar, tyto data jsou aktuální v měsíci září roku 2010.

Zjistila jsem, že v obchodech se prodává jedenáct značek bio jogurtů. Jedná se o bílé, ovocné a kozí jogurty. Nejvíce značek nabízí řetězec obchodů Globus a to šest značek, na druhém místě je Tesco s pěti nabízenými značkami a na třetím místě se umístil řetězec obchodů Billa se čtyřmi značkami bio jogurtů. Ceny mezi jednotlivými obchody se příliš neliší. Největší rozdíl v ceně, který jsem zjistila je u tvarohů Matylida od značky Milko. V obchodě Globus je cena za 100g 9Kč a v ostatních obchodech ho však prodávají za 11,70Kč.

Jako další z cílů mého výzkumu bylo zjistit, jak obchody oddělují a označují biovýrobky. Některé obchody mají zavedeny v prodejnách biokoutky, někde jsou výrobky umístěny mezi konvenčními. Nejlépe ze všech obchodních řetězců mi vyšly obchody Globus, Interspar a DM drogerie. Všechny jmenované obchody mají biokoutky výrazně a odlišně označeny. V letáčích obchodů uvádějí slevové akce na bio, to samé i v obchodech. Tyto řetězce mají i největší nabídku produktů bio. Nejhůře podle mě dopadl obchod Tesco a Penny market. V Tescu nemají biokoutek a výrobky nemají v regálech ani nijak označeny. Penny market má zase nevýhodu malé nabídky produktů.

Literatura

Primární zdroje

Česko. Úplní znění zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů. In *Sbírka zákonů, Česká republika*. 2010, 174-184.

Monografie

ALFOLDI, Thomas, et al. *90 argumentů pro ekologické zemědělství*. Vyd. 1. Olomouc : Bioinstitut, o.p.s., 2007. 17 s. ISBN 978-80-87080-07-8.

Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích. Praha: Potravinářská komora ČR, listopad 2010. 47 s.

FORŠT, Jaroslav. *Bio&dítě : Bio i nebio zdravá výživa*. Praha : IFP Publishing Engineering s.r.o., 2008. 159 s. ISBN 978-80-903997-1-6.

FORŠT, Jaroslav. *Kapesní Biollexikon : Průvodce biotrhem a trhem zdravé výživy*. Praha : IFP Publishing Engineering s.r.o., 2007. 191 s. ISBN 80-903997-0-3.

HAJŠLOVÁ, Jana; SCHULZOVÁ, Věra. *Porovnání produktů ekologického a konvenčního zemědělství*. Praha : Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2006. 23 s. ISBN 80-7271-181-4.

HEALEY, Matthew. *Co je Branding?*. Praha : Slovart, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6.

KAPFERER, Jean. *New Approaches to Creating and Evaluating Brand Equity*. New York : Free Press, 1994. ??? s.

KOTLER, Philip; AMSTRONG, Gary. *Marketing*. Praha : Grada Publishing, 2003. 864 s. ISBN 86-247-0513-3.

MOUDRÝ, Jan; PRUGAR, Jaroslav. *Biopotraviny - hodnocení kvality, zpracování a marketing: Příručka ekologického zemědělce*. 1/2002. Praha : Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2002. 34 s. ISBN 80-7271-111-3.

OLINS, Wally. *O značkách*. Praha : Argo, 2009. 253 s. ISBN 978-80-257-0158-4.

PETR, Jiří; DLOUHÝ, Josef. *Ekologické zemědělství*. Vyd. 1. Praha : Brázda, 1992. 305 s. ISBN 80-209-0233-3.

SMITH, Paul. *Moderní marketing*. Praha : Computer press, 2000. 518 s. ISBN 80-7226-252-1.

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě*. Praha : Green marketing, 2006. 20 s. ISBN 80-7084-483-3.

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Český trh s biopotravinami 2007*. Praha: Green marketing, 10.4.2007. 65 s. ISBN 978-80-239-9241-0.

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Český trh s biopotravinami 2008*. Praha: Green marketing, 2.6.2008. 65 s. ISBN 978-80-254-2032-4.

Internetové zdroje

KOLÁŘOVÁ, Hana. Co jsou a kde se vzaly Biopotraviny. *Bedrník : časopis pro ekogramotnost* [online]. 2003, roč. 1, č. 3, [cit. 2011-06-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.czp.cuni.cz/enwikidata/hk/Biopotraviny>>.

Viscojis.cz : Základní informace o ekologickém zemědělství a biopotravinách. [online]. 2011 [cit. 2011-06-14]. Ekologické zemědělství, bioprodukty a biopotraviny. Dostupné z WWW: <http://www.viscojis.cz/teens/index.php?option=com_content&view=article&id=29:24&catid=110:jak-nakupovat-potraviny&Itemid=159>.

DLOUHÝ, Josef. *Bioinstitut.cz* [online]. 28.11.2010 [cit. 2011-06-14]. Kontrola a certifikace biopotravin. Dostupné z WWW: <<http://www.bioinstitut.cz/documents/Kontrolaacertifikace.pdf>>.

Fitlife.cz [online]. 2011 [cit. 2011-06-11]. Cíle ekologického zemědělství. Dostupné z WWW: <<http://www.fitlife.cz/cile-ekologickeho-zemedelstvi>>.

Ifoam.org [online]. 2009 [cit. 2011-06-11]. The Principles of Organic Agriculture. Dostupné z WWW: <http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html>.

Zf.jcu.cz [online]. 2003 [cit. 2011-06-11]. Historie ekologického zemědělství. Dostupné z WWW: <home.zf.jcu.cz/~kpicha/zbn/zbn/kapitola8g.doc>.

Zf.jcu.cz [online]. 2004 [cit. 2011-06-11]. Ekologické zemědělství. Dostupné z WWW: <http://home.zf.jcu.cz/~moudry/multif_zemedelstvi/frvs_pdf/3_EZ.pdf>.

Biospotrebitel.cz [online]. 2010 [cit. 2011-06-13]. Biopotraviny bez mýtů. Dostupné z WWW: <http://www.biospotrebitel.cz/biospotrebitel/ms_files/03QFXFTM80512.pdf>.

Cenia.cz [online]. 2011 [cit. 2011-06-13]. Historie ekoznačení. Dostupné z WWW: <[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHNSY0V/\\$FILE/Historie_ekoznačení_a_log_a_ekoznaček_různých_zemí_světa.pdf](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHNSY0V/$FILE/Historie_ekoznačení_a_log_a_ekoznaček_různých_zemí_světa.pdf)>.

Countrylife.cz [online]. 2011 [cit. 2011-06-13]. Co je to bio a jak jej poznám. Dostupné z WWW: <<http://www.countrylife.cz/bioskoly/bio-co-je-to-bio-a-jak-jej-poznam>>.

Abcert.cz [online]. 2006 [cit. 2011-06-14]. Společnost ABCERT. Dostupné z WWW: <<http://www.abcert.cz/index.php?id=1>>.

Bio-info.cz [online]. 26. 2. 2010 [cit. 2011-06-14]. Konvenční zemědělství potřebuje více energie než ekologické. Dostupné z WWW: <<http://www.bio-info.cz/zpravy/konvencni-zemedelstvi-potrebuje-vice-energie-nez-ekologicke>>.

Biokont.cz [online]. 2006 [cit. 2011-06-14]. O společnosti. Dostupné z WWW: <http://www.biokont.cz/images/o_spolenosti_20101201.pdf>.

Biospotrebitel.cz [online]. 2007 [cit. 2011-06-14]. Srovnávací test cen biopotravin a konvenčních potravin v pražských obchodech a super/hypermarketech. Dostupné z WWW: <http://www.biospotrebitel.cz/data/pdf/Srovnavaci_nakup.pdf>.

Eagri.cz [online]. 2009 [cit. 2011-06-14]. Zapojením ÚKZÚZ se zvýší transparentnost a efektivita kontrol ekologických podniků. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/file/29971/text_uredni_kontroly_final.pdf>.

Eagri.cz [online]. 31.12.2010 [cit. 2011-06-14]. Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31.12.2010. Dostupné z WWW: <eagri.cz/public/web/file/105980/statistika_zakladni_31_12_2010.doc>.

CHARVÁT, Hugo. *Ekolist.cz* [online]. 26.4.2010 [cit. 2011-06-14]. Biopotraviny mají menší uhlíkovou stopu než konvenční potraviny, říká studie. Dostupné z WWW:

<[http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/biopotraviny-maji-mensi-uhlikovou-stopu-
nez-konvencni-potraviny-rika-studie](http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/biopotraviny-maji-mensi-uhlikovou-stopu-
nez-konvencni-potraviny-rika-studie)>.

Kez.cz [online]. 2009 [cit. 2011-06-14]. Kdo jsme. Dostupné z WWW:
<<http://www.kez.cz/nabidka-sluzeb>>.









Mesto-zatec.cz [online]. 2007 [cit. 2011-06-14]. Ekologické zemědělství. Dostupné z
WWW: <[http://mesto-
zatec.cz/modules/dokumenty/soubory/formulare/ZP/pdf/265.pdf](http://mesto-
zatec.cz/modules/dokumenty/soubory/formulare/ZP/pdf/265.pdf)>.









Organic-bio.com [online]. 2011 [cit. 2011-06-14]. Značky. Dostupné z WWW:
<<http://www.organic-bio.com/cz/znacky/>>.



Zf.jcu.cz [online]. 2010 [cit. 2011-06-14]. Program certifikace dle standardů KEZ
(IFOAM). Dostupné z WWW: <home.zf.jcu.cz/~kpicha/zbn/zbn/kapitola8j.doc>.

Přílohy

Příloha 1 Přehled značek biopotravin v Evropě

Itálie		Italská asociace zaměřená na bio zemědělství.
Francie		L'Agence BIO je skupina zaměřená na rozvoj a propagaci bio zemědělství.
		ECOCERT je kontrolní a certifikační organizace.
		NATURE & PROGRES je jednou z hlavních a nejstarších organizací biologického zemědělství ve Francii i v Evropě.
Portugalsko		AGROBIO je první asociace bio farmářů v Portugalsku.
Lotyšsko		Association of Latvian Organic Agriculture (ALOA) je profesionální organizace spolupracující s ministerstvy zemědělství a životního prostředí.
Rakousko		ABG je rakouská vedoucí firma v oboru bio kontroly.
Německo		BCS ÖKO-GARANTIE je licencovaná kontrolní agentura.

		Mezinárodní německá značka Bio-Siegel.
		Největší německá asociace bio farmářů.
		
		
Švýcarsko		Pod značkou Bio Natur Plus jsou sdruženy bioprodukty firmy Manor.
		Informační centrum pro výrobce a držitele licence Miss organic label.
		
		

		
		<p>Program Bio Firmy Migros propaguje zemědělství blízké přírodě a společnost se tím hlásí k myšlence udržitelného rozvoje.</p>
		<p>Coop Naturplan oceňuje potraviny pocházející z biologického zemědělství, vyrobené podle přísných pravidel BioSuisse a nesoucí značku bio.</p>
		<p>Hlavní vína značky Vinatura jsou vyrobená podle principů integrované výroby stanovené Mezinárodní organizací pro biologickou regulaci škůdců (IOBC) a jsou právem považována za takřka dokonalá.</p>
Belgie		<p>Značka Biogarantie je označení bio výrobků v Belgii.</p>
Lucembursko		
Česká republika		<p>Bio značka v ČR, která je ve vlastnictví státu.</p>
Bulharsko		<p>Značka pod kontrolou Ministerstva zemědělství.</p>

Norsko		The Ø-label je registrovaná značka vlastněná společností Debio. Jenom členové nebo firmy certifikované Debio mohou v Norsku používat na svých výrobcích označení bio.
Nizozemsko		Společnost Skal je držitelem symbolu EKO Quality. Tato značka je zárukou bio produkce certifikované firmou Skal.
Irsko		The Irish Organic Farmers and Growers Association (IOFGA) certifikuje bio potraviny a bio výrobky v celém Irsku.
Švédsko		Asociace KRAV je klíčovým hráčem na trhu bioproduktů ve Švédsku. Vyvíjí bio standardy a prosazuje vlastní označení bio výrobků KRAV.
Finsko		Národní značka.
		Toto logo smějí na svých výrobcích používat zemědělci a zpracovatelé, kteří produkují biovýrobky podle standardů organizace Luomuliitto.
Slovensko		Slovenská národní značka bioproduktů, kterou jsou certifikovány produkty ekologického zemědělství.
Spojené království		Je certifikační společnost akreditovaná firmou DEFRA. Je pověřena inspekcí biologické produkce ve Velké Británii.

		Britská certifikační společnost zabývající se bio zemědělstvím a jeho produkty.
Dánsko		
Evropa		NAŘÍZENÍ RADY (ES) č. 834/2007 ze dne 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů.

Pozn.: EA-16 jsou země, které přijaly euro. Hodnoty pro rok 2010 jsou predikce.

Zdroj: Eurostat,

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcod=e=tsieb> (data k 29.3. 2010).

Příloha 2 Spotřební koš srovnávaných potravin

Spotřebitelský koš srovnávaných potravin	
brambory	musli oříškové
zeleninový bujón	máslo
cibule	med
čerstvý kozí sýr	mléko plnotučné
čočka zelená	mošt (nebo juce 100%)
čokoláda mléčná	mouka - pšeničná hladká
dětská výživa - meruňková	mrkev
eideam 30%	musli tyčinka
hovězí maso - svíčková	olivový olej
chléb	řýže basmati
pečivo - večka	slivovice
jablko	šunka (lisovaná)
jogurt bílý	těstoviny (necelozrnné)
jogurt ovocný jahodový	tvaroh
kakao	uherák
káva mletá	vejce

kečup	vepřové maso - pečeně bez kosti
kmín celý	víno - cabernet 2004 0,7l
bylinková sůl 12 bylin	víno - muškát moravský 2004 0,7l
kukuřičné lupínky	zelený čaj

Zdroj: http://www.biospotrebitel.cz/data/pdf/srovnacni_nakup.pdf (11.6.2011)

Příloha 3 Cena a značky jogurtů v jednotlivých obchodních řetězcích

	Objem balení	Obchodní řetězce					
		Albert	Billa	Globus	Interspar	Penny M.	Tesco
ALBERT BIO bílý	150g	6,60 Kč	x	x	x	x	x
ALBERT BIO ovocný	150g	7,70 Kč	x	x	x	x	x
Alnatura bílý	500g	x	x	5,00 Kč	x	x	x
Alnatura ovocný	500g	x	x	8,00 Kč	x	x	x
Bio Style bílý	150g	x	x	x	x	7,70 Kč	x
Bio Style ovocný	150g	x	x	x	x	9,30 Kč	x
Bio Style pudíng	150g	x	x	x	x	8,60 Kč	x
Hollandia Selský bílý	400g	x	5,00 Kč	5,00 Kč	x	x	x
Hollandia Selský bílý	180g	x	x	7,20 Kč	x	x	x
Milko Bio tvaroh bílý	250g	x	x	10,00 Kč	x	x	x
Milko Bio tvaroh ovocný	140g	x	x	13,20 Kč	x	x	13,20 Kč
Mlékárana Valmez ovocný	150g	x	9,30 Kč	11,30 Kč	x	x	11,90 Kč
Narur*Pur bílý	400g	x	x	x	5,00 Kč	x	x
Narur*Pur bílý	150g	x	x	x	6,60 Kč	x	x
Narur*Pur ovocný	400g	x	x	x	7,50 Kč	x	x
Narur*Pur ovocný	150g	x	x	x	8,60 Kč	x	x
Narur*Pur vanilka, čokoláda	150g	x	x	x	10,60 Kč	x	x

Naše Bio bílý z koziho mléka	150g	x	13,30 Kč	x	x	x	x
Naše Bio ovocný	200g	x	8,50 Kč	x	x	x	x
OLMA bílý	150g	7,70 Kč	x	7,70 Kč	7,90 Kč	x	7,70 Kč
OLMA ovocný	150g	9,30 Kč	x	9,30 Kč	x	x	9,70 Kč
Tesco organic bílý	125g	x	x	x	x	x	6,60 Kč
Tvaroh Matylda	110g	x	11,70 Kč	9,00 Kč	x	x	11,70 Kč

Zdroj: vlastní úprava

Příloha 4 Seznam jogurtů v jednotlivých obchodních řetězcích

ALBERT (hypermarket)							
INTERSPAR (hypermarket)							
BILLA (supermarket)							
GLOBUS (hypermarket)							
PENNY MARKET							
TESCO (hypermarket)							

Zdroj: vlastní úprava