

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Bakalářská práce

**Ekologické zemědělství a jeho příspěvek k rozvoji
venkova**

Barbora Havlíková

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Ing. Lukáš Zagata, Ph.D.

© 2010/2011 ČZU v Praze

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd

Akademický rok 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Barbora Havlíková

obor Veřejná správa a regionální rozvoj

Vedoucí katedry Vám ve smyslu Studijního a zkušebního řádu ČZU v Praze čl. 16 určuje tuto bakalářskou práci.

Název práce: **Ekologické zemědělství a jeho příspěvek k rozvoji venkova**

Osnova bakalářské práce:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Literární rešerše
4. Empirická část
5. Závěr
6. Seznam použitých zdrojů
7. Přílohy

Rozsah hlavní textové části: 30 - 40 stran

Doporučené zdroje:

- Beck, U. (2004). Riziková společnost. Na cestě k jiné modernitě. Praha: Slon.
Dittrichová, Š. et al. (2008). Lištičky na vinici. Program rozvoje venkova a příčiny stagnace bioprodukce. Praha: Galén.
Librová, H. (2003). Vlažní a váhaví. Kapitoly o ekologickém luxusu. Brno: Doplněk.
Ministerstvo zemědělství ČR (2004). Akční plán pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010.
Ministerstvo zemědělství ČR (2007). Program Ekologické zemědělství a biopotraviny.
Petr, J., Dlouhý, J. (1992). Ekologické zemědělství. Praha: Zemědělské nakladatelství Brázda.
Urban, J., Šarapatka, B. et al. (2003). Ekologické zemědělství I., II. Učebnice pro školy a praxi. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Ing. Lukáš Zagata, Ph.D.**

Termín odevzdání bakalářské práce: duben 2011


Vedoucí katedry




Děkan

V Praze dne: 8. 3. 2010

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci " Ekologické zemědělství a jeho příspěvek k rozvoji venkova" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce pana Mgr. Ing. Lukáši Zagatovi, Ph.D. a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2011

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala přednostně vedoucímu mé bakalářské práce panu Mgr. Ing. Lukáši Zagatovi, Ph.D, za jeho náměty, odborné rady, připomínky a trpělivost. Dále bych ráda poděkovala svým rodičům, kteří mě podporovali po celou dobu studia.

Ekologické zemědělství a jeho příspěvek k rozvoji venkova

Souhrn

Bakalářská práce pojednává o ekologickém zemědělství, označování biopotravin a kvalitních potravin a jejich propagačních a informačních programech a kampaních.

První část této práce se zabývá představením pojmu ekologické zemědělství, seznámením s jeho vývojem jak ve světě, tak i v České republice. Dále pojednává o legislativě a propagačních programech. V závěru první části seznamuje čtenáře s označováním biopotravin a logy používanými k označení českých i evropských produktů ekologického zemědělství.

Druhá část bakalářské práce uvádí a popisuje propagační a informační programy a kampaně, které v současné době probíhají nebo skončily před krátkou dobou. Uvádí také výsledky výzkumů v návaznosti na uskutečněné propagační programy.

V závěru práce je uveden dopad propagačních kampaní na rozvoj venkova.

Klíčová slova: ekologické zemědělství, biopotraviny, kvalita, propagační programy, kampaně

Organic farming and its contribution to rural development

Summary

This paper discusses the overall development of the organic farming sector highlighting the organic food and high quality food, their information programs and campaigns, eventually discussing the impact of these programs and campaigns to rural development.

The first part gives a background about organic farming; its development worldwide and in Czech Republic. This will additionally discuss the relevant legislation and advertising programs. Moreover, the later portion of the first part will introduce the status of labeling organic food: Specifically the logos used to represent and distinguish between European Union and Czech Republic's organically farmed products.

The second part focuses on the ongoing or recently finished advertising and campaign programs. This part will also reveal the results of the field research that was carried out for the promotional programs for organic farming.

The paper will conclude by stating the impacts of advertising campaigns on rural development.

Keywords: organic farming, organic food, quality, advertising program, campaign

OBSAH

1. ÚVOD.....	9
2. CÍL PRÁCE A METODIKA.....	11
2.1 Cíl práce	11
2.2 Metodika	11
3. LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	12
3.1 Zemědělství.....	12
3.2 Ekologické zemědělství a jeho význam	12
3.3 Důvody vzniku ekologického zemědělství	14
3.4 Hlavní problémy konvenčního zemědělství.....	15
3.5 Vývoj ekologického zemědělství	16
3.5.2 Vývoj ekologického zemědělství v České republice.....	19
3.6 Legislativa a dokumenty v České republice.....	21
3.6.1 Legislativa	21
3.6.2 Akční plán ČR	22
3.6.3 Program rozvoje venkova.....	22
3.7 Ekologické zemědělství a Evropská unie.....	23
3.7.1 Logo Evropské unie.....	25
3.8 Cíle ekologického zemědělství	26
3.9 Podpora a propagace	27
3.10 Loga potravin	29
3.10.1 Klasa	29
3.10.2 Bio	29
3.10.3 Regionální potravina	30
4. EMPIRICKÁ ČÁST	32
4.1 Propagace ekologického zemědělství a jeho produktů – přírodní bohatství.....	32
4.2 Propagace značky BIO – „biozebra“.....	40
4.3 Propagace značky Klasa.....	43
4.4 Projekt „Regionální potravina“	45
5. ZÁVĚR.....	48
6. LITERATURA	50

1. ÚVOD

Ekologické zemědělství je v současnosti velmi populární a aktuální, neboť se týká téměř každého obyvatele Země. Je to způsob hospodaření, který vychází z předpokladu života v souladu s přírodou a snaží se tak co nejméně škodit již tak zatíženému životnímu prostředí. Je to jeden z prostředků pro trvale udržitelný rozvoj, který je v současné situaci velmi častým a diskutovaným tématem dotýkajícím se budoucnosti života na planetě.

V České republice se ekologické myšlení rozšířilo v posledních dvaceti letech a v souvislosti s tím vzniklo mnoho značek zdobících obaly produktů vypěstovaných a vyrobených v souladu s pravidly ekologického zemědělství, které zaručují jejich kvalitu. Tento způsob hospodaření je především velká příležitost pro obyvatele venkova - ti mají k pěstování ekologicky příznivých plodin blíže než obyvatelé měst. Je to zároveň možnost, jak zabránit vylidňování venkova, a skvělá příležitost k tvorbě nových pracovních míst a návratu zemědělské prvovýroby tam, kde původně vznikala.

V roce 1990 hospodařily ekologicky pouze 3 podniky na výměře 480 ha. Do roku 2010 se jejich počet rozrostl na 3517 a celková výměra zemědělské půdy v ekologickém zemědělství na 448 202. Nárůst počtu zemědělců a obhospodařovaných ploch nastal zejména díky dotacím, které od roku 1998 poskytuje Ministerstvo zemědělství České republiky.

Téma považuji za zajímavé a důležité hlavně proto, že zejména v posledních deseti letech lze pozorovat nejen již zmíněný nárůst ekologicky hospodařících firem, ale také obrovský zájem spotřebitelů o jejich produkty. Je patrné, že lidé se po roce 1989 začali zajímat o to, co kupují a jak se stravují – příčin je pravděpodobně hned několik. Jednou z nich je fakt, že éra socialistického zemědělství zničila rodinné hospodářství jako takové, a tím zanikly tradiční farmářské výrobky, základní biopotraviny, jako je např. maso, mléko, zelenina, máslo, slanina... Se společenskými změnami se začaly objevovat pro nás nové informace ze zahraničí, zejména vyspělých sousedních států jako je Rakousko a Německo, a do jisté míry začaly ovlivňovat naše vnímání tohoto problému. Podstatným faktorem bylo i zjištění, že provázanost způsobu stravování a našeho zdravotního stavu je více než jasná. Lidé si konečně uvědomují, že nárůst alergií či civilizačních nemocí je alarmující, a jednu z možností, jak jej alespoň zmírnit, máme do jisté míry ve svých rukou. Hledáme zdravé potraviny bez chemických přísad, konzervantů, barviv a vůní. A konečně: uspěchaná doba, stres, hon za materiálními hodnotami mnohé z nás příliš neuspokojují;

společenský tlak je ovšem natolik silný, že bývá obtížné se takovému životnímu stylu vyhnout. Lze jej ovšem alespoň kompenzovat – možná právě hledáním nového přístupu k našemu stravování. Někteří lidé vnímají tuto novou cestu dokonce takřka filozoficky – potřebují dát nový smysl svému životu, právě třeba tím, že respektují přírodu a potřeby zvířat.

Jednou z důležitých oblastí v současné době v souvislosti s ekologickým hospodařením jsou informační a propagační kampaně o principech ekologického zemědělství a jeho produktech – biopotravinách. Značení biopotravin stejně jako pravidla ekologického zemědělství podléhají evropské legislativě a zákonu 242/ 2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Na českém trhu se mohou spotřebitelé nejčastěji setkat s následujícími značkami: Biozebra, Klasa a Regionální potravina. Označení BIO, nebo také „biozebra“, se na českém trhu vyskytuje již od roku 1993, téměř od samého začátku ekologického hospodaření v České republice. Značka Klasa, které si můžeme všimnout na billboardech i v televizních spotech, se poprvé začala objevovat na biopotravinách o deset let později, tedy roku 2003. Novinkou na trhu je značka Regionální potravina, která se objevila roku 2010.

Tato bakalářská práce se kromě vysvětlení základních pojmů týkajících se ekologického zemědělství uvedených v literární rešerši zabývá v empirické části propagačními kampaněmi výše zmíněných značek. Uvádí, jak tyto propagační kampaně probíhají co je jejich cílem, na které skupiny spotřebitelů se zaměřují a jakým způsobem obecně interpretují podstatu ekologického hospodaření a kvalitu biopotravin.

2. CÍL PRÁCE A METODIKA

2.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je nejprve pomocí literární rešerše představit ekologické zemědělství, jeho zásady a pravidla, popsat jeho vývoj, uvést další důležité informace a pojmy související s tématem ekologického zemědělství, a dále představit finanční fondy a organizace, které podporují rozvoj ekologického zemědělství.

Obecným cílem empirické části bakalářské práce prozkoumat a vysvětlit různé způsoby propagace kvalitních potravin v České republice, jako např. potraviny s certifikátem Bio, Klasa a regionální potravina.

Specifickým cílem je představit reklamní materiály zmíněných kampaní a uvést výsledky výzkumů týkající se povědomí občanů o ekologickém zemědělství a biopotravinách za účelem zodpovězení hlavní výzkumné otázky: „ Jak jsou propagovány kvalitní potraviny a jaké jsou důsledky jejich produkce pro rozvoj venkova?“

2.2 Metodika

Teoretická část práce je sestavena na základě literární rešerše. V této části se zabývám seznámením se základními principy ekologického zemědělství, jeho vývojem a legislativou a uvádím zde ty značky biopotravin, jejichž kampaním se věnuji v části praktické. Potřebné informace k napsání této literární části jsem získala studiem odborných publikací, odborných článků a webových stránek zabývajících se ekologickým zemědělstvím, jeho propagací a problémy s tím spojenými. Jejich seznam je standardně uveden na konci bakalářské práce.

Empirická část využívá kvalitativního přístupu v sociálních vědách. Data pro dané šetření byla pořízena prostřednictvím techniky studia dokumentů. Sebraná data byla analyzována s využitím standardních postupů v kvalitativním výzkumu. Soubor sledovaných dokumentů (propagační materiály) byl sestaven prostřednictvím záměrného výběru. V této části jsem využila informací prezentovaných zejména na webových stránkách Ministerstva zemědělství ČR, Evropské komise a příslušných stránek propagujících značky Bio, Klasa a Regionální potravina.

3. LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Zemědělství

Zemědělství je jedním z nejstarších a nezastupitelných odvětví lidské činnosti a spolu s navazující potravinářskou výrobou se řadí mezi tradiční odvětví národního hospodářství. Úroveň zemědělství v České republice se blíží průměru zemí bývalé evropské patnáctky, a to především díky století dlouhé a ověřené tradici, která české zemědělství proslavila i za hranicemi. Mezi exportní produkty se na prvních příčkách řadí cukr, slad, obiloviny, živá zvířata a mléko.

Mezi primární úkoly zemědělské výroby se řadí zabezpečení výroby potravin, kvalitních krmiv a steliv pro živočišnou výrobu a dále zabezpečení kvalitních surovin pro průmysl potravinářský, textilní, farmaceutický, krmivářský, chemický a další.

V dnešní době nepatří mezi úkoly zemědělství pouze výroba potravin, toto odvětví plní i další společenské a ekologické funkce. Vytváření a ochrana krajiny spolu s plněním sociální a osídlovací funkce venkova patří mezi jeho další neméně důležité cíle.

Jelikož je zemědělská činnost nedílnou součástí venkovského prostoru, který potřebuje nejen péči, ale i podporu, jsou zemědělci k těmto prospěšným činnostem vedeni dotačními nástroji, a to nejen na úrovni národní, ale i evropské. (Mze 2009, Mze 2004)

3.2 Ekologické zemědělství a jeho význam

Webové stránky organizace IFOAM (2009) uvádějí, že ve světě ekologicky se hospodaří ve 160 zemích a 37,2 milionu hektarů zemědělské plochy je ekologicky obhospodařováno 180 miliony farmářů.

Ekologické zemědělství, které bývalo zejména u nás před rokem 1990 označováno i jako alternativní, organické zemědělství nebo také biozemědělství, je názvem pro mnoho směrů a forem tohoto zemědělství. Jedná se o způsob hospodaření, který dbá na ochranu životního prostředí, šetří neobnovitelné zdroje a chrání zdraví populace. Je to takový systém, který zakládá svou působnost na lokálních a obnovitelných zdrojích. Příroda je zde chápána jako celek se svou vnitřní hodnotou, a proto ekologické zemědělství vytyčuje pravidla, podle kterých by se každý měl řídit, aby napomáhal přirozenému chodu přírody, začleňování kulturní krajiny do harmonického vztahu s přírodou. Prosazování kvality nad kvantitou patří mezi jeho priority. I když má ekologické zemědělství více forem, v žádné

z nich není povoleno používání chemických hnojiv a pesticidů. Jsou používána taková hnojiva, která jsou šetrná k přírodě, chovaným živočichům, k celému životnímu prostředí. Jsou to hnojiva organická. (Petr, Dlouhý a kol., 1992)

Evropská i naše legislativa upravují pravidla ekologického zemědělství a spolu s ním i výrobu biopotravin. Nová evropská legislativa platí od 1. ledna roku 2009 a je stejná pro všechny členy Evropské unie. (Vorlíček, 2010)

Mezi další důležité podpěrné pilíře ekologického zemědělství se řadí Codex Alimentarium. Jak uvádějí FAO a WHO (2010), je to dokument, který definuje ekologické zemědělství na základě vyjádření expertů z celého světa. Byl založen roku 1963 a na jeho vzniku se podílely dvě organizace Spojených národů, FAO a WHO, neboli Organizace pro potraviny a zemědělství a Světová zdravotnická organizace. Název Codex Alimentarium pochází z latiny a často se uvádí překlad „potravinářský zákoník“.

„Codex Alimentarium definuje ekologické zemědělství jako komplexní systém zemědělské produkce (zahrnující rostliny i zvířata), který dává přednost vnitropodnikovému koloběhu před využíváním externích produkčních faktorů. K tomu jsou používány biologické a mechanické pěstitelské metody, zatímco chemicky-syntetické pomocné látky se nepoužívají. Ekologický chov zvířat je založen na úzkém propojení mezi zvířaty a zemědělskou plochou. K tomu patří i skutečnost, že zvířata dostávají značnou možnost pohybu venku na velkých plochách a krmiva, která jsou vyprodukovaná nejen ekologicky, ale přednostně ve vlastním podniku. Ustanovení týkající se etického ustájení a přiměřené veterinární péče tvoří přísný rámec pro tuto oblast ekologického zemědělství. V EZ platí pro pěstování rostlin a chov zvířat stejné cíle: produkční metody šetrné z hlediska ochrany životního prostředí, harmonické využívání krajiny, etický chov a výroba zemědělských produktů vysoké kvality.“(Urban, Hradil, Čech, 2002)

Každý ekologický zemědělec má povinnost být registrován na Ministerstvu zemědělství České republiky, je pravidelně kontrolován příslušnými státem pověřenými kontrolními organizacemi. Stát sám garantuje dodržování těchto pravidel, uvádí Asociace soukromého zemědělství ČR (2011).

3.3 Důvody vzniku ekologického zemědělství

Počátkem 20. století se stále více obyvatel začalo stěhovat do měst a napomáhat tak rozvoji průmyslu, vědy a techniky, což se také velmi významně promítlo do způsobu obhospodařování zemědělských ploch. Pomocí nové a lepší techniky se zvyšovala zemědělská produkce a lidé na venkově už vypěstovanými potravinami nezásobovali jen sebe, ale převzali roli dodavatelů a zásobitelů lidí ve městech.

Jednak byl prodej průmyslových hnojiv ekonomicky výnosný a jednak se objevil další faktor, který podporoval používání průmyslových hnojiv, a to byl nadbytek amoniaku a dusičnanu, které se používaly jako základ pro výrobu výbušnin a chemických bojových látek v obou světových válkách. Nadbytek těchto látek a nevyužitá kapacita chemického průmyslu po druhé světové válce přinesly možnost používat průmyslová hnojiva a postavit tak zemědělství do role přirozeného odběratele již zmíněných látek.

Již po první světové válce začínají být kromě výrazného pokroku známy i první negativní důsledky tradičního zemědělství. Jedná se tehdy hlavně o snížení kvality půdy, spojené s nižší plodností hospodářských zvířat, a to především kvůli používání těžkých strojů a minerálních hnojiv.

Po druhé světové válce se projevuje industrializace zemědělství ještě výrazněji, v době války i po ní stále přetrvává nedostatek potravin. U nás se toto období nazývalo „socializace zemědělství“, probíhala intenzifikace zemědělství. Docházelo k likvidaci rodinných farem, zakládání JZD, scelování pozemků, prakticky k úplnému potlačení soukromého zemědělství. To byly příčiny změn vztahů zemědělců k pracovní motivaci, změnily se jejich vztahy k půdě, a tím i k životnímu prostředí a hospodářským zvířatům. To se později začalo projevovat v silně znečištěném a poškozeném životním prostředí. V rámci intenzifikace zemědělství se zvyšovala kvantita potravin neustálým hnojením průmyslovými hnojivy, ale na kvalitu a důsledky tohoto počínání už nikdo tolik ohledy nebral. Velmi významnou úlohu v pěstování v tomto období mělo šlechtění určitých plodin. Avšak podmínky, ve kterých byly pěstovány nové odrůdy plodin a chována daná zvířata, měly nespočet nedostatků. (Urban, Šarapatka a kol., 2003)

3.4 Hlavní problémy konvenčního zemědělství

Petr, Dlouhý a kolektiv (1992) uvádějí tyto důsledky intenzifikace zemědělství podle H. Vogtmanna:

	Výhody	Nevýhody
Racionalizace produkce	snížení potřebného času a práce	zpusťošení krajiny (devastace), omezení přírody, degradace půd, ekologická nerovnováha, znečistění prostředí, plýtvání – zneužívání přírodních zdrojů, odcizení se přírodě
Používání průmyslových hnojiv	zvýšení výnosů	zhoršení kvality potravin, znečistění vody, degradace půdy, snížení odolnosti plodin, plýtvání energií
Používání pesticidů	snížení ztrát, záruka vysoké sklizně	rezidua v potravinách, změny v rozmanitosti a složení druhů, vznik rezistence proti pesticidům

Konvenční způsob zemědělství během posledních několika desítek let úplně změnil tvář krajiny. Prosazování koncentrace a specializace výroby vedlo k rozšiřování a zvětšování hospodářských podniků, odlesňování krajiny, zakládání nových polí. To způsobovalo postupné mizení nádherné krajiny protkané sítí potůčků, mozaikami luk, strání a mezí, ve kterých nacházel domov nespočet rostlinných i živočišných druhů. Volně žijící druhy rostlin i živočichů tak přišly o své přirozené domovy. (Petr, Dlouhý a kol., 1992)

Mezi hlavní problémy dosavadního, tedy konvenčního zemědělství, patřilo vykořisťování neobnovitelných zdrojů, kontaminace podzemních i povrchových vod, snížení úrodnosti půd, snížení imunity kulturních rostlin, vytvářela se odolnost škůdců, plevelů i chorob proti používaným prostředkům - to vše bylo způsobeno především používáním agrochemikálií. V chovu hospodářských zvířat se objevovaly problémy, jako je tyranie zvířat, špatné ustájení, nadbytečné úpravy těl zvířat, např. kupírování, podávala se jim kontaminovaná krmiva, zvířata měla sníženou odolnost vůči nemocem, nižší plodnost a celkově nižší životnost. (Urban, Šarapatka a kol., 2003)

Mezi další nedostatky patřil problém skladování a zpracování potravin. Zemědělci ztrácejí přímý kontakt se spotřebiteli, potraviny je potřeba přepravovat na větší

vzdálenosti, je nutné zajistit delší trvanlivost pomocí konzervačních látek, a tím se mění původní složení potravin - obsah minerálních látek, vitamínů, aminokyselin a jiné. Celkově se mění struktura zemědělských podniků, jsou více závislé na dodavatelských, vnějších vstupech, mezi něž patří například šlechtitelé osiv, nová technika, hybridizace a další. Na zemědělce narůstá tlak ohledně zvyšování produkce, což má za důsledek poškozování krajiny a zároveň úbytek rolníků na venkově. Celkově poklesl význam zemědělství na venkově, poklesla kvalita potravin a motivace rolníků, a objevují se škody na životním prostředí i poškození kulturní krajiny. (Urban, Šarapatka a kol., 2003)

3.5 Vývoj ekologického zemědělství

Všechny výše zmíněné negativní důsledky konvenčního zemědělství vedly k jednotné myšlence průkopníků ekologického zemědělství, a to k utvoření a vymezení jeho základních principů a pravidel.

V šedesátých letech se jednalo především o pár příznivců alternativních metod, kteří se pokoušeli hospodařit velmi jednoduše a především bez geneticky modifikovaných organismů. Nečekali na výsledky výzkumů, ale sami dokázali, že hospodaření tímto způsobem je úspěšné a udržitelné. Jednalo se v první řadě o nadšence z Anglie, Nizozemí, Francie a Německa.

První výzkumná pracoviště, která vznikala především za podpory nadšených spotřebitelů, se nacházela z počátku ve Švýcarsku, Anglii, a Německu. V sedmdesátých letech se k ideji alternativního hospodaření, podpořené ekonomickými i idealistickými důvody, začaly hlásit i tradiční zemědělské rodiny.

Velmi důležité také bylo získat oddané a spokojené spotřebitele, kteří byli ochotni zaplatit za potraviny vyprodukované ekologickým zemědělstvím vyšší cenu, a v některých případech si i pro produkty ekologického zemědělství dojet. Pro zaručení kvality a dodržování ekologických principů zavedli zemědělci systém dobrovolných kontrol a certifikací ekofarem.

Mezi zmíněné principy tohoto způsobu hospodaření patří hospodaření v souladu s přírodou a s pokud možno co nejmenší závislostí na vnějších vstupech. (Urban, Šarapatka a kol., 2003)

V roce 1972 vznikla mezinárodní federace sdružení za organické zemědělství IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements. Tato federace

sdužuje v současné době více než 750 organizací ze 108 zemí světa. Mezi tyto organizace se počítají svazy ekologických zemědělců, zpracovatelé, obchodníci, poradci, výzkumné a vzdělávací instituce, producenti a jiné. (IFOAM, 2009)

3.5.1 Vývoj forem a směrů ekologického zemědělství ve světě

Následující text o vývoji forem a směrů ekologického zemědělství ve světě je zpracován z publikace Petra, Dlouhého a kolektivu (1992).

Němečtí vědci již koncem 19. století kritizovali používání lehce rozpustných solí jako hnojiva pro rostliny. Vědci byli ovlivněni filozofií přírodního romantismu, který klade důraz na zemědělské metody v souladu s přírodou. Do tohoto období se datuje vznik prvních forem ekologického zemědělství. Mezi tyto formy se řadí zhruba pět hlavních směrů ekologického zemědělství, které se liší jak svojí filozofií, tak dobou vzniku a praktickými opatřeními.

Za první formu alternativního zemědělství se označuje organické zemědělství. Jeho zakladatelem byl Albert Howard, který jako jeden z prvních začal kritizovat používání chemických hnojiv. Na svých cestách po Indii se nechal v oblasti Indore inspirovat místními zemědělci, jejichž metody se vyznačovaly recirkulováním organických látek a kompostováním odpadů v zemědělství a jejich využíváním jako humusu. Danou techniku kompostování nazval Indore - tato technika se poté stala základem organického zemědělství. Za místo vzniku se označuje Velká Británie a definice organického zemědělství téměř odpovídá obecné definici ekologického zemědělství. Jelikož je ve Velké Británii jiné klima a jiná tradice, například v pastvě zvířat, je v původní formě organického zemědělství vidět značné ovlivnění těmito podmínkami. Především se klade důraz na podporu rozvoje komplexu mykorrhizy. Je dokázáno, že v ekologickém zemědělství je rozvoj mykorrhizy podstatně větší oproti zemědělství konvenčnímu. Tento typ zemědělství je především rozšířen v anglicky mluvících zemích.

Na základech antroposofické filozofie rakouského filozofa, vědce, pedagoga, umělce a zakladatele antroposofie Rudolfa Steinera vzniká počátkem dvacátých let 20. století biodynamické zemědělství. Roku 1924 v Koberwitzu předložil Steiner svoje názory na nutné změny v tehdejším zemědělství v cyklu přednášek. Tyto názory jeho stoupenci a následovníci později rozvíjeli až do dnešní podoby biodynamického zemědělství. Steiner se při stanovení základních principů biodynamického zemědělství opíral o názory J. W.

Goetheho, který považoval za nový způsob chápání světa pouhé intuitivní myšlení a pozorování přírody. Toto pak stavěl do protikladu s analytickým a fyzikálně mechanickým myšlením, které v té době převládalo. To Steiner ještě doplňuje o oblasti, kterým se Goethe vyhnul. Steiner odvozuje své poznatky od názoru, že k člověku vedou v přírodě tři stádia, a to zvířata, rostliny a minerály, a člověk se od nich odlišuje svým myšlením a uvědomováním si vlastního já.

Tento druh zemědělství lze nalézt po celém světě, nejvíce však v Evropě, a to v Německu, Švýcarsku, Nizozemí a Skandinávii.

Po druhé světové válce se v Evropě pomalu šíří organicko-biologické zemědělství. Tato metoda vychází z předpokladu, že kvalitní a plnohodnotné produkty zemědělství lze vypěstovat pouze a jedině za předpokladu, že jsou pěstované ve zdravé a kvalitní půdě, která má přirozenou úrodnost. A dále zastává názor, že zdraví organismu má jednoznačnou a přímou souvislost s biologickou kvalitou potravy. K hnojení se využívá organického hnojiva, a to zejména kompostu a chlévské mrvy. Za zakladatele se označují švýcarští biologové Hans a Maria Müllerovi a německý lékař Hans Peter Rusch. V roce 1948 se potkal lékař Rusch s biologem Müllerem a díky vzájemné spolupráci určili o dva roky později, tedy roku 1950, základy organicko-biologického zemědělství. Na základě poznatků o kolibakteriích a laktobakteriích stanovují tři zóny v půdě: zónu rozkladu, vrstvu s bakteriemi mléčného kvašení a humusovou zónu. Rusch rozvíjí svou teorii

„Kreislauf lebendiger Substanz“, ve které popisuje oběh živoucí substance přes rostliny do organismu, nejen zvířat, ale zároveň do organismu lidí a poté zpět do půdy v podobě humusu. Tento model hospodaření se rozšířil především v německy mluvících zemích a dále do Skandinávie.

Další formou alternativního zemědělství je biologické zemědělství. Tato metoda je rozšířena především ve frankofonních zemích; ve Francii, kde byla založena a má nejvíce stoupenců, se vyskytují její dvě formy.

První formou je metoda Lemair-Boucher, která vznikla za spolupráce profesora Raoula Lemaireho s fytopatologem Jaenem Bourem. Tato metoda se vyznačuje tím, že se zde hnojí mořskou řasou. Hnojení touto řasou (*Lithothamnium calcareum*) vede ke zlepšení kvality půdy a podporuje větší sklizeň a zdravější plody.

Za druhou formu biologického zemědělství založenou, v 60. letech, je označována metoda Claude Auberta. Tato metoda není nějak význačná. Svým charakterem odpovídá základnímu a obecnému popisu ekologického zemědělství.

Rychle se rozvíjející a šířící forma ekologického zemědělství je alternativní ekologické zemědělství. Je to metoda, do které se promítají některé již zmíněné formy zemědělství, jako je biologické, organické, organicko-biologické, a ke které se hlásí ti, kteří se nehlásí k žádnému z vyhraněných způsobů zemědělství, ale respektují zásady ekologického hospodaření a řídí se jimi. Velká část výzkumů ve výzkumných ústavech a na univerzitách se hlásí k této formě.

Kromě těchto pěti uvedených forem ekologického zemědělství se vyskytuje ještě mnoho dalších; jsou to formy, které se vyskytují například jen lokálně, nebo v určitých uzavřených skupinách lidí (ovlivněných např. orientální filozofií nebo vědecky těžko prokazatelnými teoriemi) a jsou málo rozšířené. Řadí se mezi ně například makrobiotická, veganická a jiné.

3.5.2 Vývoj ekologického zemědělství v České republice

Počátky ekologického zemědělství v Československu se datují do devadesátých let 20. století. První zmínky o ekologickém zemědělství se sice objevovaly již v letech 1985-1987, ale tehdy šlo o pouhé jednoduché přetisky odborných časopisů, o které mezi běžnou populací téměř nikdo nejevila zájem, nebo byly dokonce odsuzovány. Až časem sami spotřebitelé projevíli zájem o produkty, které jsou vypěstovány v souladu s přírodou a zaručují kvalitu. Mezi obyvateli se začal zvyšovat zájem o zdravé a nezávadné potraviny v souvislosti s publikacemi vydávanými v samizdatu. Jednalo se o publikace, které kritizovaly tehdejší potraviny, informovaly o nemocech, zejména onkologického původu, a srovnávaly Československo s ostatními, v tomto směru vyspělejšími zeměmi Evropy.

Ke konci osmdesátých let vznikaly první publikace na téma zdravá výživa, rady, jak si vypěstovat zeleninu bez použití chemie a jiné. Právě zájem spotřebitelů o ekologicky pěstované potraviny byl ten pravý impuls, který dal vzniknout prvnímu ekologickému hospodaření. Vlivem komunistického režimu, který odmítal a dokonce zakazoval kritiku dosavadního hospodaření, vše trvalo déle než v ostatních zemích. Roku 1988 založila skupina moravských vědců a odborníků „Odbornou skupinu pro alternativní zemědělství,“ která po převzetí základních pravidel a kroků ekologického hospodaření ze zahraničí je

začala prakticky ověřovat v podmínkách Československa. Téhož roku se začalo ekologicky hospodařit v třech podnicích, z nichž jedním byl nynější ZD Starý Hrozenkov, který je v současné době nejstarším ekologicky hospodařícím podnikem v České republice. O rok později, tedy roku 1989, začal být vydáván časopis o ekologickém zemědělství. Významnou akcí pro rozvoj ekologického hospodaření v Československu byla mezinárodní konference, která vzešla z podnětu odborné skupiny ČSVTS¹ a byla svolána a uskutečněna za pomoci světové organizace IFOAM ve Velké Bystřici u Olomouce. Mezi neméně významné mezníky vzniku a dalšího rozvoje ekologického zemědělství patří počín náměstka zemědělství pana Richarda Bartáka, který se roku 1990 zasloužil o přijetí rámcové směrnice IFOAM a prosadil první dotace pro podniky hospodařící na ekologické úrovni. (Urban, Šarapatka a kol., 2003)

Avšak roku 1992 se ministerstvo zemědělství rozhodlo dotace zrušit. Za pouhé dva roky, a to hlavně za pomoci dotací, narostla obhospodařovaná zemědělská plocha podle pravidel ekologického zemědělství až na 15 tisíc hektarů. Mezi lety 1993 až 1996 sice stagnoval nárůst ploch, ale ekologické zemědělství se rozrůstalo po kvalitativní stránce. Z původních pěti svazů ekologických zemědělců zbyly pouze dva. Lidé a podniky, kteří dříve hospodařili ekologicky pouze z důvodů dotací, od tohoto způsobu ustoupili. Roku 1994 bylo zavedeno jednotné označení bioproduktů na českém trhu. Roku 1998 ministerstvo obnovilo opět dotování ekologických zemědělců a 1. dubna roku 1999 vzniká nezávislá organizace KEZ, která kontroluje dodržování pravidel ekologického zemědělství v České republice. (Abeceda Zdraví s.r.o., 2005)

KEZ o.p.s. je první českou kontrolní a certifikační organizací, byla založena Svazem producentů a zpracovatelů biopotravin PRO-BIO, Spolkem poradců ekologického zemědělství EPOS a Nadačním fondem pro ekologické zemědělství FOA. KEZ o.p.s. a je akreditována u Českého institutu pro akreditaci jako certifikační a kontrolní organizace. KEZ o.p.s. a celá Česká republika jsou zařazeny do seznamu zemí, jejichž systém certifikace a kontroly je shodný s pravidly pro kontrolu v Evropské unii. Pomocí programu certifikace a kontroly byly organizaci KEZ o.p.s. uděleny nejen akreditace u

¹ „Český svaz vědeckotechnických společností - ČSVTS - byl založen v roce 1990 po rozdělení Československé vědeckotechnické společnosti na dva národní svazy. Jeho aktivity mají dlouholetou tradici a jednotlivé společnosti byly postupně zakládány již v první polovině 19. století.

V současné době je dobrovolným sdružením 68 nezávislých vědeckých společností, které jsou samostatnými právními subjekty s vlastními stanovami a hospodařením.“(Český svaz vědeckotechnických společností, 1990)

Českého institutu pro akreditaci, o.p.s. – ČIA, ale i celosvětově platné akreditace, a to v rámci Akreditačního programu IFOAM. (KEZ o.p.s., 2009)

V tabulce vývoje výměry zemědělské půdy v ekologické zemědělství v České republice, které uvádí ministerstvo zemědělství k datu 31. 12. 2010, můžeme vidět, jak se měnila situace v České republice za celých dvacet let.

<i>Rok</i>	<i>Počet podniků celkem</i>	<i>Výměra zemědělské půdy v EZ v ha</i>	<i>Procentuální podíl ze zem. půdního fondu</i>
1990	3	480	-
1991	132	17 507	0,41
1992	135	15 371	0,36
1993	141	15 667	0,37
1994	187	15 818	0,37
1995	181	14 982	0,35
1996	182	17 022	0,40
1997	211	20 239	0,47
1998	348	71 621	1,67
1999	473	110 756	2,58
2000	563	165 699	3,86
2001	654	217 869	5,09
2002	721	235 136	5,50
2003	810	254 995	5,97
2004	836	263 299	6,16
2005	829	254 982	5,98
2006	963	281 535	6,61
2007	1318	312 890	7,35
2008	1 946	341 632	8,04
2009	2 689	398 407	9,38
2010	3 517	448 202	10,55

Zdroj: Mze, 2011

3.6 Legislativa a dokumenty v České republice

3.6.1 Legislativa

V České republice je ekologické zemědělství a jeho pravidla definováno zákonem č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Tento zákon definuje ekologické zemědělství takto: „*Ekologickým zemědělstvím se rozumí zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky stanovením omezení či zákazů používání látek a postupů, které zatěžují, znečišťují nebo zamořují životní prostředí nebo zvyšují rizika kontaminace potravního řetězce, a který zvýšeně dbá na vnější životní projevy a chování a na pohodu chovaných hospodářských zvířat.*“ (Urban, Hradil, Čech, 2002)

Mezi další dokumenty patří nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, Nařízení Komise (ES) 889/2008 kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, pokud se jedná o ekologickou produkci, označování a kontrolu.

(PRO-BIO LIGA, 2011)

3.6.2 Akční plán ČR

Akční plán České republiky a Program rozvoje venkova jsou dokumenty, které podporují rozvoj ekologického zemědělství.

Akční plán je dokument vydávaný ministerstvem zemědělství. Popisuje strategie rozvoje ekologického zemědělství a především vytyčuje ty oblasti, které je nejvíce potřebné rozvinout a více se na ně zaměřit. Od letošního roku, tedy roku 2011, je schválen Akční plán na období 2011-2015. Tento plán byl přijat vládou České republiky dne 14. prosince 2010. Starý akční plán byl sestaven na období mezi roky 2004 – 2010. Nový akční plán má 8 kapitol. Každá kapitola se věnuje jiné problematice. První kapitola uvádí problematiku ekologického zemědělství, v druhé kapitole nalezneme zpětné vyhodnocení předchozího Akčního plánu České republiky do roku 2010, třetí kapitola popisuje současný stav ekologického zemědělství, čtvrtá vytyčuje vize a hlavní cíle Akčního plánu. Pátá kapitola uvádí hlavní oblasti při realizaci plánu a je ještě rozdělena do pěti hlavních okruhů, šestá kapitola stanovuje způsob hodnocení a implementace, sedmá celkově shrnuje danou problematiku a poslední kapitola, tedy osmá, obsahuje analýzu SWOT. (Mze, 2010)

3.6.3 Program rozvoje venkova

Program rozvoje venkova je evropský zdroj finančních prostředků, které jsou také částečně kofinancované Českou republikou. Tento Program rozvoje venkova zaštiťuje působení Evropského fondu pro rozvoj venkova. Podpory plynoucí z Programu rozvoje venkova jsou dvojího charakteru. Může se jednat o podporu investiční nebo podporu plošnou. Realizace tohoto programu vede k dosažení cílů, které jsou stanoveny Národním strategickým plánem rozvoje venkova. Mezi tyto cíle patří rozvoj venkova na bázi udržitelného rozvoje, vytvoření podmínek konkurenceschopnosti České republiky, zlepšení životního prostředí a snížení negativních vlivů, zejména intenzivního zemědělského hospodaření, vytváření nových pracovních míst, snížení nezaměstnanosti na venkově a

posílení sounáležitosti obyvatel venkova. V současné době je v platnosti Program rozvoje na období 2007 – 2013. Program rozvoje je tvořen čtyřmi osami. Osy jsou rozděleny podle svých zaměření. Do první osy spadá zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství, potravinářství a lesnictví. Druhá osa si klade za cíl zvýšení biologické rozmanitosti, ochranu vod a půdy a zároveň snahu o zmírnění klimatických změn. Třetí osa se zabývá zvýšením kvality života ve venkovských oblastech a diverzifikací venkovského hospodářství. Poslední, čtvrtá osa, je metodická, jde o propojení třech předchozích os, pomáhá obyvatelům venkova vypracovat si vlastní strategii rozvoje území, na kterém žijí. Tato osa je také nazývána osou Leader. (Mze, 2010)

3.7 Ekologické zemědělství a Evropská unie

Evropská unie upravuje nařízení a pravidla ekologického hospodaření. Řada ustanovení se vyznačuje určitou pružností, jelikož Evropská unie sdružuje země ležící na opačných světových stranách Evropy, v jiných podnebných pásmech či s jinou kulturou.

Evropská komise je hlavní z orgánů, které rozhodují o otázkách ekologického zemědělství. Stálý výbor pro ekologické zemědělství je orgán složený ze zástupců členských států Evropské unie a jeho předsedou je zástupce Komise. Dalšími orgány jsou Poradní výbor pro ekologické zemědělství a Expertní skupina pro propagaci ekologického zemědělství. Poradní výbor propojuje ekonomické a zájmové skupiny, jako je například IFOAM, COFALEC, BUEC a jiné, a napomáhá při řešení otázek ekologické produkce, čímž podporuje neustálý rozvoj evropské legislativy. Expertní skupina pomáhá Komisi v propagačních a informačních kampaních, které se pořádají v rámci Evropského akčního plánu pro ekologické potraviny a zemědělství. Rozhodnutí obou skupin nejsou závazná, jsou však velmi vážená a obě skupiny jsou informované o všem, co by mohlo v rozhodování nějak pomoci.

Evropská unie má svůj informační systém o ekologickém zemědělství ISEZ neboli Informační systém ekologického zemědělství. Tento systém používá Komise a členské státy jako nástroj k výměně dat a obstarávání informací pro spotřebitele. Nalezneme zde seznamy kontrolních orgánů a úřadů, souhlas členských zemí s prodejem produktů dovezených a vypěstovaných v zemích třetího světa nebo dokonce povolení k užívání některých produktů konvenčního zemědělství. Jedná se o takové produkty, které nelze vyprodukovat v potřebném množství ekologickým zemědělstvím. (EK, 2011)

19.6.2001 uznala Rada ministrů zemědělství Evropské unie ekologické zemědělství jako jednu z cest vedoucí k trvale udržitelnému rozvoji. Současně také vyzvala členské státy Evropské unie ke spolupráci na rozvoji produkce, zpracování a obchodu s produkty vypěstovaným ekologickou cestou. (Šnobl, Pulkrábek, 2007)

Evropská rada ministrů zemědělství se v roce 2007 domluvila na novém nařízení rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, které definuje zároveň její cíle, pravidla a principy. Tato ustanovení si kladou za cíl podporu udržitelných kultivačních systémů, různorodosti a vysoké kvality produktů; spolu s tím klade velký důraz na ochranu životního prostředí a zvířat. O rok později přijala Evropská unie nařízení Komise (ES) č. 1235/2008 a č. 889/2008, která upravují dovoz, označování, distribuci a produkci ekologických produktů.

Od 1. ledna 2009 vstoupila v platnost nová nařízení Evropské unie o označování, výrobě a kontrole produktů vypěstovaných ekologickým zemědělstvím.

Ode dne 1. července 2010 musí být podle nové právní úpravy všechny ekologické výrobky označeny logem Evropské unie pro ekologickou produkci a dále zde musí být uvedeno místo výroby. Výjimku tvoří produkty ze zemí třetího světa, u kterých je označení dobrovolné.

Evropský akční plán je tvořen dvěma dokumenty. Je reakcí na velký a prudký nárůst ekofarmářů a neustále se zvyšující poptávku spotřebitelů po kvalitních ekologických produktech. Prvním dokumentem je oficiální sdělení Komise Radě a Evropskému parlamentu, ve kterém je vytyčeno 21 iniciativ vedoucích k dosažení plánovaných cílů, jako je rozvoj trhu s ekologickými produkty, zvětšení důvěry spotřebitelů nebo zlepšení norem zvýšením transparentnosti. Druhým dokumentem je Pracovní dokument útvarů komise - ten obsahuje komplexní popis návrhů a podkladovou analýzu. Obecným cílem tohoto Evropského akčního plánu je zvýšit informovanost o ekologickém zemědělství, posílit výzkum, podnítit veřejnou podporu prostřednictvím rozvoje venkova a zlepšit normy produkce.

Výzkumy ekologického zemědělství a biopotravin jsou prováděny prostřednictvím rámcových programů. Tyto programy mají dva hlavní cíle: jednak posílit vědecká a technologická východiska průmyslu v Evropě, jednak posílit mezinárodní konkurenceschopnost. V této době probíhá rámcový program FP7, Sedmý rámcový

program pro výzkum a technologický vývoj. Tento program trvá od roku 2007 a má skončit roku 2013, na jeho realizaci je vyčleněno více než 50 miliard euro. (EK, 2010)

3.7.1 Logo Evropské unie

Od července roku 2010 je jednotné logo biopotravin pro všechny země Evropské unie. Toto logo je povinné pro všechny předem balené biovýrobky, které jsou vypěstovány v Evropské unii. Dobrovolně lze logo použít na ekologické výrobky předem nebalené, případně produkty ekologického zemědělství pocházející ze zemí třetího světa. Potravina nebo výrobek označený tímto logem zaručuje spotřebiteli svoji kvalitu, informuje spotřebitele o svém původu a zaručuje soulad s Nařízením Evropské unie o ekologickém zemědělství.

Od března do července roku 2009 probíhala soutěž o návrh loga Evropské unie, které se zúčastnilo 3422 studentů designu. Po kontrole autorských práv a hodnocení odborné poroty složené z profesionálů byly vybrány tři návrhy loga, o kterých se hlasovalo online. O vítěznou podobu loga (obr. č. 3) se zasloužil německý student designu Dušan Milenković.

Obr. č. 4 – Logo Evropské unie



Na některých produktech se stále ještě může objevovat logo staré (obr. č. 4), do té doby, než se doprodají produkty tímto logem označené ještě v době jeho platnosti. Logo se začalo dobrovolně používat na konci devadesátých let 20. století. Od 1. července je tento symbol již zastaralý. (EK, 2010)

Starým logem se mohly bioprodukty označovat od února roku 2000. Logo je barevné a představuje symbolizovaný obilný klas obklopený kruhem dvanácti hvězd a zeleným zoubkovaným prstencem s nápisem ekologické zemědělství. (Šarpatka, Urban a kol., 2005)

Obr. č. 5 – Staré dobrovolné logo pro biovýrobky Evropské unie



3.8 Cíle ekologického zemědělství

Ekologické zemědělství si klade za jeden z cílů pomoci venkovu, který opouštějí lidé kvůli zaměstnání stěhováním do větších měst, nebo proto, že dávají přednost práci v jiném sektoru, než je ten primární. Dále si stanovuje cíl snížení disparity regionálního rozvoje.

Petr, Dlouhý a kolektiv (1992), uvádějí tyto cíle:

- „*produkovat potraviny vysoké kvality a v dostatečném množství,*
- *trvale zachovat přirozenou úrodnost půdy,*
- *vytvořit systém chovu zvířat přizpůsobený jejich přirozenému chování a přirozeným životním potřebám,*
- *vytvořit pestrou obytnou kulturní krajinu, druhově bohatou, s genetickou rozmanitostí uvnitř druhů a se zajištěnými možnostmi vývoje pro všechny živé organismy,*
- *hospodárně využívat přírodní zdroje tak, aby nedocházelo k negativnímu ovlivňování životního prostředí,*
- *vytvořit dobrý vztah mezi zemědělcem a konzumentem,*
- *zajistit co největší recirkulaci živin a energie pomocí integrace urbanizované společnosti, agroekosystémů a přírodních ekosystémů,*
- *snížit energické vstupy na nezbytné minimum, zejména ty, které představují značné riziko pro živočichy, rostliny a člověka.“ (Petr, Dlouhý a kol.,1992, str.223)*

Akční plán pro rok 2004 – 2010 uvádí obdobné cíle jako před téměř dvaceti lety, avšak doplňuje je o některé další, o cíle, kterých je potřeba dosáhnout v současnosti. Jedná se především o rozšíření povědomí občanů o biopotravinách, zvýšení jejich odbytu,

zvětšení informovanosti o ekologickém zemědělství, posílení důvěry spotřebitele, obeznámení spotřebitele s rozdílem mezi konvenčním a ekologickým hospodařením a jiné. Zde je pro ilustraci několik zmíněných cílů Akční plánu:

- prostřednictvím ekologické produkce přispět k ochraně zájmů spotřebitelů,
- posilovat spotřebitelům pozitivní vnímání kvality biopotravin,
- rozšiřovat trh s biopotravinami a spolu s rostoucím trhem zlepšovat a zefektivňovat produkci a zpracování produktů ekologického zemědělství,
- zlepšit odborné poradenství, výzkum a vzdělávání v oblasti ekologického zemědělství.

V současné době je nejdůležitější směřovat podporu právě na tyto oblasti, propagování biopotravin a informování spotřebitelů. (Mze, 2004)

V současné době je k dispozici Akční plán 2011-2015. Mezi jeho cíle do roku 2015 patří:

- 1) *„Dosáhnout podílu ekologického zemědělství 15 % z celkové plochy zemědělské půdy v ČR, dosáhnout podílu minimálně 20% orné půdy z celkové výměry půdy v EZ.*
- 2) *Dosáhnout 3% podíl biopotravin na celkovém množství zpracovaných potravin, zvýšit podíl českých biopotravin na 60 % na trhu s biopotravinami.*
- 3) *Dosáhnout nárůst spotřeby biopotravin ročně minimálně o 20 %.*
- 4) *Zvýšit důvěru spotřebitele.*
- 5) *Zvýšit podíl příjmů z produkce/zpracování vůči podporám a posílení podnikatelského myšlení a konkurenceschopnosti.*
- 6) *Zvýšit reálný přínos EZ pro životní prostředí a pro pohodu zvířat a zdravotní stav obyvatelstva.“ (Mze 2010)*

3.9 Podpora a propagace

Státní podpora je v České republice opětovně a nepřetržitě vyplácena od roku 1998. První podpora byla zavedena roku 1991, avšak záhy - v roce 1992 - byla zrušena. Státní podpora je udělována zemědělcům na základě nařízení vlády. Nařízením vlády se stanoví podpůrné programy k podpoře mimoprodukčních funkcí zemědělství. (Mze, 2004).

SZIF neboli Státní zemědělský intervenční fond, který byl zřízen zákonem č. 256/2000 Sb. o Státním zemědělském intervenčním fondu, jak uvádí SZIF (2010), hraje v otázce podpory velmi významnou roli. SZIF je právnickou osobou, sídlí v Praze a náleží do působnosti Ministerstva zemědělství.

Dalším nástrojem podpory je FOA, Nadační fond pro ekologické zemědělství. Tento fond je neziskovou organizací, která byla původně založena jako nadace roku 1991 a v roce 1996 byla transformována do dnešní podoby, tedy v nadační fond. FOA byla zřízena za účelem podpory a rozvoje ekologického zemědělství v České republice. Mezi úkoly Nadačního fondu patří podpora výzkumu, výchovy, vzdělávání a vývoje ekologického zemědělství a ochrany životního prostředí, rozvoj ekologického zemědělství za podmínky dodržování principů trvale udržitelného rozvoje, podpora rozvoje venkova a občanské společnosti, podpora rozvoje agro-environmentálních programů především v CHKO České republiky, podpora modelových projektů a vyhledávání a zajišťování finančních podpor na výše zmíněné projekty a programy. (FOA nadační fond pro ekologické zemědělství, 2007)

Významnou podpůrnou a propagační akcí je „Měsíc biopotravin.“ Měsíc biopotravin se poprvé konal roku 2005 a měsíc září byl vyhlášen Ministerstvem zemědělství spolu s Ministerstvem životního prostředí jako měsíc biopotravin. Tato propagační akce se pořádá každoročně. 1. září se uspořádá tisková konference a v průběhu celého září se konají semináře, dny otevřených dveří, exkurze, ochutnávky biopotravin, biojarmarky a podobně.

Mezi další tradiční akce patří například soutěž o biopotravinu roku, Bartákův hrnec – soutěž o nejlepšího ekologického zemědělce roku, biovino Pavlov pod Pálavou – ochutnávka biovín, a další. (Mze, 2004)

Následující tabulka, zveřejněná na webových stránkách Ministerstva zemědělství eagri.cz, ukazuje nárůst počtu výrobců biopotravin za posledních deset let.

Počet výrobců biopotravin v letech 2001-2010

Rok	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Počet výrobců biopotravin	75	92	96	116	125	152	253	422	497	626

Zdroj: Mze, 2011

3.10 Loga potravin

3.10.1 Klasa

Následující informace jsou čerpány z SZIF (2010).

Klasa je národní značka kvalitních potravin, kterou od roku 2003 uděluje ministr zemědělství domácím potravinářským a zemědělským produktům. Byla vyrobena na zakázku jakožto chráněná registrovaná ochranná známka a jejím vlastníkem je Ministerstvo zemědělství. Od roku 2004 je tato značka spravována oddělením marketingu Státního zemědělského intervenčního fondu SZIF. Tato značka umožňuje u odběratelů lepší a jednodušší orientaci při výběru kvalitních produktů a garantuje kvalitu a zdravotní nezávadnost nabízených potravin. Každý výrobek, který získá označení Klasa, je od získání certifikátu kontrolován po dobu 6 měsíců, a po skončení této lhůty je kontrolován namátkově, případně na podněty spotřebitelů. Certifikát je platný tři roky, po jeho skončení může být propůjčení tohoto označení prodlouženo, případně odebráno pro porušení podmínek jejího držení a získání. Posuzování kvality a kontrola dodržování podmínek náleží Státní zemědělské a potravinářské inspekci. Za sedmileté působnosti označení Klasa získalo toto logo již celkem 1323 výrobků od 227 českých a moravských výrobců. Takto vybraný a značkou Klasa označený výrobek je zařazen do státní propagační podpory, kterou zabezpečuje Oddělení marketinku Státního zemědělského intervenčního fondu.

Obr. č. 1 – logo Klasa



3.10.2 Bio

Značka Bio, tak zvaná „biozebra“, je národní značka pro označování českých biopotravin. Tato značka s nápisem „Produkt ekologického zemědělství“ se používá jako celostátní ochranná známka spolu s číslem kontrolní organizace CZ-BIO-001, CZ-BIO-002

nebo CZ-BIO-003 pro produkty vypěstované v České republice a v souladu s ekologickým zemědělstvím. Každý tento produkt musí být označen jak národní značkou Bio, tak i evropským logem. K udílení „biozobra“ jsou pověřeny Ministerstvem zemědělství tři kontrolní organizace. Organizace KEZ o.p.s., Biokont CZ a ABCERT AG. Zákon 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství upravuje označování produktů touto značkou. Logo existuje v barevné i černobílé verzi, s nápisy nebo bez nich. Ministerstvo zemědělství doporučuje použít nejčastěji využívanou verzi, a to verzi barevnou, kde jsou dva odstíny zelené s nápisem Produkt ekologického zemědělství. Důvodem pro toto doporučení je fakt, že s touto podobou loga se spotřebitelé setkávají nejčastěji. Vlastníkem „biozobra“ je stát, její užívání je bezplatné a je velmi známá mezi spotřebiteli. (Mze, 2010)

Obr. č. 2 – Logo Biozobra



3.10.3 Regionální potravina

Regionální potravina je nová značka, která byla vytvořena Ministerstvem zemědělství jako součást podpůrné propagační kampaně. Tato značka byla zavedena roku 2010, aby pomohla seznámit spotřebitele s regionálními potravinami z jednotlivých krajů České republiky. Důvodů, proč tato značka vznikla, je hned několik. Prvním důvodem je snaha prosadit na českém trhu opravdu kvalitní, chutné a tradiční potraviny, protože trh je z velké většiny zaplněn produkty dováženými z celého světa a jejich kvalita nebývá jejich předností. Dalším příznivým aspektem regionálních potravin je fakt, že jsou potraviny přepravovány na menší vzdálenosti, a tak jsou mnohem čerstvější než potraviny přepravované ze světa. Proto mají čerstvější regionální potraviny lepší chuť i cennější nutriční vlastnosti. Důležitá je i skutečnost, že čím kratší je vzdálenost přepravy potravin, tím méně je znečišťováno životní prostředí. Upřednostňování regionálních potravin je zároveň významným faktorem pro podporu zaměstnanosti v daném regionu. Česká

republika se tímto krokem připojuje k řadě vyspělých států, které obdobné podpůrné programy již delší dobu úspěšně provozují.

U potravin, které jsou označeny tímto logem, si můžeme být jisti:

- *„že zelenina a ovoce jsou čerstvé a plné vitamínů,*
- *že nápoje k Vám nemusí jet přes půl světa,*
- *že maso a uzeniny mají garantovaný svůj původ a kvalitu*
- *že mléčné výrobky možná vyrábí právě Váš soused*
- *a že obilí pro chléb, který si kupujete, vyrostlo na polích kolem vás“ (Mze, 2010)*

Obr. č. 4: Logo Regionální potravina



4. EMPIRICKÁ ČÁST

4.1 Propagace ekologického zemědělství a jeho produktů – přírodní bohatství

Před několika měsíci skončila tříletá kampaň „Propagace ekologického zemědělství a jeho produktů – přírodní bohatství“ na podporu zvýšení informovanosti spotřebitele o ekologickém zemědělství. Tato první státní propagační kampaň probíhala od roku 2008 do roku 2010. Webové stránky EK (2011) uvádějí tyto údaje o kampani:

Název programu	Natural Treasure (přírodní bohatství)
Organizace	Státní zemědělský intervenční fond (SZIF)
Adresa	Ve Smečkách 33, Praha 1, 110 00
Produkty	Ekologické produkty
Cílená země	Česká republika
Datum začátku/konce	10/10/2008 - 9/10/2010
Celkový rozpočet	865.511 €
Spoluúčasť EU	432.757 €

Popis programu

Cíle:

Hlavní cíle programu jsou:

- Zvýšit úroveň informovanosti o označování bioproduktů v České republice a Evropské unii.
- Propagovat úroveň národního a evropského trhu s bioprodukty.
- Zvýšit informovanost mezi spotřebiteli a profesionály ohledně principů a výhod ekologického zemědělství.
- Vysvětlit podstatu a význam bioproduktů z pohledu všech cílových skupin.
- Položit základy pro neustálý růst spotřeby bioproduktů v České republice.

Cílové skupiny:

- Ženy a muži žijící ve středně velkých a velkých městech, se středními a vyššími příjmy a vzděláním.
- Matky s dětmi.
- Lidé preferující zdravý životní styl a vyváženou dietu.

Hlavní zpráva:

- Biopotravina znamená produkt ekologického zemědělství, je vlídná k životnímu prostředí a lidskému zdraví.
- Bio je životní styl!

Akce:

- Reklama v tisku: noviny, společenské magazíny a časopisy o životním stylu
- Venkovní billboardy umístěné u hlavních silnic a ve městech s více než 100 000 obyvateli.
- Infocentra
- Internetové bannery
- Webové stránky
- Internetové interaktivní hry
- Brožury
- Balíčky produktů
- Letáky
- Kampaně orientované na styk s veřejností

Očekávaný výsledek:

- Zvýšit informovanost lidí o ekologickém zemědělství a biopotravinách tak, aby v roce 2010 alespoň 80% spotřebitelů znalo českou nebo evropskou bio značku, aby rozuměli jejímu významu a aby byli schopni vysvětlit principy ekologického zemědělství.
- Zvýšit průměrnou spotřebu biopotravin ze stávajících přibližných 45 Kč na osobu za rok na 100 Kč na osobu za rok, a to do konce roku 2010.
- Podpořit rozvoj českého trhu s biopotravinami a zvýšit podíl českých biopotravin na trhu tak, aby na konci roku 2010 alespoň 25% českých občanů kupovalo biopotraviny pravidelně (minimálně jednou za týden).

V České republice byly k tomuto účelu zřízeny webové stránky ziju-bio.cz. Nezávisle na této kampani byly v březnu roku 2009 založeny webové stránky jimebio.cz, na jejichž podkladech je zpracován následující text.

Kampaň s názvem „přírodní bohatství“ byla zahájena na tiskové konferenci 3. 4. 2008 ministrem zemědělství Petrem Gandalovičem. Tato kampaň byla financována Evropskou unií a Státním zemědělským intervenčním fondem SZIF. Výše finanční podpory na reklamní kampaň, která v sobě zahrnuje propagaci ekologického zemědělství a jeho produktů, tedy zejména biopotravin, činilo 430 000 eur z fondů Evropské unie a 430 000 eur přispěl i Státní zemědělský intervenční fond. Jako reklamní propagační materiál byly vyrobeny billboardy, reklamy do tiskové inzerce, plakáty a letáky do ordinací, letáky do supermarketů a balíčky do porodnic.

Obr. č. 6 - Billboardy



(SZIF, 2008)

Zde je příklad billboardu, který zachycuje spokojeného farmáře, apeluje na spotřebitele, že BIO je životní styl, uvádí webové stránky, na kterých se lidé mohou více informovat a uvádí označení bioproduktů „biozebru“ a staré logo používané v Evropské unii.

Obr. č. 6 – Letáky do ordinací



Mami, chceme bio!

Abychom tě mohli zlobit, vymýšlet lumpárny, hrát si a dělat ti radost.

Dopřejte kvalitu bio svým dětem i sobě

Biopotraviny jsou produkty ekologického zemědělství. Jejich výroba je v souladu s přírodou, bez použití syntetických hnojiv a pesticidů.

Biopotraviny nejsou jen pro vegetariány. Bio je i maso, mléčné výrobky, koření, víno, šťávy... Jakýkoliv druh potravin, dokonce i kosmetika, oděvy nebo květiny mohou pocházet z ekologického zemědělství.

Biopotraviny a ekologické zemědělství jsou šetrné nejen pro naše tělo, ale také k přírodě, již bychom měli zachovat pro naše děti.

Biopotraviny není třeba složitě hledat. Koupíte je v mnoha obchodech, hypermarketech či na internetu, stačí se pořádně rozhlédnout.

Biopotraviny sice mívají vyšší cenu, ale splňují přísná kritéria stanovená zákonem. Vyzkoušejte biopotraviny označené známkou bio.

*Bio je zdravý životní styl.
Návrat ke zdravému rozumu.*

BIO je životní styl
Infolinka 848 100 708, www.zju-bio.cz



KAMPAŇ FINANCOVANÁ Z PŘÍSTŘEDKŮ EVROPSKÉ UNIE A ČESKÉ REPUBLIKY

(SZIF, 2008)

Na těchto letáčích do ordinací jsou stručně charakterizovány biopotraviny a hlavní principy ekologického zemědělství, dále jsou zde vyjmenovány další bioprodukty ekologického zemědělství, jako je maso, mléčné výrobky, kosmetika, oděvy a další. Text informuje občany o dostupnosti biopotravin a vysvětluje jejich vyšší cenu. Uvádí infolinku a internetové stránky, kde se obyvatelé mohou informovat o bioproduktech a ekologickém zemědělství. Z letáku je zřejmé, že je především zaměřen na cílovou skupinu matek s dětmi.

Obr. č. 7 – Balíčky do porodnic



(SZIF, 2008)

V rámci kampaně dostávaly maminky novorozeneých dětí balíčky s fenyklovým čajem.

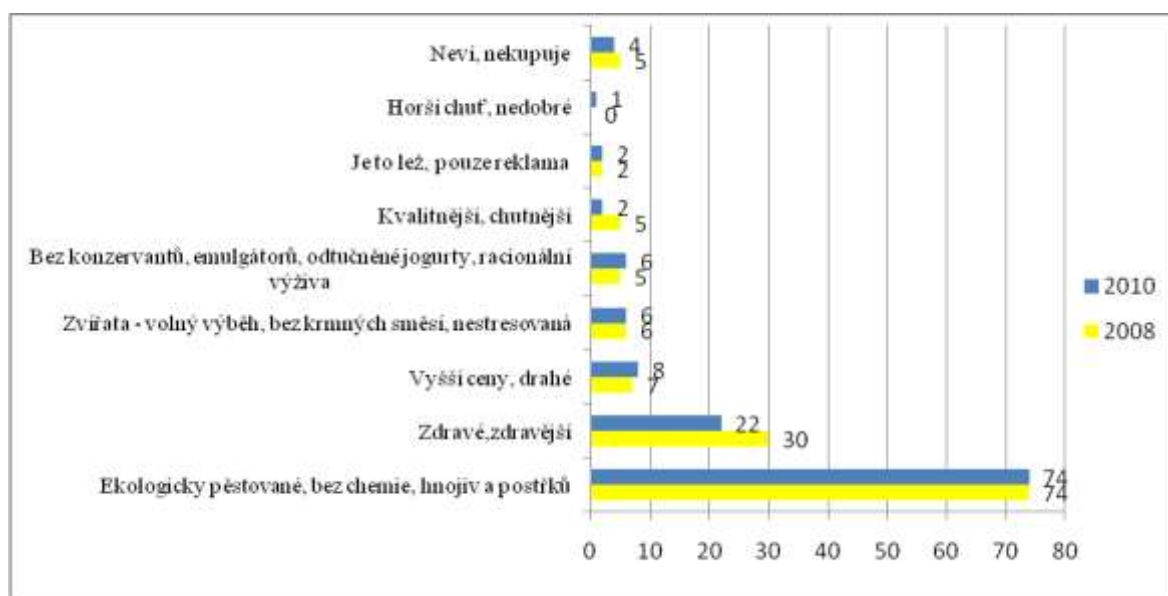
Webové stránky Ministerstva zemědělství České republiky uvedly v prosinci 2010 výsledky výzkumu „Povědomí a nákupní chování spotřebitelů v oblasti biopotravin“ zveřejněné Ministerstvem zemědělství.

Průzkum provedla v říjnu roku 2008 a 2010 agentura Stem/Mark. Mezi dotazovanými byly osoby z větších měst nad 50 000 obyvatel, se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním a s vyšším příjmem, který měsíčně na jednoho člena činil nejméně 15 000 Kč. Celkový počet respondentů v roce 2010 byl 513, roku 2008 se výzkumu zúčastnilo 504 respondentů.

Následující údaje a grafy byly čerpány z výsledků zmíněného výzkumu „Povědomí a nákupní chování spotřebitelů v oblasti biopotravin“ zveřejněných na webových stránkách Mze.

V roce 2008, tedy v době, kdy začala tříletá propagační kampaň, vědělo o biopotravinách 92% obyvatel České republiky. V roce 2010 se toto číslo zvýšilo na 96%.

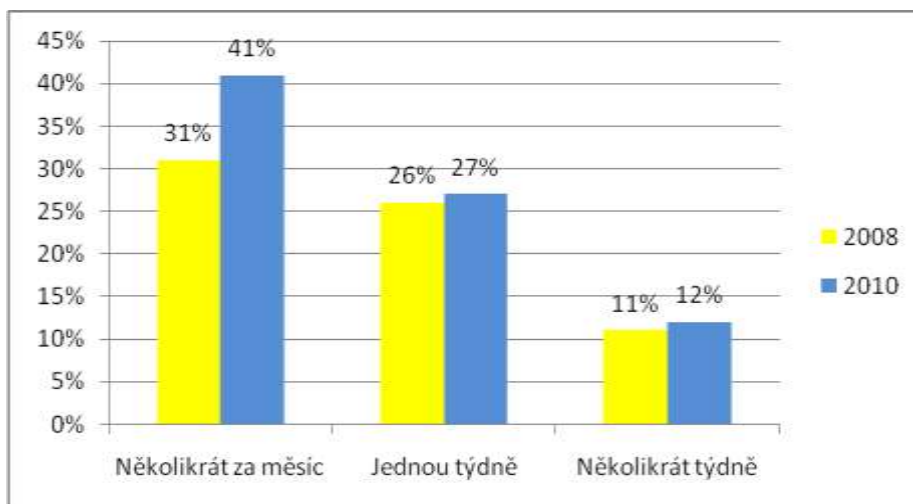
Graf č. 1 – Co jsou podle vás biopotraviny, co si pod tímto názvem vybavíte, s čím si tento termín spojujete, co biopotraviny odlišuje od ostatních potravin?



(vlastní zpracování dat z Mze, 2010)

Z výše přiloženého grafu vyplývá, že názory občanů na biopotraviny se po tříleté kampani nijak zvlášť nezměnily. 74% respondentů ví, že biopotraviny jsou pěstované ekologicky, bez chemie, hnojiv a postřiků.

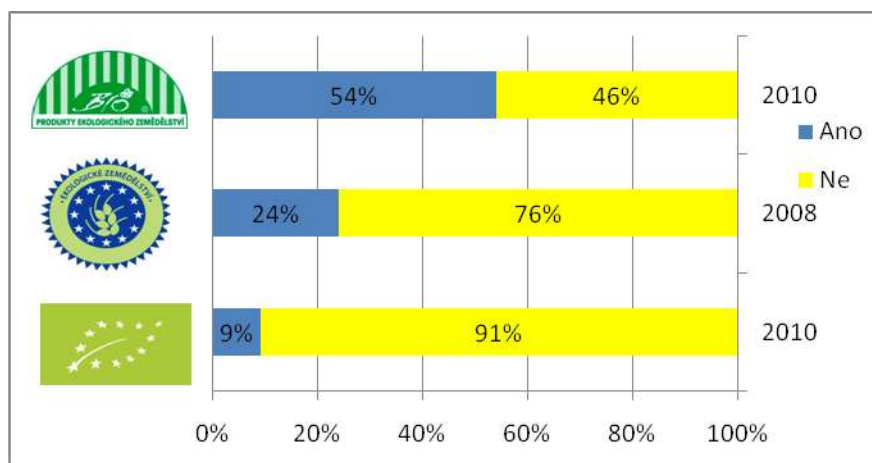
Graf č. 2: Nákup biopotravin



(vlastní zpracování dat z Mze, 2010)

Graf znázorňuje procentuální nárůst spotřebitelů biopotravin mezi roky 2008 a 2010. Zatímco v roce 2008 nakupovalo biopotraviny několikrát za měsíc 31% dotázaných, v roce 2010 tento počet spotřebitelů narostl o 10%. Obyvatel, kteří nakupují jednou týdně, přibýlo 1%, stejně narostlo i množství těch, kteří nakupují několikrát týdně. Cílem kampaně bylo, aby na konci roku 2010 alespoň 25% českých občanů kupovalo biopotraviny pravidelně (minimálně jednou za týden), což, jak vyplývá z výše uvedeného z grafu, bylo splněno již v roce 2008, kdy byla kampaň zahájena.

Graf č. 3 – Viděl (a) jste už někdy toto logo?



(vlastní zpracování dat z Mze, 2010)

Jedním z cílů kampaně bylo, aby alespoň 80% spotřebitelů znalo českou nebo evropskou značku. Označení Bio znalo 54% respondentů. Původní evropské logo poznalo 24% respondentů, současné pouze 9%, což je především ovlivněno tím, že toto logo platí teprve od července roku 2010 a průzkum proběhl v říjnu tohoto roku.

Zde jsou uvedeny hlavní výsledky kvantitativního výzkumu - Ekologické zemědělství a biopotraviny:

- *„Většina respondentů dokáže uspokojivě spontánně vysvětlit termín „biopotraviny“. 3/4 správně udávají, že jde o ekologicky pěstované potraviny bez chemických zásahů. Dále jsou biopotraviny považovány za zdravější nebo kvalitnější, chutnější, zároveň také za dražší.*
- *O existenci a prodeji biopotravin vědí téměř všichni (96 %), kupují je ale jen necelé 2/5 respondentů. Jedná se častěji o ženy a respondenty s vyšší životní úrovní domácnosti.*
- *Nejčastěji se nakupují mléčné výrobky (24 %). Následuje zelenina a ovoce (23 %, resp. 19 %), biomaso a pečivo (12 %, resp. 8 %).*
- *Pokud domácnost biopotraviny nakupuje, činí tak většinou pravidelně - 35 % nakupuje minimálně 1x za měsíc. Měsíčně utratí 19 % dotázaných do 500,- Kč, 13 % kupuje biopotraviny za 501-1000 Kč. Nejvyšší vydané částky deklarují lidé do 29 let.*
- *17 % respondentů deklaruje, že v porovnání s minulým rokem nakupuje biopotraviny spíše více. Nejčastěji nakupují lidé biopotraviny v supermarketu (21 %), i když za nejkvalitnější pokládají ty ve specializovaných prodejnách (13 %) a na farmě u biozemědělce (13 %).*
- *Jedna pětina lidí deklaruje povědomí o biobedýnkách (koupila si ji však pouze 3 %), častěji jsou to ženy a vysokoškolsky vzdělaní respondenti.*
- *Hlavním důvodem, proč biopotraviny nekupují, je pro největší část dotázaných jejich vysoká cena (40 %). Při podrobnějším pohledu lze nalézt typické důvody pro různé skupiny: skupina 40 – 50 let nevěří, že jsou biopotraviny lepší než běžné, zároveň také přiznávají, že mají málo informací; pro VŠ se špatně shánějí a jsou malého sortimentu. Ženy častěji uvádějí vlastnictví soukromé zahrádky. „*

(Mze, 2010)

Závěrem výzkumu zveřejněného na stránkách Ministerstva zemědělství České republiky je uvedeno, že jsou k problematice biopotravin pozitivně naladěni a i více biopotraviny nakupují zejména ženy, respondenti s vyšším stupněm dosaženého vzdělání a lidé, kteří se pokoušejí dodržovat ekologické zásady ve svém životním stylu. Neutrální postoj k této problematice zauímají nejčastěji lidé ve věku 30-39 let. Negativně se stavějí muži, respondenti s nižším stupněm vzdělání a lidé, kteří ekologické zásady nedodržují.

4.2 Propagace značky BIO – „biozebra“

Akční plán na rok 2011-2015 uvádí shrnutí akčního plánu 2004-2010, který mezi nejdůležitější aspekty rozvoje trhu biopotravin a informovanosti spotřebitelů o biopotravinách řadí propagaci národního loga BIO. Proto bylo toto logo převedeno do vlastnictví státu a předáno ke spravování Ministerstvu zemědělství České republiky. Dalším nástrojem podpory rozvoje informovanosti spotřebitelů o biopotravinách a ekologickém zemědělství, zmíněné v Akčním plánu 2011-2015, je příspěvek Ministerstva zemědělství České republiky na provoz internetových stránek agronavigator.cz/ekozem a dále na zřízení stránek biospotrebiteľ.cz. Stránky „biospotřebitel“ jsou provozovány PRO-BIO ligou ochrany spotřebitelů a přátel ekologického zemědělství. Obě tyto stránky seznamují spotřebitele, kromě jiných informací o biopotravinách a ekologickém zemědělství, s logem BIO – „biozebra“

Dále uvádí Akční plán 2011-2015, že v roce 2010 skončila první státní kampaň na propagaci biopotravin a zatím není žádná další kampaň schválena, i když jedna je již ve stadiu příprav. Pokud by byl projekt schválen Evropskou Komisí, finanční obnos na její realizaci by byl cca 20 mil. Kč na tříleté období realizace projektu. Z 50% by projekt spolufinancovala Evropská unie.

Již výše zmíněná tříletá kampaň „Propagace ekologického zemědělství a jeho produktů – přírodní bohatství“ se zasloužila o propagaci značky Bio – „biozebra“. Na každém letáku, billboardu, reklamě je vždy zobrazené logo „biozebr“ (viz obr. 5-8).

PRO-BIO liga vydala řadu informačních letáků, které zveřejnila PRO-BIO LIGA (2010) na svých webových stránkách. Informační letáky obsahují informace o ekologickém zemědělství, biopotravinách, alternativních distribučních systémech potravin a jiné. Tyto letáky jsou pro potřeby nevládních organizací, jednotlivců i škol. Jedním typem letáků jsou komoditní letáky. Letáky popisují jednotlivé komodity podle jejich

původu v ekologickém zemědělství. Jedná se o letáky o biovepřovém, biovejčích, biohovězím, biobramborách, biozelenině, biopečivu, biobylinách, biomléku a dalších potravinách.

Obr. č. 10: Biozelenina

The leaflet for Biozelenina is presented on a dark green background. At the top left, it asks "Co potvrdila věda?" (What did science confirm?) and features a small illustration of a leaf. To its right, it asks "Kdo pro vás biozeleninu pěstuje?" (Who grows bio vegetables for you?) with an illustration of a leaf. The word "Biozelenina" is written in large, white letters on the top right. Below the left text is a photograph of a farmer in a red hat holding two large green leaves. Below the right text is a photograph of a lush green field under a blue sky with clouds. The central part of the leaflet contains a list of member farms under the heading "Členové PRO-BIO Svazu ekologických zemědělců". At the bottom left, there is a section titled "Výsledky studií* potvrdily:" (Study results* confirmed:), which lists various scientific findings about the benefits of organic farming, such as higher vitamin C content and reduced pesticide residues. The bottom right corner features the logo of the PRO-BIO LIGA, which consists of a stylized green and white striped arch over a green field with a small figure, and the text "PRO-BIO LIGA" and "ZKRUŠTEBIO" below it.

(PRO-BIO LIGA, 2010)

Každý takový leták uvádí informace o tom, jak spotřebitel pozná, že se jedná o biopotravinu, jakým logem je biopotravina označena – zde uvádí „biozebru“ - dále uvádí důvody, proč je biopotravina lepší, seznamuje spotřebitele s principy ekologického zemědělství, popisuje údaje na cenovce a odkazuje na webové stránky biospotřebitel.cz nebo pro-bio.cz. Druhá strana letáku uvádí pozitivní vlastnosti biopotravin, které jsou podloženy výsledky vědeckých studií a je zde seznam členů PRO-BIO svazu, společně s jejich kontaktními údaji, kteří danou biopotravinu vypěstovali.

Mezi další typ letáků patří letáky o ekologickém zemědělství a biopotravinách, které nabízejí tyto informace: Argumenty pro ekologické zemědělství, Jak se stát ekologickým zemědělcem, PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, Ekologické zemědělství a oboživelníci, Ekologické zemědělství a louky a Značení biopotravin.

Obr. č. 11: Značení biopotravin

Značení biopotravin v České republice

Značení biopotravin v ČR podléhá evropské legislativě (viz Značení Evropské unie) a zákonu 263/2009 Sb. o ekologickém zemědělství. Podle těchto předpisů musí být každá potravina, která je označena jako BIO či jako produkt ekologického zemědělství zpracována na místě vlastní kontrolní organizace a zároveň graficky označena tzv. „biozabrou“, jejíž podoba je legislativně stanovena.

Kdo značení kontroluje?

V České republice působí 3 kontrolní organizace: ABCERT AG, Biokont CZ, s.r.o. a REZ, s.p.s., pověřené Ministerstvem zemědělství a prověřené kontrolou a dozoru nad dodáváním potravin a ekologickým zemědělstvím. Všechny kontrolní organizace musejí být akreditovány podle příslušných norem.

Všechny výrobky produkující v ekologickém zemědělství, tedy ekologické zemědělství, zpracované biopotravinou a obilovinami a biopotravinami, musejí mít označovací známkou a kódem z výše zmíněných kontrolních organizací.

Značení podle předpisů Evropské unie

Podle evropského Nařízení Rady (EHJ) 853/2007 o ekologické zemědělství a označování ekologických produktů musejí být biopotravinou povinně označeny všechny kontrolní organizace členského státu (viz Značení v ČR) a neopouštějí také vzájemný dohled při biopotravině a názorem ekologické zemědělství v jiných členských státech. Počítá evropské logo neopouštějí označování národních či sociálních značek.

Od 1. července 2010 bude používán jednotné evropské logo pro biopotravinu povinně u všech biopotravin vyprodukovaných v rámci Evropské unie. Logo nebude povinné pouze u národních potravin a u potravin dovážených ze země mimo EU. Pokud bude tato značka na biopotravině uvedena, musí být doplněna informacemi o povrchu zeměpisné lokality:

- zeměpisná adresa EU, používají-li zeměpisné souřadnice ze země EU;
- zeměpisná adresa mimo EU, používají-li souřadnice ze země mimo EU, tak ze země země;

Logo bude mít až do konce 2010 obdobný vzhled: zeleno-červený kruh s bílým středem a nápisem ekologické zemědělství vyvedeným v jazyce dané zeměpisné lokality. V roce 2010 Evropská komise představí novou podobu, která je v současnosti stále předtvořená jednání.

Značení produktů přechodného období

Potravinu je možné také označit jako produkt přechodného období, což je dáno, když se používají jen přechodné zemědělství farmy na ekologické. Žádný druh zeměpisné lokality přechází do ekologického zemědělství a má 2 roky na orné půdě, travních porostech a orných půdách, 3 roky u pastev, vinic a zahrádek, informace o ekologické. Je-li zeměpisná adresa přechodného období musí být doplněna vlastní odpovědnou kontrolní organizací.

Kódy kontrolních organizací

ABCERT AG - CZ-ABCERT-03
 Biokont CZ - CZ-BIOKONT-03
 REZ, s.p.s. - CZ-REZ-01

Klarifikace výrobky mohou mít biozabrou?

Všechny potraviny vyrobené v České republice, na kterých napsané slovo BIO či produkt ekologického zemědělství musejí být označeny logem „Značení“ a kódem kontrolní organizace, což je zobrazeno v příloze návodů v ekologickém zemědělství. Ti však nerespektují, že všechny výrobky napříč biopotravinou, byly vyrobeny v ČR. Biozabrou a kód se totiž mohou objevit také na výrobcích dovážených ze zahraničí.

Biopotravinu z jiných zemí Evropské unie prodávané u nás, zejména mléka na obalu, mohou obsahovat i jiné kódy a značky ze země, kde jsou li napsané, protože výrobce může použít značku kontrolní organizace o jinou zeměpisnou lokalitu. Kontrolní organizace pověření výrobou zeměpisné biopotravinou z dané země a povrchu zeměpisné lokality v ČR, kde mohou na dovážení výrobků mají kód zeměpisné kontrolní organizace, která výrobek označí. Může i také národní logo, u potravin dovážených ze země mimo EU je tento postup povinný.

(PRO-BIO LIGA, 2010)

Výše uvedený leták uvádí informace o značení biopotravin v České republice, značení podle předpisů Evropské unie, představuje kontrolní organizace, stanovuje pravidla pro označení potravin „biozabrou“, uvádí značení biopotravin v ostatních členských zemích Evropské unie, legislativní údaje o ekologickém zemědělství a biopotravinách a odkazy na webové stránky pro zájemce o více informací.

Přesto výsledky již zmíněného výzkumu „Povědomí a nákupní chování spotřebitelů v oblasti biopotravin“ uvádějí, že 46 % dotázaných ještě nikdy nevidělo logo pro národní označení biopotravin, tzv. „biozebru“ s nápisem Produkty ekologického zemědělství.

4.3 Propagace značky Klasa

Jak již bylo výše zmíněno, je tato značka spravována oddělením marketingu Státního zemědělského intervenčního fondu SZIF. Oddělení marketingu se stará o její propagaci. Ve výročních zprávách Státního zemědělského intervenčního fondu z let 2007, 2008 a 2009 vyvěšených na szif.cz je uvedena marketingová činnost SZIF týkající se podpory značky Klasa. Výroční zpráva roku 2007 popisuje mediální propagační kampaně, zpráva z roku 2008 uvádí a popisuje třetí fázi propagační kampaně této značky, zpráva z roku 2009 představuje tři nové agentury, které mají zajistit propagaci již zmíněné značky.

První fáze kampaně si kladla za cíl zvýšit povědomí občanů o značce Klasa a druhá fáze se zaměřila zejména na podporu nákupního chování. Jak uvádí výroční zpráva z roku 2007, jednalo se o mediální propagační kampaň. Celkově bylo odvysíláno 89 televizních spotů na ČT1 a TV Prima, tisková inzerce proběhla ve specializovaných potravinářských a ženských magazínech, v osmi prodejnách Globus byla vysílána reklama na LCD obrazovkách, do prodejen TESCO bylo nasazeno 1500 kusů reklamních rámečků na vozíky, reklama byla také umístěna na 53 billboardů, 8 gigaboardů, 19 bigboardů a 10 MaxCube. V rámci této kampaně proběhla rozhlasová prezentace v síti MMS, internetová kampaň a Klasa noviny. V rámci druhé fáze, zaměřené na podporu prodeje, se konaly marketingové eventy u příležitosti akcí Kůň roku, 66. a 67. žofinského fóra, dále akce v Moskvě, kde byly navázány nové obchodní kontakty (Maďarsko, Vídeň, Rakousko, Budapešť, Bratislava a další), promo akce v prodejnách Hypernova, prezentace a ochutnávky a další. Dále proběhly i veletržní a výstavní prezentace. Náklady na všechny marketingové akce za rok 2007 činily 186 234 tis. Kč, které byly vyplaceny z rozpočtu České republiky.

Zpráva roku 2008 uvádí třetí fázi, ve které se zaměřuje na nejdůležitější charakteristiku potravin označených značkou Klasa, tedy na jejich kvalitu a kontrolu kvality. „Dvojnásobná kontrola kvality potravin“ je hlavní myšlenkou této fáze kampaně. Od května roku 2008 byly prezentovány nové vizuály na billboardech, bigboardech, a hypercubech v blízkosti velkých obchodních center, dále reklamy v tisku, na reklamních

obrazovkách a SmartBoxech. Celková finanční částka vynaložená za rok 2008 na zmíněné marketingové akce činila 219 050 tis. Kč.

Na základě řádného výběrového řízení byly vybrány tři agentury, které mají zajistit kvalitnější propagaci, uvádí Výroční zpráva roku 2009. Každá z agentur zajistila jiné odvětví propagace. Agentura MediaCom Praha, s.r.o. se starala o mediální kampaň, služby v oblasti komunikační strategie poskytla agentura McCANN - ERICKSON PRAGUE, spol. s.r.o. a agentura Crest Communications, a.s. zajistila PR podporu značky Klasa. Propagační kampaň, která začala roku 2009, byla zaměřena novým směrem. Tato kampaň vycházela ze svého sloganu „Výjimečná kvalita zaručena“ a jejím cílem bylo seznámit občany s rozdílem v kvalitě potravin, ukázat měřítko kvality produktů a objasnit spotřebitelům, proč je důležité upřednostňovat potraviny označené právě logem Klasa. Hlavní důraz byl kladen na přímý kontakt se spotřebiteli. Probíhaly tzv. roadshow – prezentace, které se konaly v rámci vyhledávaných akcí v různých městech České republiky, například veletrhy, výstavy a jiné. Dále Výroční zpráva 2009 uvádí, že značka Klasa je v povědomí více než 80% zákazníků a třetina z nich dokonce potraviny označené logem Klasa vyhledává. Finanční částka za marketingové aktivity roku 2009 činila 207 657 tis. Kč z rozpočtu České republiky. (SZIF, 2010)

SZIF (2010) uvádí výsledky průzkumu uskutečněného agenturou STEM/MARK koncem roku 2009. Průzkum byl zaměřený na posun vnímání značky kvality Klasa spotřebiteli. Spontánní znalost značky v roce 2009 u cílové skupiny mezi 15-55 lety dosáhla v prosinci 2009 na 62 %. Dále uvádí, že tento výsledek dokonce několikanásobně převyšuje znalost značky Bio. Fakt, že navozená znalost značky Klasa dosáhla dokonce 87%, dokazuje, že zvolená marketingová strategie, která byla především orientovaná na přímé oslovení zákazníků v místě prodeje, přinesla pozitivní výsledky.

I v roce 2011 budou probíhat roadshow jejichž cílem je prostřednictvím ochutnávek, nabízených na zmíněných místech, zvýšit povědomí o značce Klasa.

Níže je přiložený billboard, který se vztahuje ke kampani „Výjimečná kvalita zaručena.“ Je zde zachycena idea této kampaně – porovnat dva stejné produkty a objasnit, že ten označený logem Klasa je kvalitnější.

Obr. č. 9 – Billboard kampaně „Výjimečná kvalita zaručena“



(SZIF, 2010)

4.4 Projekt „Regionální potravina“

Jak uvádějí webové stránky Ministerstva zemědělství, tento projekt podporuje malé a střední výrobce a zemědělce a současně je reakcí na sílící zájem veřejnosti o kvalitní domácí potraviny od malovýrobců. Na projektu se podílí Agrární a Potravinářská komora a projekt osobně podporuje ministr zemědělství Ivan Fuksa. Označení „Regionální potravina“ získává vítěz soutěže. Vyhlášovatelem soutěže „Regionální potravina“ je Ministerstvo zemědělství v součinnosti s Krajskou Agrární komorou nebo Regionální Agrární komorou, případně třetím subjektem, který je pověřený Ministerstvem zemědělství. Soutěž o značku „Regionální potravina“ probíhá v každém z krajů České republiky. V roce 2010 byla soutěž rozdělena do šesti kategorií - mléčné produkty, pekařské a cukrářské výrobky, ovoce a zelenina, nápoje, uzeniny a produkty z masa a ostatní potravinářské produkty. O výsledku soutěže rozhodly odborné poroty v jednotlivých krajích, které vybraly vždy jeden výrobek v každé z šesti kategorií. Oceněné výrobky získaly právo užívat označení Regionální potravina po dobu šesti let a dále certifikát Ministerstva zemědělství.

Podmínky soutěže se pro rok 2011 v některých směrech změnilo. Počet členů odborné poroty bude maximálně sedm a o vítězích se bude rozhodovat v devíti kategoriích místo původních šesti. Kategorie masných výrobků bude rozdělena na masné výrobky tepelně opracované a masné výrobky trvanlivé, z kategorie mléčné výrobky se oddělí samostatná

kategorie sýrů a k rozdělení dojde i u pekařských a cukrářských výrobků, ze které vzniknou kategorie dvě. Do soutěže se mohou přihlásit malé a střední podniky do 250 zaměstnanců a oceněným výrobkům bude označení „Regionální potravina“ uděleno na čtyři roky místo nynějších šesti. V prvním roce tohoto projektu bylo oceněno 71 produktů z 943 přihlášených. Ocenění výrobci představovali své potraviny na prvním Regionfestu. Regionfest je trh oceněných potravin, jehož první ročník se konal 22. a 23. října 2010 na Náměstí Jiřího z Poděbrad.

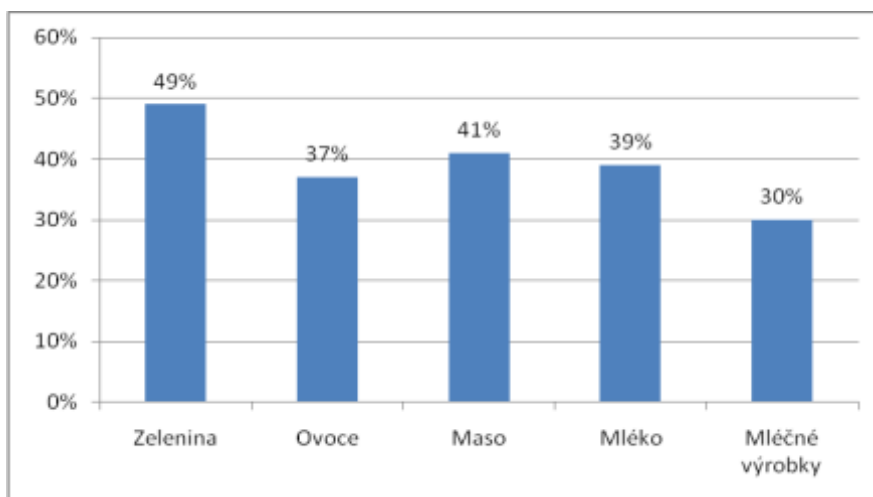
„S projektem Regionální potravina počítá rozpočet ministerstva i na příští rok, kdy poroty ocení další desítky výrobců. Jde o dosud nejrozsáhlejší podporu menším výrobcům a pěstitelům v regionech“, říká zástupce Ministerstva zemědělství Martin Štěpánek.

V rámci propagační a informační části projektu, kterou Ministerstvo zemědělství spolu se zemědělci pokládají za velmi důležitou, se pro rok 2011 chystá inzerce v médiích a řada prezentačních a ochutnávkových akcí i další Regionfest.

„Klíčová je dlouhodobá strategie s předem definovaným rozpočtem na 3 – 5 let a aktivní zapojení všech zúčastněných stran. Vedle ministerstva, profesních komor a výrobců to jsou i asociace regionů, obchodníci, podnikatelé v gastronomii a hotelnictví nebo instituce podporující turistický ruch,“ zdůraznil Robert Kastner podmínky úspěchu.

Webové stránky projektu uvádějí výsledky výzkumu agentury DEMA.

Graf č. 3 – Zájem spotřebitelů o koupi potraviny přímo od pěstitelů a zemědělců



(vlastní zpracování dat z Mze, 2010)

Příložený graf porovnává zájem spotřebitelů a různé potraviny. Nejvíce se spotřebitelé zajímají o kvalitní zeleninu a maso.

97% občanů České republiky starších 18 let je názoru, že tuzemské produkty ekologického zemědělství jsou srovnatelné se zahraničními. Každý druhý spotřebitel má zájem kupovat potraviny přímo od výrobců. Ministerstvo zemědělství zveřejnilo následující výsledky průzkumu na výstavě Země živitelka:

- vznik nové značky „Regionální potravina“ uvítalo 86% dotazovaných občanů
- 95% dotazovaných upřednostňuje regionální potraviny
- ve velké většině se spotřebitelé orientují dle značek kvality

Ministr zemědělství Milan Fuksa uvedl, že již po dvou týdnech od udílení titulů Regionální potravina se u některých výrobců zvýšil několikanásobně zájem o jejich produkty. Dále uvádí, že velký zájem o farmářské trhy i výsledky šetření nezávislé agentury potvrzují, že projekt Regionální potravina přišel právě včas. (Mze, 2010)

5. ZÁVĚR

V literární rešerši této bakalářské práce je vymezen pojem ekologické zemědělství obecně, jsou uvedeny důvody jeho vzniku, představeny zásadní problémy konvenčního zemědělství a je nastíněn jeho vývoj v České republice i vývoj ve světě. Dále jsou zde přiblíženy dokumenty podporující ekologické zemědělství a legislativa v České republice. Je zde představena úloha Evropské unie ve vztahu k ekologickému zemědělství a jsou vyjmenovány cíle ekologického zemědělství. Závěrečná část literární rešerše popisuje podporu a propagaci produktů ekologického hospodaření a uvádí informace o značkách - Bio, Klasa a Regionální potravina.

Praktická část se věnuje propagačním kampaním zaměřeným na rozšiřování povědomí spotřebitelů o ekologickém zemědělství a biopotravinách a propagaci zmíněných značek. V této části je čerpáno především z dokumentů Evropské komise, Ministerstva zemědělství České republiky a Státního zemědělského intervenčního fondu.

Ekologické zemědělství má v České republice již dvacetiletou tradici a každým rokem se rozrůstá plocha obhospodařovaná ekologickou cestou, přibývá ekofarem, otevírají se nové bioprodeje, které se plní stále narůstajícím množstvím biopotravin a přibývajícím počtem spotřebitelů. Za posledních deset let vzrostl počet ekologicky hospodařících podniků z 654 na 3 517.

217 869 hektarů zemědělské půdy v ekologickém zemědělství se rozšířilo na 448 202 ha a počet výrobců biopotravin stoupl ze 75 na 626. Výše dotací vyplacených za rok 2009 dosahuje částky 980 809 000 Kč. Ekologické zemědělství spolu s biopotravinami je jedním z nejdiskutovanějších témat dnešní doby, je to oblast, kam míří obrovské částky dotací nejen z českých fondů, ale i z fondů evropských.

Uvedené výsledky výzkumu dokazují, že stále přibývá množství občanů s povědomím o biopotravinách a principech ekologického zemědělství, že počet spotřebitelů, kteří nakupují biopotraviny, stále narůstá. Nejméně informované občany přesvědčené o kvalitě biopotravin tvoří věková skupina 40-50 let. Nejvíce se o biopotraviny zajímají ženy, především matky s dětmi, a obecně pak lidé s vyšším stupněm vzdělání. Bylo by jistě přínosné v budoucnosti zaměřit kampaň na lidi s nižším stupněm vzdělání a na mužskou populaci.

Akční plán do roku 2015 si klade za jeden z cílů posílit důvěru spotřebitelů ve zmíněné

produkty. Propagační program stále však není schválený. Stejně tak projekt Regionální potravina plánuje na rok 2011 mediální kampaň na propagaci nové značky.

Cílem této práce je odpovědět na otázku: „Jak jsou propagovány kvalitní potraviny a jaké jsou důsledky jejich produkce pro rozvoj venkova?“ Na základě uvedených informací o propagačních projektech a kampaních orientovaných na biopotraviny a jejich označování můžeme konstatovat, že právě propagační a informační kampaně jsou jedním z klíčových aspektů ovlivňujících rozvoj venkova. V posledních letech jsou součástí téměř každého víceletého plánu týkajícího se ekologického zemědělství. Je důležité, aby spotřebitelé dávali přednost regionálním biopotravinám nad potravinami dováženými, neboť právě dovoz způsobuje ztrátu jejich čerstvosti, ale zároveň se v konečném důsledku podílí na poškozování životního prostředí.

Podle zaznamenaného zájmu o farmářské trhy s regionálními potravinami i na základě výsledků průzkumu znalosti označení kvalitních potravin mezi spotřebiteli můžeme konstatovat, že zájem o kvalitní potraviny se stále zvyšuje.

Nejvíce známou značkou potravin je Klasa, značka, za jejíž propagaci se ročně vynaloží sta milionů korun. Značka, která plní regály supermarketů produkty označenými „modročerveným áčkem,“ značka, které spotřebitelé věří, protože na reklamním letáku četli, že Klasa zaručuje výjimečnou kvalitu. Tady se ovšem naskytá otázka: Nekupují tuto značku spotřebitelé jen proto, že je na ni zaměřena nejmasivnější kampaň? Nebylo by ovšem přínosnější, kdyby se tito spotřebitelé zašli podívat na některý z farmářských trhů a nakoupili si kvalitní potraviny přímo od výrobce? Pozitivní ohlas po prvním udělení titulu „Regionální potravina“ značí, že tento projekt, který patří mezi významné projekty zaměřené na rozvoj venkova, díky svému úspěchu napomáhá vytváření nových pracovních příležitostí právě zde. Někteří spotřebitelé jsou ochotni zaplatit cenu za kvalitnější potraviny a podpořit tak rozvoj ekologické produkce na venkově. Je důležité, aby se v současné době zaměřila podpora zejména na regionální potraviny a na méně informované skupiny obyvatel. Je nutné, aby se více spotřebitelů seznámilo s možností nakoupit kvalitní potraviny, ale aby si spotřebitelé přitom uvědomovali, že takto aktivně podporují malé farmáře a přímo tak napomáhají rozvoji českého venkova.

Můžeme věřit, že připravované propagační kampaně podpoří v první řadě právě regionální potraviny a zajistí tak další pozitivní dopad na rozvoj venkova.

6. LITERATURA

Tištěné dokumenty

Mze. *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2004. ISBN 80-7084-344-6.

Mze. *Akční plán České Republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2010.

Petr, Jiří. Dlouhý, Josef a kol. *Ekologické zemědělství*. 1. vydání. Praha: Zemědělské nakladatelství Brázda, 1992. ISBN 80-209-0233-3.

Šarpatka, Bořivoj. Urban, Jiří a kol. *Ekologické zemědělství, učebnice pro školy i praxi II.díl*. 1. vydání. Šumperk: PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců. 2005. ISBN 80-903583-0-6.

Šnobl, Josef. Pulkrábek, Josef. *Základy rostlinné produkce*. 1. dotisk 2. přepracovaného vydání, Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů ČZU v Praze, 2007. ISBN 978-80-213-1340-8.

Urban, Jiří. Šarpatka, Bořivoj a kol. *Ekologické zemědělství I. Učebnice pro školy a praxi*. Praha: Ministerstvo životního prostředí. 2003. ISBN 80-7212-274-6.

Elektronické dokumenty

Abeceda Zdraví s.r.o., *Bio Abeceda Zdraví.cz* [online]. 2011 [cit. 2011-03-5]. Dostupné z WWW: <<http://bio-potraviny.abecedazdravi.cz>>.

Český svaz vědeckotechnických společností. *Český svaz vědeckotechnických společností* [online]. 1990 [cit. 2011-03-1]. Dostupné z WWW: <<http://csvts.cz/aktualne/>>.

EK-Evropská komise. *Domů - Ekologické zemědělství - EVROPA* [online]. 2011 [cit. 2011-02-23]. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/home_cs>.

FAO, WHO, *CODEX ALIMENTARIUS* [online]. 2010 [cit. 2011-01-23]. Dostupné z WWW: <http://www.codexalimentarius.net/web/index_en.jsp>.

FOA nadační fond pro ekologické zemědělství, *FOA* [online]. 2007 [cit. 2011-03-3]. Dostupné z WWW: <<http://www.foa.cz/cs/>>.

IFOAM. *International Federation of Organic Agriculture Movements* [online]. 2009 [cit. 2011-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.ifoam.org/>>.

KEZo.p.s. *KEZ o.p.s. - kontrola ekologického zemědělství* [online]. 2009 [cit. 2011-03-22]. Dostupné z WWW: <www.kez.cz>.

MZe České republiky. *Ekologické zemědělství (Zemědělství, eAGRI)* [online]. 2010 [cit. 2011-03-27]. Dostupné z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/>>.

Mze. *Asociace soukromého zemědělství ČR* [online]. 1998-2011 [cit. 2011-01-23]. Dostupné z WWW: <<http://www.asz.cz/>>.

PRO-BIO LIGA. *Biospotřebitel- Novinky* [online]. 2011 [cit. 2011-03-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.biospotrebitel.cz/biospotrebitel/>>.

SZIF . *KLASA-národní značka kvality potravin* [online]. 2010 [cit. 2011-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.eklasa.cz/>>.

SZIF. *Jíme-bio* [online]. 2008 [cit. 2011-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.jimebio.cz/>>.

SZIF. *SZIF- Státní zemědělský intervenční fond*. [online]. 2010 [cit. 2011-02-23]. Dostupné z WWW: <<http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous>>.

Urban, Jiří. Hradil, Radiomil. Čech, Přemysl. (2002): *Ekologické zemědělství – moderní trend v Evropské unii*. Euromagazín 2/2002. ČZT Praha. [cit. 2010-12-05] Dostupné z: <[http://smtp.pro-bio.cz/probio/info.nsf/0/a26445dd090c05d5c1256ca70056b118/\\$FILE/EZ_moderni%20trend%20v%20EU-Euromagazin-REC.pdf](http://smtp.pro-bio.cz/probio/info.nsf/0/a26445dd090c05d5c1256ca70056b118/$FILE/EZ_moderni%20trend%20v%20EU-Euromagazin-REC.pdf)>.

Vorlíček, Petr. *Počet ekologických zemědělců již dosahuje čísla 3 000* [online]. 2010 [cit. 2011-03-22]. Dostupné z WWW: <<http://www.asz.cz/cs/zpravy-z-tisku/ekologicke-zemedelstvi/pocet-ekologickych-zemedelcu-jiz-dosahuje-cisla-3-000.html>>.