

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Bakalářská práce

Obchodní aspekty bio potravin u vybraných prodejců

Kateřina Brožová

© 2011 ČZU v Praze

Čestné prohlášení

Prohlašuji,

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Obchodní aspekty biopotravin u vybraných prodejců" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce 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 28. března 2011

.....

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala Ing. Petře Šánové, Ph. D. za odborné a metodické vedení, rady a konzultace při zpracovávání bakalářské práce. Zároveň bych chtěla poděkovat Ing. Janu Korandovi a rodičům za pomoc a podporu při studiu.

Obchodní aspekty bio potravin u vybraných prodejců

Trade aspects of organic groceries in chosen sellers

Souhrn

Bakalářská práce je zaměřena na ekologické zemědělství. Popisuje vznik a vývoj ekologického zemědělství v České republice a ve světě. Snaží se charakterizovat pojem ekologické zemědělství, biopotraviny, bioprodukty a celkově přiblížit zásady produkce biopotravin. Zabývá se značením biopotravin, jejich kontrolou, kontrolními orgány a certifikací. Poukazuje na legislativní rámec. Práce také ukazuje na rostoucí oblibu biopotravin a jejich spotřebu v České republice a s tím spojené stále více možností nákupu bioproduktů a biopotravin. Diskuse bakalářské práce je zaměřena na porovnání obchodních aspektů z pohledu zákazníka na vybraných obchodech. V závěru je průzkum zhodnocen a okomentován.

Klíčová slova:

Ekologické zemědělství

Biopotraviny

Bioprodukt

Sortiment

Summary

This bachelor's work is focused on ecological agriculture. It describes rise and development of ecological agriculture in the Czech Republic as well as worldwide. It's aim is to define terms such as ecological agriculture, organic food, organic products and to introduce topic of organic food production. Also, it concentrates on organic food labeling, controlling, control institutes and certification. Further, it focuses on legislative framework. This work also demonstrates growing interest in organic food and its consumption in the Czech Republic resulting in growing sales network of organic food and products. Furthermore, the bachelor's work focuses on confrontation of sales aspects in selected markets, from customer's point of view. Ratings and comments can be found at the end of this work.

Keywords:

Organic farming

Organic food

Organic product

Assortment

Obsah

1	Úvod	5
2	Cíl a metodika práce	7
	2.1 Cíl práce.....	7
	2.2 Metodika práce	7
3	Literární rešerše.....	9
	3.1 Ekologického zemědělství v Evropě a České republice.....	9
	3.1.1 Základní pojmy a charakteristika ekonomického zemědělství	9
	3.1.2 Historie a současnost	10
	3.1.3 Právní rámce produkce biopotravin.....	11
	3.1.4 Základní podmínky výroby biopotravin	12
	3.1.5 Kontrola, certifikace	15
	3.1.6 Označování biopotravin.....	18
	3.2 Spotřeba a nabídka biopotravin.....	19
	3.3 Možnosti prodeje a propagace biopotravin	21
	3.3.1 Farmářská tržiště.....	21
	3.3.2 Bedýnky.....	22
	3.4 Vybraní prodejci	23
	3.4.1 Albert (Ahold)	23
	3.4.2 Billa	23
	3.4.3 Interspar.....	23
4	Diskuse	25
5	Závěr	30
6	Seznam použitých zdrojů	32
7	Seznam příloh.....	34

1 Úvod

Ekologické zemědělství a prodej biopotravin zaznamenává v posledních letech rozmach nejen v zemích Evropské unie, ale i v České republice. Oproti 90. letům 20. století, kdy bylo v České republice zaregistrováno zhruba 130 ekozemědělců, hospodařících na ploše zhruba 16 tis. ha, se dnešní počet ekozemědělců zvýšil téměř 25 krát na bezmála 3500, hospodařících na 442 tis. ha půdy. Rozvoj ekologického zemědělství lze přisuzovat i systému finančních podpor Evropské unie v rámci Programu rozvoje venkova.

Ekologické zemědělství je založeno na principech využívání přírodních procesů, zdrojů a postupů a přispívá k obnově života na venkově. V rostlinné produkci je zdůrazňováno hospodaření bez užití průmyslově vyráběných chemických látek, pesticidů, umělých hnojiv, geneticky modifikovaných látek a celkově směřuje k návratu původního zemědělství. V živočišné produkci je kladen důraz na welfare, neboli pohodový život zvířat. U chovu zvířat v ekologickém zemědělství jsou uplatňovány zásady: svoboda od žízně, hladu a podvýživy; svoboda od bolesti, zranění a nemoci; svoboda od nepohodlí; svoboda normálního chování; svoboda od úzkosti a strachu. Je zakázáno preventivní používání antibiotik, genové manipulace, používání hormonů, ale i přenos embryí. Všechny formy zpracování, manipulace, kontroly, označení jsou specifikovány nařízeními, zákony, vyhláškami. Z uvedených zásad ekologického zemědělství vyplývá, že prioritou biopotravin a bioproduktů je především kvalita převyšující nad kvantitou.

Kvalitě biopotravin odpovídá mnohdy i cena, která ve většině případů výrazně převyšuje cenu konvenčních potravin. A to je z velké části i důvod, který zákazníka odradí od koupě. I když v posledních letech propagace biopotravin stoupá i díky osvětě „Žiju bio“, dotované z Evropských fondů, je jejich spotřeba v ČR ve srovnání se zeměmi Evropské unie stále pozadu.

Z hlediska nabídky v obchodech se otázka biopotravin velmi zlepšila. Dá se říci, že všechny obchodní řetězce zakomponovaly biopotraviny a bioprodukty do svého portfolia. Farmářské trhy, či koupě přímo ze dvora, kdy zákazník nakupuje přímo od producenta, se

také v poslední době začíná vžívat. Stále častěji se objevují obchody specializované přímo na biopotraviny a bioprodukty, kde lze nakoupit celý sortiment.

Biopotraviny a bioprodukty se v 21. století stávají čím dál větším trendem a životním stylem pro mnoho lidí po celém světě. Zjistitelnost původu potravin a produktů v bio kvalitě, pravidla pěstování a zákonitosti chovu jsou pro konzumenty důležité jak z etického hlediska, zdravotního, ale i třeba jen z přesvědčení o dobré věci.

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je na základě sestavení znalostního základu (literární rešerše) a na základě provedení vlastního průzkumu diskutovat obchodní aspekty bio potravin u vybraných prodejců, a to z pohledu celkové prezentace biosortimentu a porovnání vybraných druhů biopotravin.

2.2 Metodika práce

Metodika literární rešerše spočívá v sumarizaci a následném zpracování sekundárních dat, získaných především z právních podkladů (ES) 889/2008, (ES) 834/2007, 242/2000 Sb., a ze zveřejněných zpráv Ministerstva zemědělství ČR (www.eagri.cz). Dalšími zdroji informací k aktuální problematice biopotravin a ekologické produkce jsou oficiální webové prezentace specializovaných organizací (Green Marketing). Veškeré použité zdroje jsou uvedeny v kap. 6.

Metodika diskuse je založena na provedeném průzkumu u vybraných obchodních řetězců. Průzkum probíhal i formou oslovení jednotlivých obchodních řetězců. Kdy bylo cílem získat údaje o počtu zalistovaných položek biosortimentu, druhu dodavatelů biopotravin a procentuální poměr biopotravin vůči konvenčním potravinám. Pořízená fotodokumentace, která sloužila jako podklad pro zpracování průzkumu, je součástí příloh této práce.

Po provedeném průzkumu u vybraných obchodních řetězců byl proveden písemný popis hodnocení jednotlivých zjištěných skutečností. Popis byl následně ohodnocen stupnicí od 1 do 3. Kdy 1 vyjadřovala z pohledu autora, tedy zákazníka, nejlepší ohodnocení biokoutku. Nejlepší hodnocení získalo umístění u vchodu provozovny nebo u centrální uličky, označení všech biopotravin lištami, existence POS materiálů u všech biopotravin, použití reg. děličů a druhotné umístění zboží i u sortimentních skupin konvenčních potravin. Hodnocení 2 bylo uděleno v případě umístění biokoutku ve vedlejší uličce, označení lištami a POS materiály pouze u privátních biopotravin, neexistence reg. děličů, bez druhotného umístění. Ohodnocení 3 bylo uděleno biokoutku umístěnému

v postranní uličce. Biosortimentu bez jakéhokoli zvýraznění lištami či POS materiály a při umístění biopotravin pouze u sortimentních skupin konvenčních potravin.

Cílem průzkumu je zhodnotit celkovou prezentaci biosortimentu a porovnat ceny vybraných biopotravin ve výše uvedených řetězcích. Průzkum probíhal v období 17. 1. 2011 – 23. 1. 2011 v následujících prodejnách:

Albert, Budovatelů, Most – datum sledování: 22. 1. 2011

Billa, Roudnice nad Labem – datum sledování: 18. 1. 2011

Interspar, Most – datum sledování: 22. 1. 2011

Průzkum probíhal formou sledování a záznamu tohoto sledování do záznamových listů podle následujících kritérií:

- *umístění biokoutku z hlediska celkové propozice provozovny,*
- *označení či zvýraznění umístění,*
- *sortiment jednotlivých biokoutků,*
- *pestrost (velikost) nabízeného sortimentu,*
- *porovnání cen vybraných prodejen a*
- *komplexní porovnání postoje prodejen k biopotravinám.*

Stav biokoutků je popsán podle rozdělení trvanlivosti potravin a z pohledu zákazníka u jednotlivých prodejen.

Výsledná data jsou pro přehlednost zpracována v tabulkách a grafech programem Microsoft Office Excel.

Výsledky průzkumu jsou hodnoceny a diskutovány v kapitole 4 Diskuse.

3 Literární rešerše

3.1 Ekologického zemědělství v Evropě a České republice

3.1.1 Základní pojmy a charakteristika ekonomického zemědělství

Pro správnou orientaci v problematice biopotravin, které jsou náplní práce, je nutné vysvětlit základní pojmy, které jsou používány v celé práci.

V České republice se pro ekologické zemědělství počátkem devadesátých let používal termín „alternativní“ zemědělství. Byl vhodným synonymem ekologického zemědělství, protože právě mezi biozemědělci se začaly nejdříve rozšiřovat alternativní podnikatelské aktivity, zcela zaniklé vlivem dřívější politiky (Moudrý, Prugar, 2002). Označení se postupem času měnilo od pojmu alternativní přes organické až po současné označení ekologické zemědělství.

Ekologické zemědělství je přirozený a moderní způsob hospodaření, který je založen na tisícileté zkušenosti našich předků, vyznačuje se kladným vztahem a respektem k životnímu prostředí. Není návratem na stromy, ale návratem ke zdravému rozumu a citlivému srdci. Staví na principech péče o psychickou a fyzickou pohodu zvířat (welfare), úrodnost a kvalitu půdy, vitalitu a zdraví rostlin. Znamená více polního a lučního kvítí, ptactva, savců, obojživelníků a plazů, žížal, pavouků, střevlíků a také práce (Prušová, Urban, 2006).

Podle Hradila (2001) můžeme definovat ekologické zemědělství jako 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 zamožují životní prostředí nebo zvyšují rizika kontaminace potravního řetězce, a který zvýšeně dbá na vnější životní projevy a chování a na pohodu chovaných hospodářských zvířat. Přímým produktem ekologického zemědělství je **bioprodukt**, který je určen k přímé spotřebě nebo dalšímu zpracování.

Dalším pojmem, který je nutné si vysvětlit je biopotravina. **Biopotravina** je vyrobena z plodin a surovin, které byly vyprodukovány s pomocí přírodních, organických (nikoli chemických) prostředků (Diderot, 1999).

Kromě původu hraje důležitou roli i samotná výroba biopotraviny. Zakázáno je např. bělení, působení hormonů, ozařování a mikrovlnný ohřev, nakládání s použitím chemikálií atd. Nesmí se také používat syntetické přídatné látky (vč. syntetických sladidel). Existuje pozitivní seznam povolených přídatných látek, tzv. éček, jedná se přitom o látky v přírodě běžné nebo zhotovené z přírodních surovin, např. kyselina askorbová (vit. C), oxid uhličitý, kyselina mléčná, kyselina citronová, karubin, arabská guma atd. (Hradil, 2001).

Biopotraviny vznikají bez průmyslových hnojiv a pesticidů, bez devastace krajiny, bez týrání zvířat a bez preventivního podávání antibiotik. Jsou prosty umělých ochucovadel, barviv a zlepšovatel vůně, chuti a konzistence. Mají svou přirozenou barvu, chuť, vůně, a krásu a většinou i kratší dobu trvanlivosti. Navíc mají jasný a dohádatelný původ, za nímž se obvykle skrývá i příběh (Prušová, Urban, 2006).

3.1.2 Historie a současnost

První principy biologicko-dynamického zemědělství jsou dokladovány k roku 1924, kdy německý filozof Dr. Rudolf Steiner přednesl v obci Koberwitz řadu osmi přednášek pod názvem Zemědělský kurz. V nichž se dotkl problematiky zhoršující se kvality potravin, produkce sadby, únavy půdy, léčení chorob zvířat apod. Biodynamické zemědělství se rozšířilo po celém světě, nejvíce však v Evropě. Biovýrobky z tohoto zemědělství jsou prodávány pod značkou Demeter. Po druhé světové válce se hlavně v německy hovořících zemích a ve Skandinávii rozšířila metoda Organicko-biologického zemědělství. Hlavním představitelem tohoto zemědělství, jímž základem je zdravá půda, je Dr. Hans Müller a Dr. H. P. Rusch. K této metodě se stále hlásí svazy, jako např. Bioland, Naturland, Bio Ernet aj. V 50. - 60. letech 20. století se stalo biologické zemědělství další alternativou k chemické a technické industrializaci zemědělství. Na britských ostrovech byl průkopníkem v ekologickém zemědělství sir Albert Howart a Lady Eve Balfourová. Ta iniciovala v roce 1946 založení dodnes nejvýznamnějšího svazu organického zemědělství Soil Association. V USA stál u zrodu organického zemědělství Robert Rodale. Organické zemědělství v zásadě odpovídá ekologickému zemědělství, na světě je nejvíce rozšířeno v anglicky mluvících zemích. Ve francouzsky mluvících zemích se objevilo biologické

zemědělství v 50. - 60. letech. Hlavními představiteli francouzského biologického zemědělství byli Raul Lemaire a Jean Boucher, jejichž metoda spočívala v používání mořské řasy *Lithothamnium calcareum* jako hnojivo (Šarapatka, Urban, 2006).

V 70. letech 20. století byla v Německu založena mezinárodní federace IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements – Mezinárodní federace sdružení za organické zemědělství). Tato organizace měla velký vliv na uznání ekologického zemědělství (Urba, Šarapatka, 2003).

Jak ve své publikaci uvádí Moudrý (2002) počátky ekologického zemědělství v České republice lze zaznamenat ve 2. Polovině 80. let. Systematicky, se státní podporou, bylo ekologické zemědělství rozvíjeno od počátku 90. let. Na Ministerstvu zemědělství vznikl odbor pro privatizaci a alternativní zemědělství a současně byla vyčleněna přímá podpora 100 mil. Kč v roce 1991/92 převážně na projekty investičního charakteru pro rozvoj alternativního zemědělství. V roce 1993 ekologicky hospodařilo 135 zemědělských podniků na ploše 15 731 ha zemědělské půdy (Moudrý, Prugar, 2002).

Pro srovnání v roce 2009 bylo 2 689 ekofarem na rozloze 398 407 ha a poslední údaj k srpnu 2010 hovoří o 3494 ekofarech na ploše 442 869 ha (statistika, Eagri).

V roce 1990, kdy byly přijaty směrnice IFOAM, vzniklo pět svazů ekologického zemědělství: Libera Praha, Biowa Chrudim, Naturvita Třebíč, Altervin Velké Bílovice a PRO – BIO Šumperk, který působí dodnes (Šarapatka, Urban, 2006).

V roce 2002 obhospodařují ekologičtí zemědělci více než 5 % z celkové výměry zemědělské půdy v ČR. Avšak trh s biopotravinami není dostatečně rozvinut, biopotraviny tvoří pouhých 0,06 % celkového trhu s potravinami v ČR. Není zajištěna dostatečná propagace a osvěta, i když v roce 2000 se začíná s prodejem biopotravin v supermarketech. Mezi kandidátskými zeměmi jsme byli v oblasti Ekologického zemědělství (dále jen EZ) v době vstupu do Evropské Unie (dále jen EU) na prvním místě v rozsahu ploch zařazených do EZ a v rozvoji domácího odbytu (Urba, Šarapatka, 2003)

3.1.3 Právní rámce produkce biopotravin

Pravidla ekologického zemědělství a výroby biopotravin jsou upravená národní i evropskou legislativou. Do 31. 12. 2008 platilo nařízení Rady (EHS) 2092/91 o ekologickém zemědělství. Dnem 1. 1. 2009 bylo toto nařízení zrušeno a platí zcela nová

evropská legislativa. Jedná se o nařízení Rady (ES) 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení Rady (EHS) 2092/91 a prováděcí nařízení Komise (ES) 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) 834/2007. Důležité je zmínit i nařízení Komise (ES) 1254/2008, kterým se stanoví zejména pravidla pro používání kvasinek a produktů z kvasnic v ekologickém zemědělství. Soubor nové legislativy ekologického zemědělství účinné od 1. 1. 2009 doplňuje nařízení Komise (ES) 1235/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla pro dovoz biopotravin ze třetích zemí. Začaly také platit novely tohoto nařízení, konkrétně se jedná o nařízení Komise (ES) 537/2009 a nařízení Komise (ES) 471/2010, kterými došlo k zařazení nových zemí na tzv. seznam třetích zemí EU (Tunisko a Japonsko). Stále platí národní zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, který upravuje zejména postup pro registraci v ekologickém zemědělství, nebo správní delikty při porušení pravidel ekologického zemědělství. Zákon také stanoví ve své prováděcí vyhlášce č. 16/2006 Sb., podobu národního loga pro biopotravinu, které se bude i nadále používat na obalu biopotravin společně s logem Evropské unie pro ekologickou produkci (Šarapatka a kol, 2009).

3.1.4 Základní podmínky výroby biopotravin

Při výrobě biopotravin je nutné dodržovat následující principy (Václavík, 2006):

- Produkce potravin vysoké kvality a v přiměřeném množství.
- Postupy v souladu s přírodními systémy a cykly na všech úrovních od půdy přes rostliny až ke zvířatům.
- Udržování anebo zvyšování dlouhodobé úrodnosti a biologické aktivity půdy.
- Osevní postupy a technologie pěstování bránící erozi půdy.
- Regulace a potlačování plevelů (dopravních rostlin) agrotechnickými metodami, herbicidy nejsou povoleny.
- Ochrana rostlin proti chorobám a škůdcům založené na podpoře samoregulační funkce agroekosystému, biologických a biotechnických metodách. Fungicidy a insekticidy nejsou povoleny.

- Etické zacházení se zvířaty respektováním jejich vrozených potřeb a chování.
- Respektování místních, ekologických, klimatických a zeměpisných rozdílů a využívání praktik a postupů vyvinutých v jejich důsledku.

Ekologická produkce je celkový systém řízení zemědělského podniku a produkce potravin, který spojuje osvědčené environmentální postupy, vysokou úroveň biologické rozmanitosti, ochranu přírodních zdrojů, uplatňování přísných norem, pro dobré životní podmínky zvířat a způsob produkce v souladu s požadavky určitých spotřebitelů, kteří upřednostňují produkty získané za použití přírodních látek a procesů. Ekologický způsob produkce tak plní dvojí společenskou roli, když na straně jedné zajišťuje zvláštní trh odpovídající na spotřebitelskou poptávku po ekologických produktech a na straně druhé přináší veřejné statky přispívající k ochraně životního prostředí a dobrým životním podmínkám zvířat, jakož i k rozvoji venkova (ES č. 834/2007).

Nové Nařízení Komise (ES) č. 889/2008 umožňuje používat při výrobě biopotravin již 47 přídatných látek oproti době minulé, kdy bylo povoleno pouze 36 přídatných látek. Evropská unie v současné době povoluje přes 300 potravinářských přídatných látek. I přes zvýšení počtu povolených přídatných látek nesmí být porušen smysl biopotravin, kterým je očekávání spotřebitelů ohledně co nejpřirozenějších potravin. Povolené přídatné látky mají být navíc používány, jen je-li to nezbytně nutné. Základním pravidlem je, že smí být použity jen ty přídatné látky, bez nichž produkt prokazatelně nemůže být vyroben, ani nemůže být dosaženo jeho trvanlivosti. Jedná se převážně o srážecí činidla, regulátory kyselosti a kypřidla, dále emulgátory a antioxidanty. Vyloučeno je použití chemicky modifikovaných tuků a škrobů, látek zvýrazňujících chuť, stabilizátorů a mnoha dalších látek. Použití arómat je omezeno na „přírodní arómata“ a aromatické extrakty (éterické oleje). Chemicky a genovou technologií získaná arómata jsou zakázána (Václavík, Green marketing, 2006).

Výrobce biopotravin smí zpracovávat bioprodukty pouze takovými postupy, které vedou k zajištění ekologické integrity produktů. To znamená, že, veškeré zpracování bioproduktů musí probíhat v provozech zcela zřetelně prostorově nebo časově oddělených od provozů, kde se zpracovávají suroviny vyrobené konvenčními postupy. Během dopravy bioproduktů musí být učiněna nezbytná opatření, zajišťující ochranu bioproduktů před

kontaminací a jejich oddělení od surovin vyráběných konvenčními postupy (Moudrý, Prugar, 2002).

Aby potravina mohla mít označení bio, nebo eko, musí splňovat daná kritéria, která se týkají nejen skladby výrobku, jeho skladování ale i obalu.

Biopotraviny sestávající z víc přísad, jako například pomazánka, musí být ze 100 procent vyrobena z ekologicky vyprodukovaných surovin, stojí-li na etiketě „bio“ nebo „eko“. Ve zvlášť definovaných případech lze však podle nařízení Rady EU použít až pět procent konvenčně vyrobených přísad, nejsou-li k dispozici přísady v ekologické kvalitě. Povolené přísady vyjmenovává speciální příloha nařízení. Sem patří například různá koření. Dovoleno naopak není nastavování ekologických surovin pěti procenty stejné suroviny z konvenční výroby. Produkt s minimálně 95 procenty ekologicky vyrobených přísad smí tedy být neomezeně prodáván jako biopotravina. Přísadami nezemědělského původu jsou například droždí, sůl a voda. U směsných produktů obsahujících mezi 70 – 95 procenty přísad z ekologického zemědělství smí být omezeně poukazováno na ekologickou produkci. U produktů obsahujících méně než 70 procent ekologických přísad se ani v seznamu přísad nesmí poukazovat na ekologickou produkci (Václavík, Green marketing, 2006).

Skladování bioproduktů a biopotravin musí být odděleno od konvenčních potravin, musí být skladovány v prostorách a za podmínek, které umožňují jejich jednoznačnou identifikaci. Skladovací prostory musí být pravidelně čištěny a udržovány v čistotě. Nikde nesmí být viditelné zbytky materiálů, které by mohly kontaminovat nebo narušit obsah skladovaných materiálů. Čistota prostorů musí být pravidelně kontrolována. Části používaného zařízení, které přicházejí do styku s biopotravinou, musí být konstruovány z takového materiálu a takovým způsobem, aby bylo umožněno důkladné čištění; je nutné zabránit absorpci zpracované hmoty v zařízení a tím i kontaminaci potravin. Suché metody čištění mohou být použity v případech, kde je to praktické a nedojde k ohrožení nezávadnosti výrobku. Pro veškeré mokré čistící postupy u zařízení přicházejícího do styku s bioprodukty musí být použita pitná voda (Moudrý, Prugar, 2002).

Povolené materiály pro obaly jsou: nerezavějící ocel, porcelán, sklo, keramika, dřevo (vyjma pro živočišné produkty a v přímém kontaktu s ním), papír nepropustný pro tuky (pergamen), polyetylenové a polypropylenové fólie, papír karton, celofán.

3.1.5 Kontrola, certifikace

System inspekce EU ukládá členským státům povinnost zavést systém kontroly jedním nebo několika inspekčními orgány či schválenými soukromými institucemi.

Rada EU vydala nařízení č. 834/2007, kterým stanovuje pravidla pro kontrolu. Podle tohoto nařízení se kontrolním orgánem rozumí organizace veřejné správy členského státu, které příslušný orgán částečně či v plné míře svěřil své pravomoci ohledně provádění inspekci a certifikaci v oblasti ekologické produkce. Tento pojem případně zahrnuje rovněž odpovídající orgán třetí země nebo odpovídající orgán, činný ve třetí zemi (ES č. 834/2007).

Celý ekologický kontrolní systém je postaven výlučně pod záštitu Úřední kontroly potravin a krmiv (OFFC) a uplatňuje se dozorčí role členských států. Pro všechny kontrolní orgány v EU je nyní povinná akreditace k jedné z mezinárodních certifikačních norem EN 45011 nebo ISO 65. Pravomoc udělovat povolení na omezené použití vstupů je nyní převedena nepřislušné úřady členských států (ES č. 834/2007).

System kontroly v ČR probíhá na několika úrovních.

Ministerstvo zemědělství vykonává dozor nad dodržováním Zákona o ekologickém zemědělství u subjektů u něho přihlášených nebo registrovaných jako ekologičtí podnikatelé. K tomu účelu uzavírá na základě výběrového řízení smlouvu s právnickou osobou, kterou pověřuje prováděním kontroly a dalších odborných úkonů. Současně ji opravňuje k vydávání osvědčení o původu bioproduktů nebo osvědčení o biopotravině (Moudrý, 2002).

Kontroly u výrobců biopotravin a osob, které uvádějí bioprodukty či biopotraviny do oběhu mají několik forem (Moudrý, Prugar, 2002):

- Ohlášená kontrola – minimálně jednou za rok podléhá podnik celkové kontrole
- Neohlášená kontrola – jsou dvojího typu: namátkové a nařízené (případě problematických podniků, vzniklo-li podezření na použití nepovolených prostředků nebo postupů)
- Revizní inspekce

Inspektoři kontrolních organizací pověřených ministerstvem zemědělství uskutečnili v roce 2009 celkem 3 555 kontrol u 3 190 kontrolovaných subjektů. Z těchto kontrol bylo 152 neohlášených, zbytek tvořily ohlášené kontroly podle nařízení Rady (ES) č. 834/2007 (Šarapatka a kol., 2009).

Při každé kontrole je kontrolní organizací prověřena podstatná část vedení podniku na základě přesně definovaných podkladů, jako je například detailní popis podniku, přehled účetních dokladů, pěstitelské plány a registr stavu chovaných zvířat. Na základě účetních dokladů může kontrolor poznat, jaké suroviny, prostředky, pomocné látky, léčiva, krmiva a hnojiva zemědělec nakoupil a jaké produkty prodal. Správnost údajů vedených zemědělcem se ověří při prohlídce statku a polí. Chemické analýzy nebo rozbory půd se provádějí namátkově v případě důvodného podezření. Nejsou-li zjištěny žádné hrubé prohřešky, obdrží zemědělec osvědčení, jenž uvádí, které výrobky smí prodávat jako bioprodukty. Při kontrole u zpracovatelů bioproduktů, výrobců biopotravin a obchodníků se kontroluje především to, jak jsou schopni zajistit, že nedojde ke kontaminaci biopotravin (smísením s konvenční potravinou nebo surovinou přidávkem zakázaných ingrediencí, látek na ochranu před škůdci, nebo dalších látek, které kompromitují bio státu výrobku). Je kontrolován způsob uskladnění a jak podnik zabrání smísení či kontaminaci při manipulaci s produkty. Podnik toto musí nejen zajistit, ale kontrolní organizaci prokázat, že systém funguje. Do systému kontroly automaticky spadají také maloobchodní prodejny nabízející například nebalenou bio zeleninu či ovoce, čerstvé bio maso či krájené a znovu zabalené sýry a uzeniny (Václavík, Green marketing, 2006).

Pro plnění požadavků EU musí mít každá osoba podnikající v ekologickém zemědělství uzavřenou platnou smlouvu s některou kontrolní organizací, která je pověřena MZe výkonem kontroly a certifikace v ekologickém zemědělství. K 1. 6. 2007 byly MZe pověřeny výkonem kontroly a certifikace následující kontrolní organizace.

KEZ o.p.s.

KEZ o.p.s. je nevládní nezisková organizace, která zajišťuje odbornou nezávislou kontrolu a certifikaci v systému ekologického zemědělství. KEZ o.p.s. je obecně prospěšná společnost podle zákona č. 248/1995 Sb. Byla založena v roce 1999 Svazem producentů a zpracovatelů biopotravin PRO-BIO, Nadačním fondem pro ekologické zemědělství

FOA a Spolkem poradců ekologického zemědělství EPOS Kontrola osob podnikajících v ekologickém zemědělství a certifikace jejich produktů je prováděna na základě pověření MZe podle § 29 zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství v rozsahu tohoto zákona a nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů (KEZ, 2011).

ABCERT GmbH

Firma ABCERT vznikla v roce 2002 splynutím kontrolních organizací Alicon a BioZert. Obě tyto společnosti od roku 1992 vyvíjely aktivní a úspěšnou činnost v oblasti bio-kontroly. V říjnu 2005 byla založena pobočka firmy ABCERT pro Českou republiku se sídlem v Brně, která od 1. 1. 2006 vykonává kontrolní činnost s pověřením MZe ČR. Díky zázemí poboček provozovaných na území SRN a jedné v Jižním Tyrolsku v Itálii, s nasazením více než 100 kompetentních a zkušených spolupracovníků, jsou schopni efektivně a flexibilně uspokojovat požadavky a přání zákazníků. Takto se společnost ABCERT může prokázat s celkovým počtem 10 000 kontrolovaných zemědělských podniků a 1 000 zpracovatelů biopotravin největší certifikační organizací v SRN. Vzhledem k různorodosti kontrolovaných podniků může nabídnout širokou škálu zkušeností při řešení zcela specifických otázek. Akreditace podle norem EN 45011 (požadavky na certifikační orgány) a podle EN ISO/IEC 17020 (požadavky na inspekční orgány) (Abcert, 2011).

BIOKONT CZ, s r.o.

Společnost Biokont je kontrolní a certifikační organizace v ekologickém zemědělství (dále EZ), s přístupem do centrálních evidencí v ČR, pověřená Ministerstvem zemědělství ČR, registrovaná v Official Journal of the European Union v Bruselu. Její činností je kontrola ekologického zemědělství, inspekce a certifikace BIO (Organic). Mezinárodní kód je **CZ-BIO-003**. Tato společnost je zatím jedinou kontrolní organizací EZ v ČR, která se přihlásila k „Etickému kodexu“ akreditovaných osob u Českého institutu pro akreditaci (ČIA) v Praze. Má zkušenosti s hospodařením na vlastní ekologické farmě, výrobou a prodejem bioproduktů již od roku 1991 (Biokont, 2011).

3.1.6 Označování biopotravin

Biopotraviny vyrobené v České republice musí být označené jak národní značkou, tzv. biozebrou, tak i novým evropským logem. Biopotraviny z dovozu mohou být označeny biozebrou, ale nemusí.

Národní značení



Obrázek č. 1 – Národní označení biopotravin tzv. biozebra

Grafický znak BIO, tzv. **biozebra**, s nápisem „Produkt ekologického zemědělství“ a s číslem kontrolní organizace CZ-BIO-001, CZ-BIO-002 nebo CZ-BIO-003, se v ČR používá jako celostátní ochranná známka pro biopotraviny. K jejímu udělení jsou Ministerstvem zemědělství pověřeny kontrolní organizace KEZ o.p.s., ABCERT AG, organizační složka a Biokont CZ, s.r.o. Logo je možné použít pouze v souladu s ustanovením zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, ve znění pozdějších předpisů, a vyhlášky č. 16/2006 Sb., ze dne 6. ledna 2006, kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství.

Evropské značení



Obrázek č. 2 – Evropské označení biopotravin

Grafický znak loga společenství označující ekologickou produkci je definován v nařízení Rady 834/2008 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č.2092/91. Grafickou podobu loga, podmínky pro jeho užívání, tvar číselného a kódu kontrolního subjektu stanovuje nařízení Komise (EU) č. 271/2010, kterým se mění nařízení (ES) č. 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pokud jde o logo Evropské unie pro ekologickou produkci. Jeho užívání je od 1. července 2010 povinné. Vedle povinného užívání loga EU pro ekologickou produkci na balených biopotravinách platí od 1. července 2010 také povinnost označovat na obalu rovněž místo, kde byly vyprodukovány zemědělské suroviny, z nichž se produkt

skládá. Pro biopotraviny dovezené do EU ze třetích zemí je evropské logo dobrovolné (Eagri, 2011).

Dle nařízení č. 834/2007 se logo Evropské unie se používá v těchto situacích:

- „zemědělská produkce EU“, byla-li zemědělská surovina vyprodukována v EU
- „zemědělská produkce mimo EU“, byla-li zemědělská surovina vyprodukována ve třetích zemích
- „zemědělská produkce EU/mimo EU“, byla-li část zemědělských surovin vyprodukována ve Společenství a část ve třetích zemích.

Pro úplnost je nutné dodat, že i obaly musí splňovat určité podmínky a proto musí být opatřeny štítkem se jménem a bydlištěm, jde-li o fyzickou osobu, obchodním jménem a sídlem, jde-li o právnickou osobu a označením bioprodukt. Uzavřením obalu nebo kontejneru se nepožaduje, jestliže se přeprava uskutečňuje mezi ekologickým podnikatelem a jiným ekologickým podnikatelem, výrobcem biopotravin a distributorem a bioprodukt je provázen kopií osvědčení o původu bioproduktu (Moudrý, Prugar, 2002).

3.2 Spotřeba a nabídka biopotravin

Nejvíce biopotravin nakoupí čeští spotřebitelé v supermarketech, hypermarketech a lékárnách (67 %), dále pak v prodejnách zdravé výživy a biopotravin (28 %).

Biopotraviny se podílely v roce 2006 na celkové spotřebě potravin 0,35 %. Průměrná spotřeba na obyvatele a rok za biopotraviny byla roku 2006 přibližně 74 Kč.

Zatím co v roce 2008 již Češi utratili za biopotraviny 1,8 miliardy korun. To znamená, že průměrná spotřeba na obyvatele za biopotraviny v roce 2008 byla 176 korun.

V pražských specializovaných obchodech a prodejnách obchodních řetězců v roce 2009 z poptávaného košíku 100 nejčastěji nakupovaných potravin nabízely obchodní řetězce průměrně 35 položek v biokvalitě. Specializované obchody s biopotravinami nabízely z tohoto souboru průměrně 57 položek. Vývoj nabízených položek ilustruje Tabulka č. 1. Podíl zahraničních biopotravin na zkoumaném košíku jak v obchodních

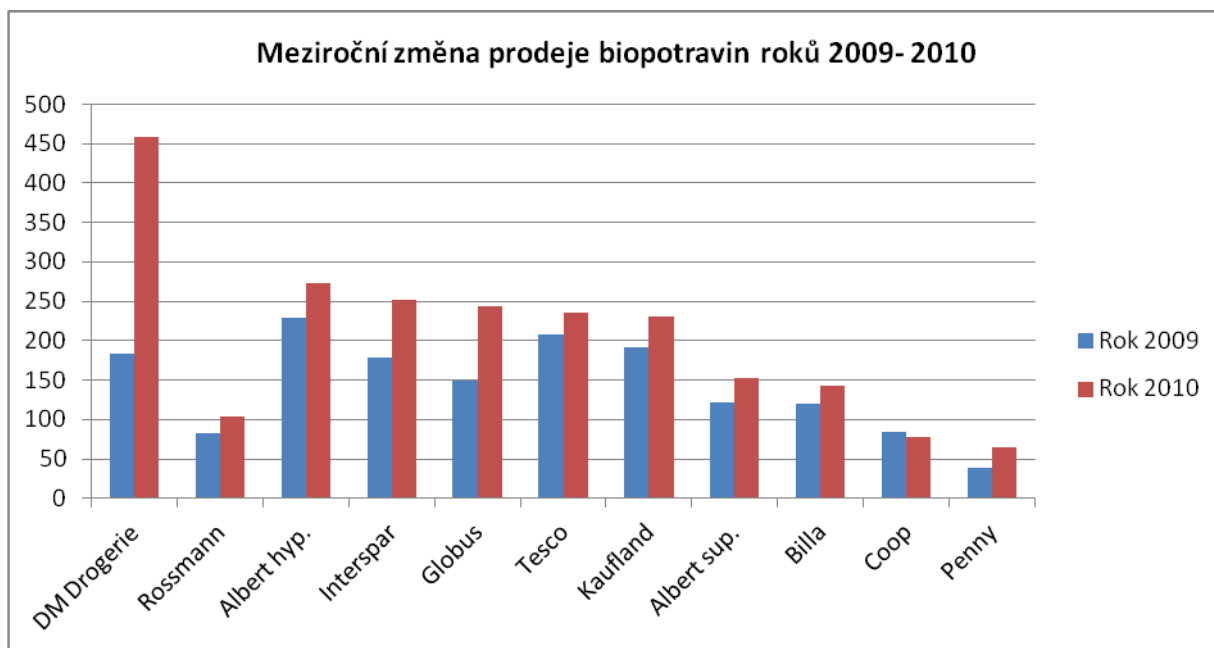
řetězcích, tak ve specializovaných prodejnách biopotravin činil přibližně 60% (kolektiv autorů, 2009).

Tabulka č. 1 - Průměrný počet nabízených položek 100 poptávaných

Místo prodeje	Léto 2009	Zima 2009
Obchodní řetězce	37	33
Specializované prodejny	50	64
Všechna místa prodeje	44	48,5

Zdroj: PRO-BIO LIGA

Podle studie, kterou provedl Green marketing v roce 2009, byly biovýrobky zastoupeny na českém trhu následovně: Nejvíce biopotravin, 458 položek, nabízela v prosinci 2009 Dm drogerie. Meziročně se tento počet zvýšil o 149 %! Nabídka biopotravin v prodejnách Dm drogerie je dvojnásobná oproti hypermarketům v nesrovnatelně menších prodejních plochách. Drogistický řetězec Rossmann také nabízí biopotravinu, jejich počet meziročně navýšil o 24 % na 103. Albert hypermarket měl v prosinci 2009 zalistováno 275 biopotravin, což je ale jen o 19,5 % více, než na začátku roku 2009. Za ním na třetím místě co do nabídky biopotravin se umístily hypermarkety Interspar s 252 biovýrobky, jejich počet se meziročně zvýšil o 41 %. Globus meziročně počet položek zvýšil ještě více, o 62 % a na konci roku 2009 jich nabízel 243. Tesco nabízelo 235 biopotravin, jen o 13 procent více než na začátku roku 2009. Poslední z hypermarketů, Kaufland, měl na konci roku v nabídce 230 položek, o 20,5 % více než na začátku roku. Co se týká supermarketů, tam měl největší nabídku Albert, 153 položek, meziroční růst o 25,5 %. Na druhém místě byla Billa se 143 položkami a 19% nárůstem. Prodejny COOP snížili meziročně počet položek z 85 na 78, tedy o 8 %. Naopak diskontér Penny navýšil počet biopotravin z 39 na začátku roku na 64 na konci, což představovalo meziroční růst o 64 %. Nicméně Penny zůstává jediný diskontér, který biopotravinu nabízí. Ačkoli Lidl v několika loňských měsících s biopotravinami experimentoval (mléčné biovýrobky), rychle se jich opět zbavil (Čítková, Václavík, 2010). Meziroční změnu ilustruje Graf č. 1.



Graf č. 1– Meziroční změny prodeje biopotravin roků 2009-2010

3.3 Možnosti prodeje a propagace biopotravin

V roce 2009 se začal prosazovat trend přímé distribuce biopotravin spojený s novou alternativní kulturou nákupu potravin a stravování formou renesance farmářských tržišť a prodeje ze dvora.

3.3.1 Farmářská tržišť

Nejtradičnější formou přímého kontaktu sedláka a spotřebitele jsou farmářská tržišť, která byla zejména ve větších městech zapomenutou součástí nákupních zvyklostí. Ovšem v roce 2009 se objevují první náznaky obnovy prodeje na tržišťích zejména v hlavním městě Praze, ale i v dalších krajských i okresních městech. Tržišť bývají většinou organizována prostřednictvím sdružení občanů, či přímo radnicemi a městskými částmi, které se angažují v poskytnutí prostoru a zázemí tržišť, případně i propagace mezi občany města. Vznikají však již i farmářská tržišť provozovaná soukromými podnikatelskými subjekty. Z hlediska ekologického zemědělství je důležité, že i producenti faremních biopotravin nacházejí na tržišťích své stálé zákazníky (Šarapatka a kol., 2009).

Významnou aktivitou v oblasti osvěty a propagace EZ je realizace tříleté spotřebitelské kampaně „Žiju bio“ (2008 - 2010), na jejímž financování se podílí ministerstvo zemědělství (prostřednictvím SZIF). Kampaň zaměřená na základní osvětu a propagaci EZ a produkce biopotravin oslovuje zejména matky s dětmi a spotřebitele se

zájmem o zdravý životní styl. Hlavním cílem kampaně je osvěta základních principů a pojmů v oblasti biopotravin a EZ. Celkové náklady na kampaň jsou 24,3 mil. Kč (bez DPH), 50 % nákladů je hrazeno z fondů EU, 50 % přispívá SZIF, realizátorem kampaně je reklamní agentura Ogilvy Mather. Mezi každoročně pořádané propagační akce, na kterých se ministerstvo zemědělství finančně spolupodílí, patří Bioakademie, Měsíc biopotravin, Biopotravina roku, Bartákův hrnec či tradiční Biojarmark a Dožínkové slavnosti v Praze. Čeští výrobci biopotravin, zástupci oborových organizací a ministerstvo zemědělství jsou každoročně prezentováni na veletrhu Biofach a Biostyl. Více než 60 % všech biopotravin se prodává v ČR již prostřednictvím řetězců super a hypermarketů. Dalších 30% představuje prodej ve specializovaných bioprodejnách a prodejnách zdravé výživy, přibližně 4 % trhu tvoří nezávislé prodejny potravin, 5 % přímý prodej na farmách. Prodej prostřednictvím bioklubů, internetu nebo jiným způsobem podstavuje asi 1 % (Šarapatka, Urban, 2005).

Supermarkety a specializované bioprodejny se při prodeji biopotravin doplňují. Supermarkety nabízejí omezený sortiment těch nejpopulárnějších položek, často vyrobených pro řetězce pod vlastní značkou. Zboží je nakupováno centrálně, pokud možno co nejefektivněji a nejlevněji, jeho geografický původ není až tak důležitý. Hlavním prodejním argumentem je nízká cen. Specializované bioprodejny naproti tomu nabízejí velmi široký sortiment biopotravin, často s důrazem na regionalistu a místní zdroj. Nejpopulárnějšími položkami jsou ovoce a zelenina v kvalitě bio. Hlavní prodejní devízou je široká nabídka, biospeciality a odborné osobní poradenství (Šarapatka, Urban, 2005).

3.3.2 Bedýnky

Velká mediální pozornost byla v roce 2009 věnována distribuci biopotravin prostřednictvím tzv. bedýnek, která se začala úspěšně prosazovat v posledních dvou letech. Pod pojmem bedýnky se v současné době skrývá distribuce celé řady faremních produktů přímo zákazníkovi ve městě. Prodej prostřednictvím bedýnek navazuje na systémy Community Supported Agriculture (CSA) známé v západních zemích již od 70. let. V tuzemsku vznikají v posledních letech bedýnkou distribuční systémy především z iniciativy drobných, převážně ekologických zemědělců, kteří jimi prodlužují prodej ze dvora a spolupracují přitom s prostředníky buď z řad ekologických nevládních organizací, obchodů s biopotravinami, mateřských center, kaváren atd., kteří poskytují prostory pro

odběr produktů, nebo dodávají svou produkci přímo podnikatelům, kteří distribuci pomocí bedýnek provozují profesionálně (Šarapatka a kol., 2009).

3.4 Vybraní prodejci

3.4.1 Albert (Ahold)

V současnosti spolupracuje Albert s 39 dodavateli biopotravin. Samozřejmě jsou certifikáty od jedné ze tří organizací spadajících pod Ministerstvo zemědělství. Momentálně Albert nabízí více než 160 druhů biopotravin. Pod vlastní značkou Albert Bio je možno nalézt kolem 70 druhů zboží – ovoce, zeleninu, uzeniny, luštěniny, pečivo, nápoje, cukrovinky, čaje i méně známé produkty, z nichž můžeme jmenovat například kuskus, jáhly, mungo, barevné fazole adzuki, zelenou čočku, kukuřičnou polentu a další. Vývoj privátní řady Albert Bio stále pokračuje. Na rok 2010 bylo plánováno rozšíření nabídky o dalších 30 výrobků, mezi kterými budou jogurty, sušenky, rýže, těstoviny atd. (Albert, 2010). Dle vyjádření řetězce Albert, jsou dodavateli biopotravin pouze čeští výrobci.

3.4.2 Billa

Billa sama sebe ráda označuje za bioprůkopníka v Rakousku. V roce 1994 byla v Rakousku zřízena obchodní značka ja!Natürlich, která vykazovala nejširší biosortiment v Rakousku. Biosortiment se rozrostl z původních 30 položek na více než 200 v několika sortimentních skupinách (Šarapatka, Urban, 2005).

V České republice Billa prodává biosortiment pod značku Naše Bio. V sortimentu jsou zastoupeny mléčné výrobky, ovoce, zelenina, masné výrobky, oleje, nápoje, cereálie, čaje. Aktuálně se počet položek pohybuje okolo 150.

3.4.3 Interspar

V roce 1995 byla vytvořena privátní značka Spar Natur*pur. Na český trh přišla poprvé v roce 2006. Biořada SPAR Natur*pur v současné době obsahuje již více než 120 výrobků. Zájem o biopotraviny v prodejnách společnosti SPAR ČOS v meziročním srovnání neustále stoupá, a to až o desítky procent. Například u rajčat a mrkve narostl obrat o téměř 20 %, u biovejec pak až téměř o 40 %. Vlivem rostoucí poptávky je sortiment biopotravin, zvláště pak u vlastní řady bioproduktů s označením SPAR Natur*pur, kontinuálně rozšiřován. První nabídka biopotravin SPAR Natur*pur byla v prodejní síti

společnosti SPAR představena v listopadu 2006 a tvořily ji zejména mléčné výrobky, pečivo a také ovoce a zelenina. Vlivem velkého zájmu zákazníků o tento druh sortimentu se biořada SPAR Natur*pur dočkala v následujících letech svého dalšího rozšíření. Přibyly tak nové bioprodukty, jako jsou těstoviny, rýže, oleje, ocet balsamico, uzeniny, ovocné a zeleninové džusy, čaje, kompletní müsli sortiment, sojové nápoje a biozmrzlina. V současné době obsahuje řada biopotravin SPAR Natur*pur 124 výrobků (Interspar, 2010).

Nejprodávanější biopotraviny značky SPAR Natur*pur TOP 10 (Interspar, 2010):

1. SPAR Natur*pur bio vejce, 6ks
2. SPAR Natur*pur bio sirup malina, 0,7l
3. SPAR Natur*pur bio banány
4. SPAR Natur*pur bio šunka lahůdková krájená, 100g
5. SPAR Natur*pur bio rajčata cherry, 250g
6. SPAR Natur*pur bio mrkev praná bez natě, 500g
7. SPAR Natur*pur bio olej dýňový (z dýňových jader), 250ml
8. SPAR Natur*pur bio sirup květ černý bez, 0,7l
9. SPAR Natur*pur bio sirup černý rybíz, 0,7l
10. SPAR Natur*pur bio jogurt bílý 1%, 150g

4 Diskuse

Průzkum byl prováděn na třech prodejnách obchodních řetězců, které složením sortimentu podporují hlavně svou vlastní privátní bioznačku. Vzhledem k dnešní vytížené době má málokterý spotřebitel biopotravin možnost nákupu ze dvora, či přímo od producenta. Většina lidí při nákupu spěchá a využívá služeb velkých prodejních řetězců. V textu jsou hodnoceny vybrané prodejny řetězce **Albert**, **Billa** a **Interspar**, které svou nabídkou biosortimentu mohou uspokojit většinu zákazníků.

Následující text hodnotí **umístění biokoutku a celkový dojem** z prezentace z pohledu zákazníka.

Biokoutek s *trvanlivými potravinami* v **Albertu** byl v centru dění. Při postupu centrální uličkou, byl biokoutek umístěn po pravé ruce, přímo na kraji začínajícího regálu. Základní viditelnost byla zaručena celkovým zeleným laděním biokoutku. Zelená barva charakterizuje privátní bioznačku Albert Bio a dělá tak biokoutek velmi nápadným. Mezi další zvýraznění patří zelené lišty a regálové děliče, kterými byly odděleny biopotraviny od konvenčních potravin. Umístění a označení je z hlediska orientace zákazníka, velmi dobře provedené. Biokoutek v **Bille** byl umístěn tak, aby si jej zákazník všiml ihned po vchodu do prodejny. Ve vybrané provozovně byl umístěn u vstupu, po levé ruce v rámci sortimentu ovoce a zelenina. Touto částí supermarketu prochází všichni zákazníci, proto zde nemůže vzniknout problém s hledáním biokoutku. Kromě dobré pozice biokoutku v rámci prodejny bylo zajištěno i celkem výrazné označení. Celý koutek byl oddělen od ostatního zboží děliči a dominantním nápisem na vrchu regálu. Jakékoliv barevné označení lišt, regálových vertikálních děličů upozorňující zákazníky na bio, naprosto chybělo. Z důvodu letákové akce na biopotraviny, která v době měření probíhala, byly na akční produkty použity POS (point of sale) materiály zvýrazňující cenu. Mimo dobu akce POS materiály použity nebyly. Poslední pozorování trvanlivých biopotravin bylo prováděno v prodejně **Intersparu**. Zde nebyl biokoutek umístěn na frekventovaném místě, jako v případě předchozích pozorování. Koutek se nacházel v sektoru pečiva, bez celkového jednotného označení, jako celek byl takřka k přehlédnutí. Z celkem tří regálových bloků, byl zvýrazněn pouze blok privátní bioznačky. Privátní bioznačka, byla označena

barevnými zelenými lištami, regálovými děliči a dokonce POS materiály upozorňující na cenu.

Druhou částí průzkumu bylo **hodnocení z hlediska sortimentu** jednotlivých biokoutků.

Sortiment jednotlivých biokoutků byl velmi podobný. Biokoutek řetězce **Albert** byl zásoben zhruba z poloviny potravin vlastní produkce, jako např. čaje, luštěniny, těstoviny, müsli, křehké chlebičky a z poloviny biopotravin neprivátních výrobců, např. džusy, oleje, med, džemy, mouky. Všechny tyto výrobky měly ještě druhé umístění v místě své sortimentní skupiny. Při použití druhotného umístění má zákazník zboží dvakrát na očích a mnohdy může toto umístění rozhodnout o koupi biopotravin. Biokoutek Billa působil během průzkumu vyprodaně, z toho důvodu byl špatný výběr. Významně převažovaly produkty privátní bioznačky Naše Bio. V závěru pozorování bylo zjištěno, že Billa mění strategii prodeje biopotravin a všechny biovýrobky postupně přemísťuje přímo do regálu ke konvenčním produktům jednotlivých sortimentních skupin. To zda tento krok, zrušení druhotného umístění, je správný a prodej biopotravin se tímto zvýší, ukáží až následující měsíce. V **Intersparu** byl koutek z pohledu rozsahu trvanlivých biopotravin největší. Celý jeden regálový blok byl věnován privátní bioznačce Natur Pur. Pod touto značkou byl ke koupi téměř celý sortiment trvanlivých biopotravin: oleje olivové, oleje dýňové, octy, těstoviny, kaše, luštěniny, džusy, šťávy, marmelády, müsli i sušenky. Ve vedlejších dvou regálových blocích byla směs ostatních výrobců. Tento sortiment byl ještě širší, hlavně z důvodu velkého počtu výrobců. Zde měl zákazník opravdu možnost volby. Některé výrobky byly dostupné od více výrobců s různou cenou. I zde měly všechny biopotravin druhotné umístění v regálu u své sortimentní skupiny.

Třetí částí průzkumu **je hodnocení sortimentu mléčných výrobků.**

Mléčné výrobky v **Albertu** neměly tak výrazné umístění jako trvanlivé potraviny. Všechny mléčné biovýrobky byly rozmístěny pouze u jednotlivých sortimentních skupin (mléko, jogurty, máslo, sýry, kysané výrobky) bez jakéhokoli poutavého označení, chybělo tak druhotné umístění. Tento způsob umístění je pro zákazníka, hledajícího bio, velmi nepřehledný. Zákazník, který se neorientuje v sortimentu, by tak mohl často odejít i bez nákupu. Oproti trvanlivým biovýrobkům, je zde naprosto ztracen smysl ucelenosti biosortimentu. V **Bille** byl mléčný biosortiment ukázkově uspořádán do krajního bloku

chladicího prodejního boxu. Celý blok byl označen svislými regálovými děliči a POS poutači ceny u privátní bioznačky. V rámci druhotného umístění u sortimentních skupin mléčných biopotravin byly zastoupeny z větší části produkty privátní bioznačky Naše Bio. Ostatní producenti spíše neměli druhotné umístění. Mléčný sortiment v **Intersparu** byl zákazníkovi nabízen z kraje chladicích boxů a částečně v druhotném umístění v rámci sortimentních skupin. Výrazné označení zelenými lištami, regálovými děliči a cenovými poutači bylo použito pouze u výrobků privátní bioznačky. Privátní značka v nabídce převažovala. Ostatní výrobci byli v nabídce zastoupeni minimálně.

Poslední částí průzkumu bylo **hodnocení sortimentu ovoce a zelenina**.

Ovoce a zelenina v biokvalitě měla v **Albertu** dobré umístění. Sortiment byl uspořádán do bloku a výrazně označen cenovkami se zeleným pruhem. Biopotraviny se staly dobře viditelné a zákazníkovi tak zprostředkovaly snadnou orientaci v kompletním sortimentu ovoce-zelenina. Myšlenka produkce biopotravin „návrat k přírodě“ je zde potlačena prodejem biozeleniny v plastových přepravech. Naproti tomu je konvenční ovoce nabízeno z proutěných a papírových bedýnek. V prodejně řetězce **Billa** bylo bioovoce a biozelenina umístěno v bloku uprostřed úseku. V této provozovně byly bioprodukty nabízeny v papírových bedýnkách. To je oproti nabídce v Albertu důstojnější umístění pro biopotraviny a alespoň z části to evokuje myšlenku biopotravin. V době průzkumu na provozovně **Interspar** byly k dispozici zákazníkovi pouze dva zástupci sortimentní skupiny bioovoce a biozelenina. V nabídce byly pouze pomeranče a brambory. Zde jakékoli zvýrazňující označení chybělo a i v tomto obchodě byl sortiment nabízen zákazníkovi z plastových přepravek.

Pro vyhodnocení průzkumu byla zpracována Tabulka č. 3. V tabulce jsou uvedeny všechny prodejní řetězce a jednotlivé aspekty. Ke každému řetězci a obchodnímu aspektu je přiřazeno hodnocení od 1 do 3, kdy 1 vyjadřuje nejlepší hodnocení a 3 nejhorší hodnocení.

Vyjádření hodnocení jednotlivých obchodních aspektů:

Tabulka č. 2– Hodnocení jednotlivých obchodních aspektů

Aspekt	Hodnocení		
	1	2	3
Umístění	u vchodu, centrální ulička	vedlejší ulička	postranní umístění
Lišty	u všech biopotravin	u privátních biopotravin	chyběly
POS	u všech biopotravin	pouze u privátních biopotravin, letákové akce	chyběly
Reg. děliče	ano	ne	
Blok	blok + druhotné umístění	blok	bez bloku, u konvenčních biopotravin

Vlastní zpracování

Tabulka č. 3– Celkové hodnocení jednotlivých řetězců

Biopotraviny	Aspekty	Albert	Billa	Interspar
Trvanlivé biopotraviny	Umístění	2	1	3
	Lišty	1	3	2
	POS	2	2	2
	Reg. děliče	1	1	1
	Blok	1	3	1
Mléčné biopotraviny	Umístění	3	1	1
	Lišty	3	3	2
	POS	3	2	2
	Reg. děliče	2	1	1
	Blok	3	1	1
Bioovoce biozelenina	Označení	1	1	3
	Blok	2	2	3
Mezisoučet		24	21	22
Počet položek		275 (1)	143 (3)	252 (2)
Celkem		25	24	24

Vlastní zpracování

V Tabulka č. 4 bylo provedeno srovnání cen vybraných výrobků. Výrobky k porovnání byly vybírány z produktů neprávních bioznaček v období od 17. 1. – 23. 1. 2011.

Tabulka č. 4- Porovnání cen vybraných biovýrobků u vybraných prodejen

Biovýrobky		Měrná jednotka	Albert	Billa	Interspar	Nejlevnější
Trvanlivé biopotraviny	Mouka pšeničná	1 kg	29,9	29,9	27,9	Interspar
	Pomerančový džus	1 l	49,5	49,9	74,5	Albert
	Olivový olej	1 l	299	299,6	316	Albert
	Sušené meruňky	1 kg	229,9	229,5	214,5	Interspar
	Třtinový cukr	1 kg	69,8	69,9	75,8	Albert
	Čočka	1 kg	127,8	125,9	135,8	Billa
Ovoce a zelenina	Pomeranče	1 kg	28,5	27,5	27,9	Billa
	Brambory	1 kg	22,6	25,9	20,9	Interspar
Mléčné výrobky	Mléko plnotučné	1 l	28,5	32,9	29,8	Albert
	Bílý jogurt	1 l	76,6	92,7	79,3	Albert
	Kefírové mléko	1 l	29,9	28,5	28,9	Billa
	Sýr 45 %	1 kg	359	299	299,5	Billa
	Máslo	1 kg	219,9	239,2	199,2	Interspar
	Vejce	6 ks	49,9	49,9	44,9	Interspar

Vlastní zpracování

5 Závěr

V době od 17. 1. 2011 do 23. 1. 2011 bylo prováděno sledování na vybraných prodejních obchodních řetězci. Cílem bylo porovnání obchodních aspektů: *umístění biokoutku z hlediska celkové propozice provozovny, označení či zvýraznění umístění, sortiment jednotlivých biokoutků, pestrost (velikost) nabízeného sortimentu, porovnání cen vybraných prodejen a komplexní porovnání postoje prodejen k biopotravinám.*

Celkovým zhodnocením bylo zjištěno, že z hlediska sledovaných obchodních aspektů biokoutků se navzdory malému sortimentu stal nejvhodnějším prodejcem biopotravin řetězec Billa. Billa byla zvolena nejlepším prodejcem, protože dosáhla nejlepšího základního hodnocení (hodnocení obchodních aspektů). Pokud bychom do celkového hodnocení započítali i zalistované položky, tak by se vítězem stala prodejna Interspar, která dosáhla takřka největšího počtu zalistovaných položek.

Prodejny Billa začaly procházet změnou strategie prodeje trvanlivých biopotravin a snaží se druhotné umístění trvanlivých biopotravin zrušit, a umístit biopotraviny pouze u jejich sortimentních skupin konvenčních trvanlivých potravin. Tato změna nebude probíhat jednorázovým krokem, ale postupnými reorganizacemi regálových ploch, to bude mít za důsledek i zvětšení sortimentu.

U bioovoce a biozeleniny byly nejlépe ohodnoceny prodejny Billa a Albert. Zde se lze jednoznačně přiklonit k prezentaci bioovoce a biozeleniny prodejny Billa, kde byly produkty nabízeny zákazníkům v papírových bedýnkách, a ne v plastu jako tomu bylo v Albertu, což spíše reprezentuje myšlenku návratu k přírodě.

V mléčném sortimentu biovýrobků byla s nejlepšími výsledky vyhodnocena prodejna Interspar.

Z celkového cenového hlediska byla nejlépe posouzena prodejna Interspar. Ač ve sledování trvanlivých biopotravin vzešel nejvýhodněji Albert. V mléčném sortimentu biopotravin byly všechny sledované prodejny na stejné úrovni. V poslední sledované komoditě, bioovoce a biozelenina, byly ve stejné cenové relaci prodejna Billa a Interspar.

Na dotazovací část provedeného průzkumu reagovali řetězce Albert a Interspar. Řetězec Billa na oslovení nereagovala. I přes snahu obou reagujících řetězců, nebyly dodané informace použitelné k vzájemnému srovnání. Oba dva řetězce neodpověděli na požadované dotazy, ale poskytli alespoň informace, které jim umožnilo vedení firmy. Řetězec Albert zaslal informace týkající se pouze druhu dodavatelů bioproduktů. Dle tvrzení řetězce, spolupracuje pouze s českými dodavateli. Firma Interspar poslala informace týkající se nejprodávanějších položek biopotravin a vývoje prodeje více viz kapitola 3.4.3.

6 Seznam použitých zdrojů

- [1] Abcert. Označení biopotravin [on-line]. [cit. 2011-01-16]. Dostupný z WWW: <http://www.abcert.cz/index.php?id=1>
- [2] Biokont. Označení biopotravin [on-line]. [cit. 2011-01-16]. Dostupný z WWW: http://www.biokont.cz/images/o_spolenosti_2011116.pdf
- [3] Hradil, Radomil: *Manuál pro prodejce biopotravin*. Svaz ekologických zemědělců PRO-BIO Šumperk, březen 2001, č. 22
- [4] Kolektiv autorů: *Všeobecná encyklopedie*. Diderot, 1999. 518 s. ISBN 80-902555-3-1
- [5] Logo Označení biopotravin [on-line]. <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/loga-a-znaceni/>
- [6] Matějková, Dagmar, Průšová, Jana, Sábliková, Markéta, Urban, Jiří: *Nebojte se vařit bio*. PRO-Bio Svaz ekologických zemědělců, Šumperk 2006. 38 s. ISBN 80-87080-03-5
- [7] Moudrý, Jan: *Biopotraviny – hodnocení kvality, zpracování a marketing*, Ministerstvo zemědělství ČR v Ústavu zemědělských a potravinářských informací 2002. ISBN 80-7271-111-3
- [8] Nařízení rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2091/91. Ministerstvo zemědělství, Praha 1 2009. 151 s. ISBN 978-80-7084-869-2
- [9] Prezentace obchodu [on-line]. [cit. 2010-12-30]. Dostupný z WWW: <http://www.albert.cz/nase-nabidka/privatni-znacky/albert-bio/index.html>
- [10] Prezentace obchodu [on-line]. [cit. 2010-12-30]. Dostupný z WWW: http://www.interspar.cz/spar/tiskove_zpravy/archiv_tiskovych_zprav.htm
- [11] Sbirka zákonů č. 553/ 2005 Sb. ze dne 9. prosince 2005, kterým se mění zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, ve znění zákona č. 320/2002Sb., a některé další zákony. [on-line]. [cit. 2010-12-30]. Dostupný z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2005/sb188-05.pdf>
- [12] Statistika šetření ekologického zemědělství provedená v roce 2009, výstup tematického úkolu MZe ČR č. 4212/2010 (aktualizovaná verze k 16. 6. 2010). Dostupný z WWW: http://eagri.cz/public/web/file/56451/Zprava_EZ_2009_aktualizovano_16._6._2010_UZEI.pdf

- [13] Šarapatka, Bořivoj a kol.: *Ročenka ekologické zemědělství v České republice 2009*, Ministerstvo zemědělství, Ministerstvo zemědělství ČR 2010, 39 s. ISBN 978-80-7084-927-9
- [14] Šarapatka, Bořivoj, Urban, Jiří a kolektiv: *Ekologické zemědělství v praxi*. PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, Šumperk 2006. 502 s. ISBN 80-87080-00-9
- [15] Šarapatka, Bořivoj Urban, Jiří a kolektiv: *Ekologické zemědělství: Učebnic pro školy i praxi I. díl* Ministerstvo životního prostředí a PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, Praha 2003. 280 s. ISBN 80-7212-274-6
- [16] Šarapatka, Bořivoj, Urban, Jiří a kol: *Ekologické zemědělství: Učebnic pro školy i praxi II. díl*. PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, Šumperk 2005. 334 s. ISBN 80-903583-0-6
- [17] Úplné znění zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/ 1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, jak vyplývá ze změn provedených zákonem č. 320/2002 Sb. a zákonem č. 553/2005 Sb. Včetně vyhlášky Ministerstva zemědělství č. 16/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství s komentářem. Ministerstvo zemědělství, Praha 1 2009. 151 s. ISBN 978-80-7084-869-2
- [18] Václavík, Tomáš, Green marketing: *Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě*, Ministerstvo zemědělství ČR 2006. 20 s. ISBN 80-7084-483-3
- [19] Václavík, Tomáš a kol: *Český trh s biopotravinami 2007*. Mgr. Tomáš Václavík, 10. Dubna 2007. 43 s. ISBN 978-80-239-9241-0

7 Seznam příloh

Příloha 1: Seznam obrázků, tabulek a grafů

Příloha 2: Fotodokumentace Albert

Příloha 3: Fotodokumentace Billa

Příloha 4. Fotodokumentace Interspar

Příloha 1: Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek č. 1 – Národní označení biopotravin tzv. biozebra	18
Obrázek č. 2 – Evropské označení biopotravin	18
Tabulka č. 1 - Průměrný počet nabízených položek 100 poptávaných	20
Tabulka č. 2– Hodnocení jednotlivých obchodních aspektů	28
Tabulka č. 3– Celkové hodnocení jednotlivých řetězců	28
Tabulka č. 4- Porovnání cen vybraných biovýrobků u vybraných prodejen	29
Graf č. 1– Meziroční změny prodeje biopotravin roků 2009-2010	21

Příloha 2: Fotodokumentace Albert

Biokoutek trvanlivých biopotravin



Biokoutek zeleniny



Příloha 3: Fotodokumentace Billa

Biokoutek trvanlivých biopotravin



Biokoutek ovoce a zeleniny



Biokoutek mléčných výrobků



Příloha 4: Fotodokumentace Interspar

Biokoutek trvalinových biopotravin



Biokoutek mléčných výrobků

