

Regionální potraviny jsou sexy

Marian Jurečka

Potraviny s příběhem, který má zdravý selský rozum a proč to nejde

- ▶ Globální trh
- ▶ Globální centralizovaná logistika
- ▶ Tlak na nejvyšší zisk globálních obchodníků
- ▶ Špičkový klamavý marketing
- ▶ Negativní externality nejsou započteny do nízké ceny produktu (např. uhlíková logistická stopa, zbytečné využívání infrastruktury...)
- ▶ Málo uvědomělý zákazník

Co vše můžeme ovlivnit

- ▶ Hospodaření v krajině, biodiverzita, ochrana půdy (eroze, kvalita, schopnost zadržovat vodu v půdním profilu) a vody (snížení znečištění reziduí, a dalšími látkami)
- ▶ Zemědělec bude mít pestřejší osevní postup (bílkovinné plodiny, TTP, ovoce, zeleninu atd.), pokud bude schopen tyto produkty s dostatečnou rentabilitou prodat
- ▶ Můžeme podpořit a rozvíjet lokální ekonomiku (podpora pracovních míst na venkově, v zemědělství a potravinářství a návazných oborech)
- ▶ Snížení emisí skleníkových plynů z nadbytečné logistiky (nemusíme dovážet to co si sami můžeme vyrobit)
- ▶ Snížení nákladů negativních externalit (snížení výdajů na opravu infrastruktury atd.)

Regionální potraviny a další pozitivní efekty pro ČR

- ▶ Pokud bychom se blížili 100% vlastní soběstačnosti v komoditách, pro které má ČR vhodné podmínky, pak by to v sektoru zemědělství a potravinářství přineslo tato pozitiva:
- ▶ Až 42 000 nových pracovních míst v zemědělství a potravinářství
- ▶ Jen na odvodech z těchto pracovních by byl příjem do státního rozpočtu přes 7 mld. Kč

Jak podpořit rozvoj regionálních potravin na trhu

- ▶ Zodpovědný, vzdělaný spotřebitel, který poptává regionální potraviny
- ▶ Vyšší společenská zodpovědnost obchodníků a majitelů řetězců, aby měnili své obchodní politiky a umožnili daleko větší rozvoj nabídky regionálních produktů
- ▶ Podpora malých a středních výrobců v oblasti investic a podporovat vytváření výrobních a odbytových družstev pro posílení jejich postavení v dodavatelsko-odbytovém řetězci
- ▶ Veřejný sektor by měl být příkladem v nákupu regionálních a biopotravin
- ▶ Podpora edukačně marketingových aktivit

víš, co jíš?



KLASA

Značka je přidělována výrobkům, které mají výjimečné kvalitativní charakteristiky. Je propůjčována na tři roky a její vlastnictví může být prodlouženo. Při zhoršení kvality může být odebrána.

WWW.EKLASA.CZ

Regionální potravina

Značka má seznámit spotřebitele s regionálními potravinami z jednotlivých krajů. Označení se propůjčuje na čtyři roky.

[HTTP://EAGRI.CZ/PUBLIC/WEB/REGIONALNI-POTRAVINY](http://EAGRI.CZ/PUBLIC/WEB/REGIONALNI-POTRAVINY)

Chutná hezky. Jihočesky

Jedna z regionálních značek zaručujících kvalitu místních potravin. Jejím držitelem může být výrobce, který má sídlo podnikání na území Jihočeského kraje. Podobnou značku uděluje třeba také Agrární komora Zlín a nese název Perla Zlínska.

WWW.CHUTNAHEZKYJIHOCESKY.CZ
NEBO WWW.PERLA-ZLINSKA.CZ

Český výrobek – garantováno Potravinářskou komorou ČR

Nová značka, kterou v červnu 2011 mohlo začít užívat prvních 15 výrobců.

WWW.FOODNET.CZ

Biozobra

Česká národní značka pro biopotraviny je ve vlastnictví ministerstva zemědělství a její nositel se musí každoročně podrobovat přísným kontrolám.

Vím, co jím

Značka vznikla v roce 2010 a je součástí celosvětového programu The Choices programme. Vzala si za cíl pomáhat spotřebitelům s výběrem vhodné stravy.

WWW.VIMCOJIM.CZ

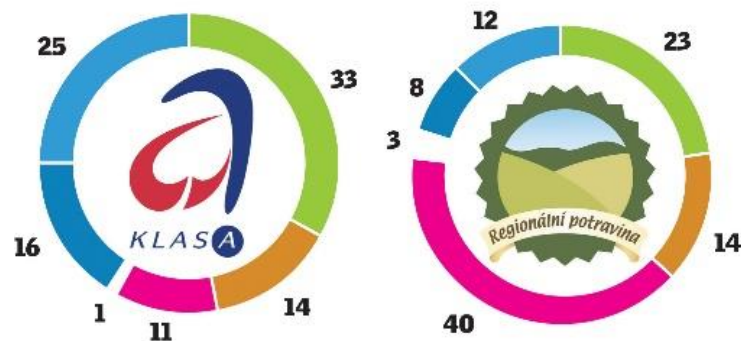
cca 300 milionů

za dva roky utratí za propagaci stát

95 milionů

za dva roky utratí za propagaci stát

Jak lidé znají označení potravin (v %)



Zná a **vždy** si podle toho zboží vybírá



Zná a **někdy** si podle toho vybírá



Zná a **většinou** si podle toho vybírá



Zná, ale **nikdy** si podle toho nevybírá



Nezná



Neví



Biopotraviny

- ▶ Celkový obrat výrobců biopotravín v roce 2015 dosáhl 2,727 mld. Kč, což představuje nárůst o 24 % proti obratu 2,202 mld. Kč v roce 2014. V tomto obratu je však zahrnut i celkový obrat „mix“ subjektů, které kromě vlastní výroby biopotravín distribuují i výrobky jiných dodavatelů
- ▶ Čeští výrobci vyvezli do zahraničí biopotraviny za přibližně 1 099 mil. Kč.
- ▶ Vývoz biopotravín z ČR trvale roste a směřuje převážně do zemí EU, přičemž největší objem biopotravín (336 mil. Kč) byl vyvezen do Německa a dále pak do ostatních zemí EU nesousedících s ČR (306 mil. Kč) a dále pak do Rakouska (243 mil. Kč).
- ▶ Přitom však většina výrobců biopotravín (82 %) uplatnila své výrobky výhradně či v převážně většině na českém trhu.
- ▶ - Biopotraviny byly výrobci prodávány na českém trhu nejčastěji prostřednictvím maloobchodních řetězců (30,3 %), dále velkoobchodů (18,9 %) a obchodů zdravé výživy (11,7 %).

Vývoj počtu výrobců potravin

- Počet podnikatelských subjektů (dle IČ - zdrojem je ČSÚ), které vyrábějí potraviny (tj. bez obchodů, restaurací apod.):

2013 - 8432 subjektů

2014 - 8926 subjektů

2015 - 9251 subjektů

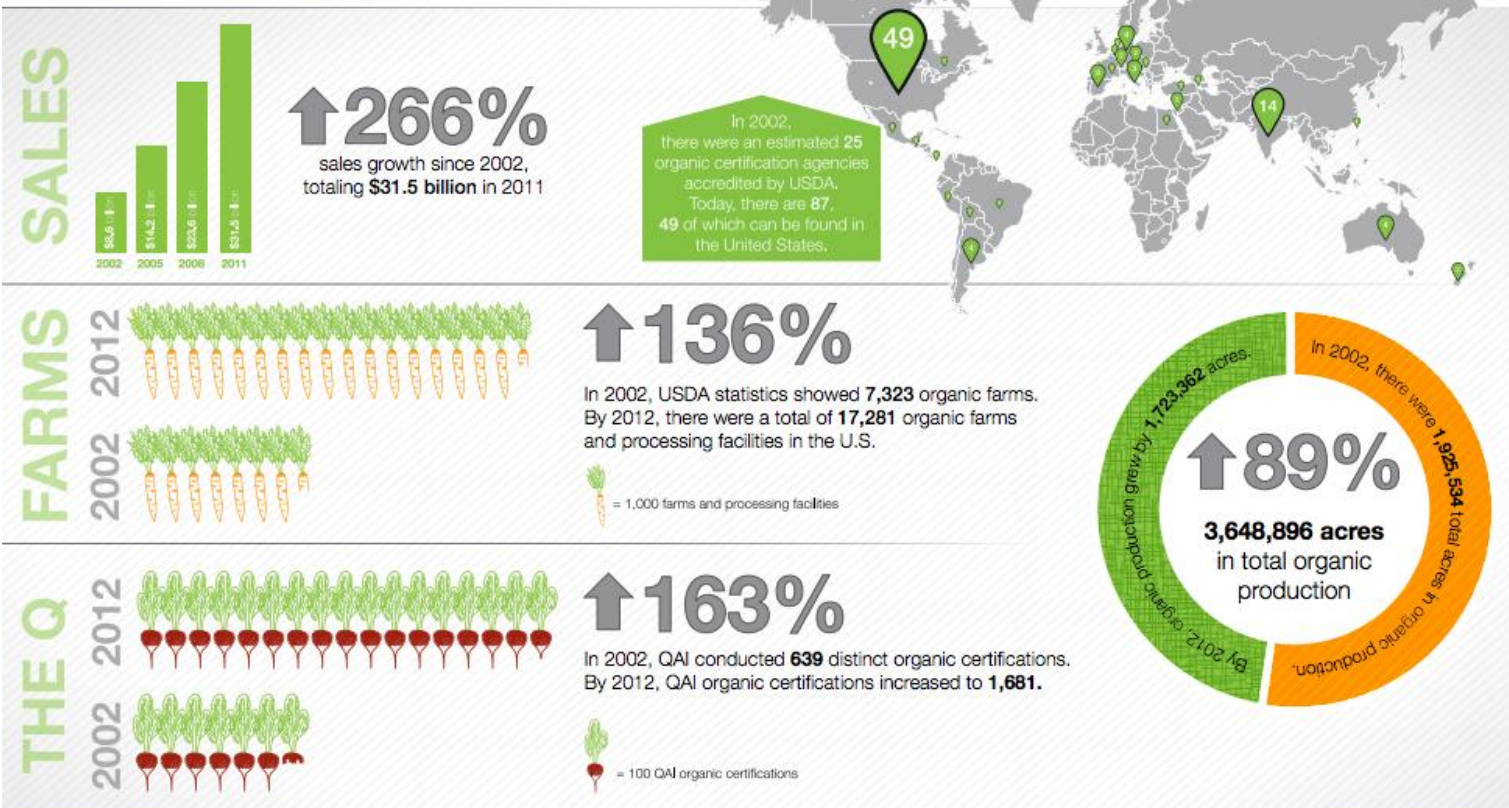
2016 - 9821 subjektů

2017 - 10415 subjektů

Příležitosti do budoucna



THE GROWTH OF ORGANIC



www.qai-inc.com

Sources: United States Department of Agriculture, www.ams.usda.gov/nop/
Organic Trade Association, www.ota.com
Quality Assurance International, www.qai-inc.com

T-Mobile CZ LTE 11:33



Tweet



Marian Jurečka
@MJureka

Přátelé, zajímá mě váš názor na biopotraviny, díky za hlasování. 🙌👍

- Kupuji je pravidelně 10 %
- Nakupuji je občas 36 %
- Nekupuji, nepreferuji je 37 %**
- Odrazuje mě vyšší cena 17 %

Hlasy: 235 · Finální výsledky

25.05.18 11:28

||| Zobrazit aktivitu související s tweetem

Retweety: 3 Lajky: 1

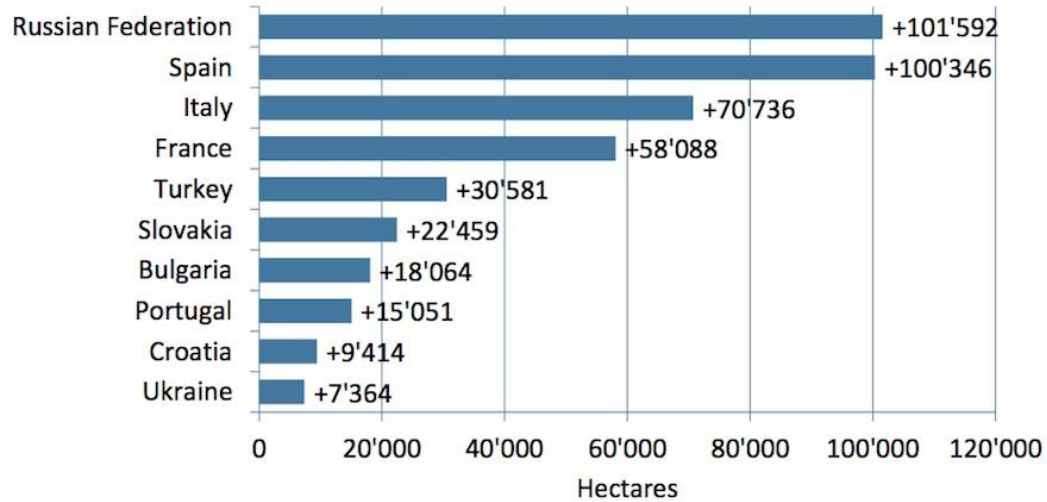


Přidat další Tweet



Europe: The 10 countries with the highest growth of organic agricultural land in 2014

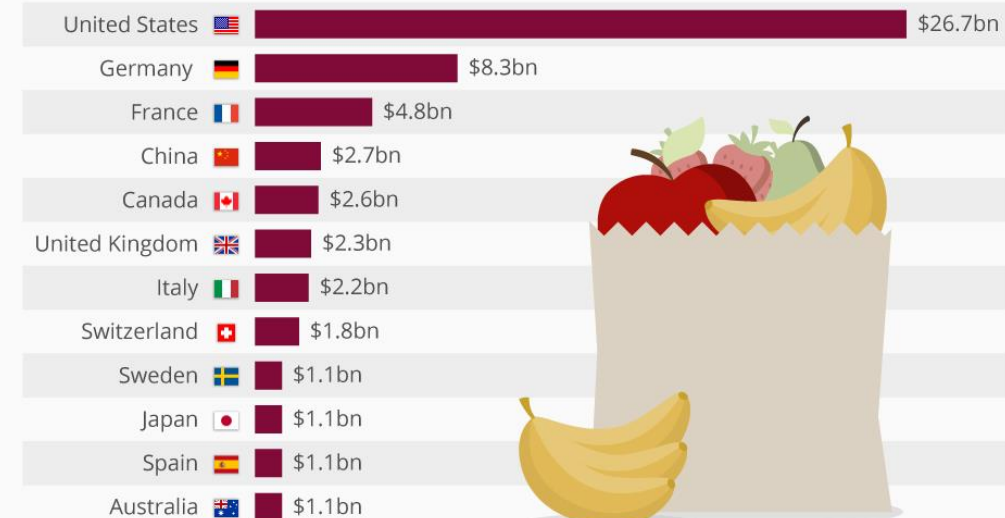
Source: FiBL-AMI survey 2016 based on national data sources and Eurostat



Zdroj: evropský parlament, data 2015

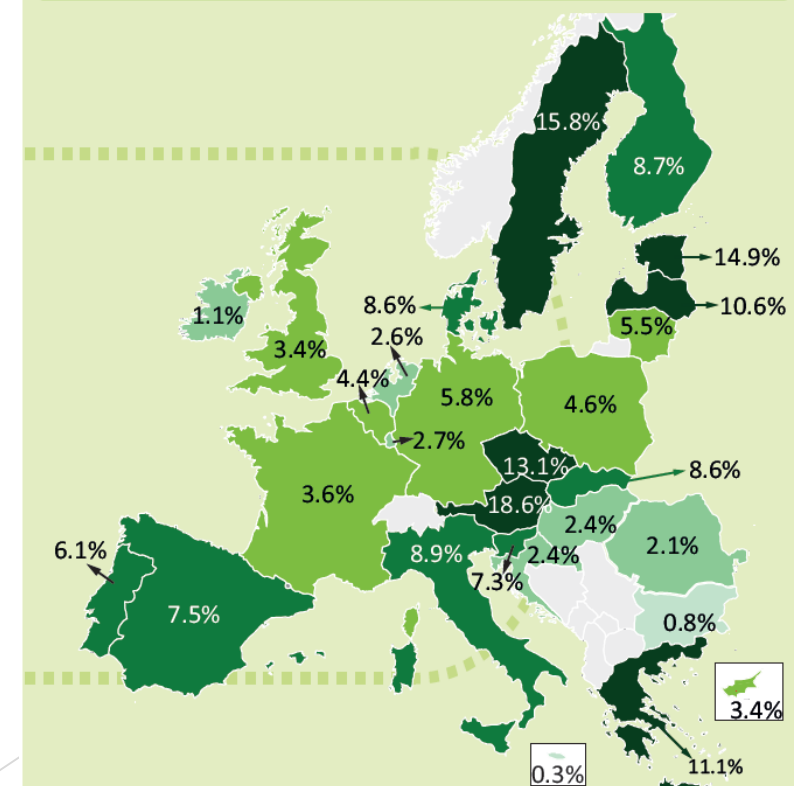
The World's Largest Markets For Organic Products

Organic retail sales value by country in 2013*



*Converted from EURO to USD on 23/07/15
Source: FiBL and IFOAM

EU organic agricultural land



10.2 million hectares (5.7% of total agricultural land)

Děkuji za Vaši pozornost!
Marian Jurečka

- ▶ tel.: 603 755 240
- ▶ email: jurecka@kdu.cz