

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ



Studijní obor: Manažer obchodu

Biopotraviny v maloobchodních řetězcích na českém trhu
(Bakalářská práce)

Autor: Jana HŮLKOVÁ
Vedoucí práce: prof. Ing. Dana Zadražilová, CSc.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a vyznačila všechny citace z pramenů.

V Praze dne 24.6.2019

.....

podpis studenta

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala prof. Ing. Daně Zadražilové, CSc. za vedení bakalářské práce a za cenné rady při jejím zpracování.

Obsah

Úvod	1
1 Ekologické zemědělství	3
1.1 Definice a vývoj ekologického zemědělství	3
1.2 Legislativa	4
1.3 Vývoj ekologického zemědělství v České republice	4
1.4 Současný stav ekologického zemědělství v České republice	5
1.5 Kontrola a certifikace ekologického zemědělství	6
1.6 Cíle a zásady ekologického zemědělství	7
1.7 Rozdíl mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím	9
1.8 Programy (státní podpora) na podporu ekologického zemědělství	10
2 Biopotraviny	12
2.1 Definice a vývoj trhu biopotravin	12
2.1.1 Vývoj trhu biopotravin v ČR	13
2.2 Značení biopotravin	15
2.2.1 Národní značení	15
2.2.2 Evropské značení	16
2.3 Kontrola biopotravin	17
2.4 Nabídka (sortiment) biopotravin	18
2.5 Poptávka (spotřebitel) biopotravin	19
2.6 Cena biopotravin	21
2.7 Formy prodeje (distribuční cesty)	22
2.8 Propagace biopotravin	23
2.8.1 Summity, výstavy	23
2.8.2 Spolky	25
2.8.3 Tisk, časopisy, letáky	25
2.8.4 Internetové stránky, sociální sítě, direct mailing	26

2.9	Export/import bioprodukce.....	27
	Praktická část.....	29
3	Biopotraviny v maloobchodních řetězcích v České Lípě	29
3.1	Hypermarkety	30
3.1.1	Kaufland	30
3.1.2	Albert.....	31
3.2	Supermarkety.....	33
3.2.1	Billa	33
3.3	Diskonty.....	34
3.3.1	Penny	34
3.3.2	Lidl	34
3.4	Ostatní maloobchodní prodej.....	35
3.4.1	Drogerie.....	35
3.4.2	Lékárny.....	36
3.4.3	Specializované prodejny	36
3.5	Přehled ekologických farem v České Lípě a jejím blízkém okolí	36
3.6	Cenové srovnání biopotravin.....	37
3.6.1	Srovnání cen vybraných biopotravin s konvenčními potravinami	37
3.6.2	Srovnání biopotravin mezi obchodními řetězci.....	43
3.7	Dotazníkové šetření mezi spotřebiteli v České Lípě	44
3.7.1	Vyhodnocení jednotlivých otázek	44
	Závěr.....	54
	Použitá literatura	57
	Knižní zdroje	57
	Elektronické zdroje.....	57
	Seznam grafů.....	62
	Seznam obrázků	63

Seznam tabulek	63
Seznam příloh.....	63
Přílohy	65

Úvod

S označením bio dnes najdeme kde co – bioodpad, biopaliva, bioblečení, biokosmetika, biodrogerie, biomasa, dokonce i biohotel a v neposlední řadě také samozřejmě biopotraviny. Tímto spojením vždy chceme dát najevo spojení s přírodou. Označení bio, nebo eko, znamená biologický neboli přírodní.

Kvalita potravin je oblíbeným a důležitým tématem, proto existuje snad jen málokdo, kdo neslyšel o biopotravinách. Zvýšený zájem o biopotraviny je důkazem rostoucí informovanosti o negativních dopadech konvenčního zemědělství, lidé díky tomu mění své stravovací návyky a snaží se udělat pro sebe i své okolí něco správného.

Rozmach biopotravin je umožněn díky rostoucímu zájmu o ekologické zemědělství, o to jaký má dopad na životní prostředí, o způsobu zacházení s hospodářskými zvířaty a v neposlední řadě jaký je dopad na lidské zdraví. Ekologické zemědělství je ve své podstatě návrat k tradičním způsobům pěstování či chovu zvířat, kdy se nepoužívali žádné podpůrné prostředky ke zvýšení produkce, ať už rostlinné či živočišné. Hlavní myšlenku ekologického zemědělství představuje zákaz používání umělých hnojiv a chemických pesticidů v rostlinné produkci. V živočišné produkci se uplatňuje takový způsob chovu, aby podmínky co nejvíce odpovídaly přirozenému chování a životním potřebám zvířat.

Biopotraviny je možné považovat, podobně jako třeba vegetariánství nebo veganství, za určitý způsob životního stylu lidí, kteří nechtějí pouze levné produkty, ale zajímají se o kvalitu a původ nabízených výrobků. Nebo se z jejich strany jedná o zájem, jaký dopad má rostlinná nebo živočišná produkce na životní prostředí.

Nedá se s jistotou říci, že by biopotraviny byly zdravější oproti konvenčním potravinám, ale několika výzkumy bylo dokázáno, že mají lepší chuť, obsahují vyšší výživové hodnoty a hlavně jsou mnohem přirozenější pro lidský organismus. A to může mít pozitivní vliv na lidské zdraví. Hlavní bariérou na jejich vzestupu je především cena, která odráží vyšší náklady na jejich získávání než je tomu u konvenčních potravin. Dále to je všeobecná nedůvěra, která je způsobená stále ještě relativně malou informovaností z důvodu nedostatečného marketingu.

Téma biopotravin jsem si jako téma své bakalářské práce vybrala, protože téma zdravého stravování je všudypřítomné. Potraviny, resp. jídlo, je každodenní záležitostí, kterou většina z nás vykonává s radostí. A ať chceme či ne, naše stravovací návyky se projevují na každém z nás.

Cílem této bakalářské práce je na základě získaných informací

- 1. zjistit nabídku vybraných místních retailingových řetězců,**
- 2. zjistit další možnosti nákupu biopotravin v České Lípě a jejím okolí,**
- 3. provést cenové srovnání vybraných biopotravin s konvenční alternativou mezi obchodními řetězci,**
- 4. provést cenové srovnání vybraných biopotravin mezi obchodními řetězci,**
- 5. pomocí dotazníkového šetření zjistit jaké je povědomí o biopotravinách mezi spotřebiteli v České Lípě.**

Cílům předchází seznámení s ekologickým zemědělstvím, které je nezbytné pro vznik bioproduktů a biopotravin. Následující kapitola poté přibližuje samotné biopotraviny.

Mezi použité metody bude patřit pozorování realizované návštěvou řetězců, zmapováním jejich sortimentu biopotravin a její srovnání mezi jednotlivými obchodními řetězci. Další metodou bude dotazování prostřednictvím dotazníků mezi spotřebiteli v České Lípě.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část obsahuje první a druhou kapitolu. První kapitola se zabývá ekologickým zemědělstvím, které je nezbytnou součástí, neboť díky jsou základním kamenem pro vznik bioproduktů a následně biopotravin. Druhá kapitola popisuje samotné biopotraviny. Třetí část práce zahrnuje praktickou část a zabývá se představením zkoumaných řetězců v České Lípě, analýzou jejich nabídky biopotravin, cenovým srovnáním a obsahuje výsledky dotazníkového šetření provedeného mezi spotřebiteli.

1 Ekologické zemědělství

1.1 Definice a vývoj ekologického zemědělství

Prvními impulsy vzniku ekologického zemědělství byly negativní dopady chemického a technického zvyšování produkce zemědělství, které se objevily v prvních desetiletích 20. století. Prudký rozvoj biochemie, rozšíření a tudíž zlevnění dusíkatých hnojiv, rozvoj technologie měli za následek negativní dopady na kvalitu potravin a zvýšený výskyt nemocí a škůdců. Možnosti využití umělých hnojiv a pesticidů se výrazně změnily po druhé světové válce a způsobily tak výraznou industrializaci zemědělství. Negativní dopady využívání chemie se prohlubovaly a tak se stále více farmářů začalo vracet k tradičním způsobům zemědělství¹. Ekologické zemědělství je založeno na využívání spontánních přírodních procesů, využití recirkulace a obnovitelnosti zdrojů a také na moderních agrotechnických metodách. Vyznačuje se kladným vztahem a respektem k životnímu prostředí. Je to návrat k tradičnímu zemědělství. Ekologické zemědělství je definováno takto:

„Ekologickým zemědělstvím se rozumí zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky. Stanovuje omezení či zákazy 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“².

IFOAM (International Federation for Organic Agriculture Movement – Mezinárodní federace hnutí ekologických zemědělců) definuje ekologické zemědělství takto:

„Ekologické zemědělství je zemědělský produkční systém, který zachovává zdraví půd, ekosystémů a lidí. Místo využívání vstupů s nepříznivými dopady, spoléhá na ekologické postupy, rozmanitost a koloběhy přizpůsobené místním podmínkám. Ekologické zemědělství spojuje tradice, inovace a vědecký výzkum s cílem prospívat společnému prostředí a podporovat spravedlivé vztahy a dobrou kvalitu života všech zúčastněných“³.

¹ KOTĚRA, Jan a Jan VALEŠKA. *Ekologické zemědělství a biopotraviny: otázky a odpovědi pro ekoporadny*. Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2010. ISBN 978-80-904223-2-2.

² DVORSKÝ, Jan a Jiří URBAN. *Základy ekologického zemědělství: podle nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008 s příklady*. 2., aktualizované vydání. Brno: ÚKZÚZ, 2014. ISBN 978-80-7401-098-9.

³ Definice a principy ekologického zemědělství. *Bio-info.cz: Informační portál pro ty, kteří žijí BIO* [online]. Green marketing, 2009 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/vzdelavani/on-line-vzdelavani/definice-a-principy-ekologickeho-zemedelstvi-1>.

1.2 Legislativa

Mezi právní předpisy upravující ekologické zemědělství a produkci biopotravin patří následující:

- 1) Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, s komentářem.
- 2) Vyhláška Ministerstva zemědělství č. 16/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství.
- 3) Úplné znění nařízení Rady (ES) 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91.
- 4) Nařízení Komise (ES) č. 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů.
- 5) Nařízení Komise (ES) č. 1235/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pokud jde o opatření pro dovoz ekologických produktů ze třetích zemí.
- 6) Metodické pokyny Ministerstva zemědělství ČR.
- 7) Směrnice GÄA⁴.

1.3 Vývoj ekologického zemědělství v České republice

Ekologické zemědělství se v České republice začalo rozvíjet (až) v roce 1990, kdy díky spolupráci Ministerstva zemědělství ČR, Sdružení Libera a Svazu PRO-BIO (jedná se svazy, které sdružují ekologické farmáře) byly položeny základy celého systému.

Na podporu vzniku ekologicky hospodařících podniků byly v roce 1990 uvolněny finanční prostředky, což znamenalo pro vývoj ekologického zemědělství zásadní posun. Jeho finanční podpora pokračovala až do roku 1992 a pravděpodobně díky ní došlo k nárůstu ploch až na 15 tisíc hektarů. Ministerstvo zemědělství ČR poté svým rozhodnutím zrušilo dotace, což mělo za následek zastavení růstu ploch v letech 1993-1996. Na druhou stranu mělo toto rozhodnutí pozitivní vliv na kvalitativní rozvoj ekologického zemědělství. Mnoho ekologicky hospodařících podniků podnikalo jen z důvodů štědrého poskytování dotací, a proto díky rozhodnutí dotace zrušit, ukončili svou činnost. Počet svazů sdružující ekologické farmáře se

⁴ MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Právní předpisy pro ekologické zemědělství a produkci biopotravin. *Eagri.cz* [online]. © 2009-2019 Ministerstvo zemědělství [cit. 2019-05-03]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/publikace-a-dokumenty/ekologicke-zemedelstvi/pravni-predpisy-pro-ekologicke.html>.

snížil z pěti na dva a Ministerstvo zemědělství ČR věnovalo svou pozornost hlavně přípravě metodických a legislativních kroků a sjednocování hnutí.

Postupně se začalo zvyšovat povědomí spotřebitelů o tomto novém způsobu produkce a na trhu začali působit obchodníci a větší zpracovatelé. Proto zejména z důvodu zviditelnění produkce na veřejnosti a marketingu bylo rozhodnuto v roce 1994 o zavedení jednotné ochranné známky „BIO“ pro biopotraviny. Na rozvoji hnutí o ekologickém zemědělství měla velký význam také mezinárodní pomoc zahrnující finanční a vzdělávací pomoc švýcarské organizace SVWL, metodická podpora celosvětového hnutí ekologických zemědělců IFOAM, pomoc od americké nadace Bratrů Rockefellerových věnovaná na zahraničního poradce a hlavního koordinátora pana Bo van Elzakkera. Dále podpora německé nadace Heinricha Bolla k vydávání knih a informační systémy pro ekologické zemědělství.

Dalšími důležitými kroky bylo obnovení finanční podpory v roce 1998 pro ekologicky hospodařící farmáře a vznik nezávislé kontrolní organizace KEZ. o.p.s. v roce 1999. Jejím úkolem je dohled nad dodržováním přísných pravidel pro fungování ekologického hospodářství.

V roce 2000 byl schválen zákon o ekologickém zemědělství, který stanovuje pravidla pro chov hospodářských zvířat a pro pěstování rostlin, vývoz, dovoz, zpracování a označování bioproduktů a biopotravin včetně všeobecných nároků a kontrolních postupů.

V současné době je ekologické zemědělství v České republice stabilizovaný systém podporovaný státem a je vhodnou alternativou budoucího vývoje zemědělství v ČR⁵.

1.4 Současný stav ekologického zemědělství v České republice

K 31. 12. 2017 hospodařilo ekologicky 4 399 ekofarem (cca 9 % zemědělských podniků v ČR na celkové výměře 520 032 ha, což představuje 12,37% podíl na celkové výměře zemědělské půdy ČR. Vývoj výměry zemědělské půdy a počtu farem v ekologickém zemědělství ukazuje následující tabulka.

⁵ Vývoj ekologického zemědělství v ČR od roku 1990. *EnviWeb.cz: Zpravodajství životního prostředí již od roku 1999* [online]. Enviweb, ©1999-2019, 23.09.2002 [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <http://www.enviweb.cz/39281>.

Tabulka 1: Vývoj výměry zemědělské půdy a počtu farem v ekologickém zemědělství v letech 1990 - 2017.

Rok	Počet farem hospodařících v EZ	Celková výměra půdy v EZ (ha)	Podíl z celkové výměry ZPF (%)	Meziroční změna v počtu farem v EZ (%)	Meziroční změna celkové výměry půdy v EZ (%)
1990	3	480	-	-	-
1991	132	17 507	0,41	-	-
1992	135	15 371	0,36	2,3	-12,2
1993	141	15 667	0,37	4,4	1,9
1994	187	15 818	0,37	32,6	1,0
1995	181	14 982	0,35	-3,2	-5,3
1996	182	17 022	0,40	0,6	13,6
1997	211	20 239	0,47	15,9	18,9
1998	348	71 621	1,67	64,9	253,9
1999	473	110 756	2,58	35,9	54,6
2000	563	165 699	3,86	19,0	49,6
2001	654	217 869	5,09	16,2	31,5
2002	721	235 136	5,50	10,2	7,9
2003	810	254 995	5,97	12,3	8,4
2004	836	263 299	6,16	3,2	3,3
2005	829	254 982	5,98	-0,8	-3,2
2006	963	281 535	6,61	16,2	10,4
2007	1 318	312 890	7,35	36,9	11,1
2008	1 946	341 632	8,04	47,6	9,2
2009	2 689	398 407	9,38	38,2	16,6
2010	3 517	448 202	10,55	30,8	12,5
2011	3 920	482 927	11,40	11,5	7,7
2012	3 923	488 483	11,56	0,1	1,2
2013	3 926	493 896	11,70	0,1	1,1
2014	3 885	493 971	11,72	-1,0	0,0
2015	4 115	494 661	11,74	5,9	0,1
2016	4 243	506 070	12,03	3,1	2,3
2017	4 399	520 032	12,37	3,7	2,8

Zdroj: Statistická šetření ekologického zemědělství: Základní statistické údaje (2017). Praha: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2018, (Výstup 2), 65 s. Dostupné také z:

http://eagri.cz/public/web/file/611801/Statistika_ekologickeho_zemedelstvi_2017.pdf.

1.5 Kontrola a certifikace ekologického zemědělství

V letech 1990-1991 vzniklo celkem pět svazů ekologických zemědělců (PRO-BIO Šumperk, Libera Praha, Biowa Chrudim, Naturvita Třebíč a Altervin Velké Bílovice), kteří se řídili vlastními směrnici a prováděli kontrolu a certifikaci pro své členy. Časem se ale přišlo na to, že je nutné vytvořit jednotné směrnice, certifikaci, kontrolu a označování produkce.

Od roku 1993 byl tedy na základě dohody svazů a Ministerstva zemědělství ČR vytvořen Metodický pokyn pro ekologické zemědělství. Vznikl Certifikační výbor a Technická komise, byl zaveden jednotný kontrolní systém a označování produktů logem „BIO“.

Od 1. dubna 1999 provádí kontrolu ekologického zemědělství v ČR společnost KEZ. o.p.s. (kontrola ekologického zemědělství), která má sídlo v Chrudimi.

V roce 1995 byl český systém kontroly a certifikace akreditován IFOAM. V roce 1997 byla tato akreditace ze strany Ministerstva zemědělství zrušena, ale na podzim 2000 bylo opět zahájeno akreditační řízení KEZ, o.p.s. V roce 1995 byla také uzavřena smlouva o supervizi s Bioland Kontrollstelle Bayern (nyní BIOZERT, GmbH, Augsburg), která umožnila vývoz našich bioproduktů do zemí EU. Současně byla zahájena akreditace ČR u EU, která byla završena v únoru 2000 zařazením České republiky na listinu třetích zemí EU pro oblast rostlinné produkce a zpracování rostlinných produktů.

V prosinci 2001 byla Česká republika zařazena na listinu třetích zemí EU také pro oblast živočišné produkce. Tato rozhodnutí umožňují volný přístup českých bioproduktů a biopotravin rostlinného i živočišného původu na trh zemí EU. KEZ, o.p.s. byla uznána jako kontrolní a certifikační orgán pro bioprodukty a biopotraviny rostlinného a živočišného původu, vypěstované a zpracované na území⁶.

1.6 Cíle a zásady ekologického zemědělství

Ekologické zemědělství se snaží reagovat na problémy, které vyplývají z konvenčního zemědělství, například zhoršení kvality přírodních zdrojů, závislost na neobnovitelných zdrojích. Proto si vytyčilo cíle a zásady, které jsou nezbytné pro účinné fungování ekologického zemědělství. Tyto cíle a zásady jsou definovány Nařízením Rady (ES) č. 834/2007.

Cíle ekologického zemědělství:

- Produkovat kvalitní potraviny a krmiva o vysoké nutriční hodnotě v dostatečném množství.
- Pracovat v co nejvíce uzavřených cyklech koloběhu látek, využívat místní zdroje a minimalizovat ztráty.
- Udržet a zlepšovat úrodnost půdy.
- Vyvarovat se všech forem znečištění pocházejících ze zemědělského podniku.
- Minimalizovat používání neobnovitelných surovin a fosilní energie.
- Hospodářským zvířatům vytvořit podmínky, které odpovídají jejich fyziologickým a etologickým potřebám a humánním a etickým zásadám.

⁶ Vývoj ekologického zemědělství v ČR od roku 1990. *EnviWeb.cz: Zpravodajství životního prostředí již od roku 1999* [online]. Enviweb, ©1999-2019, 23.09.2002 [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <http://www.enviweb.cz/39281>.

- Uchovat přírodní ekosystémy v krajině chránit přírodu a její diverzitu.
- Vytvářet pracovní příležitosti a tím udržet osídlení venkova a tradiční ráz zemědělské kulturní krajiny.
- Umožnit zemědělcům a jejich rodinám ekonomický a sociální rozvoj a uspokojení z práce

Zásady pěstování rostlin

- Struktura plodin musí umožnit střídání plodin.
- Menší produkci kořenové biomasy a posklizňových zbytků vyrovnat pěstováním mezipločin.
- Vegetační kryt půdy má být co nejdelší, pokud možno i přes zimu.
- V osevním postupu musí být zastoupeny jeteloviny, resp. luskoviny.
- Druhovú pestrost pěstovaných plodin musí skýtat dostatečné možnosti pro přežívání prospěšných organismů.
- Osevní postup musí bránit erozi půdy.
- Plodiny s malou konkurenční schopností vůči plevelům se střídají s plodinami s větší konkurenční schopností, je třeba využívat podsevů a přisevů.
- Volit odrůdy odpovídající podmínkám stanoviště, rezistentní, resp. tolerantní vůči dominujícím škodlivým činitelům, využívat odrůdové směsi a smíšené kultury.
- Struktura plodin musí zajistit chovaným zvířatům plnohodnotnou, vyváženou krmnou dávku po celý rok.
- Plevely se regulují agrotechnickými metodami, používání herbicidů není dovoleno.
- Ochrana rostlin proti chorobám a škůdcům je založena na správné agrotechnice, biologických metodách, přípravcích rostlinného původu.
- Hnojení a výživa rostlin jsou založeny na správném osevním postupu, používá se organické hnojení, minerální lehce rozpustná hnojiva nejsou povolena.

Zásady chovu zvířat

- Způsob ustájení musí odpovídat fyziologickým a etologickým potřebám zvířat.
- Všechna opatření, technologie a technika chovu zvířat musí odpovídat požadavku udržení dobrého zdraví a dlouhověkosti chovaných zvířat.
- Je nutno zajistit pohodu hospodářských zvířat: pohyb, čerstvý vzduch, ochrana proti slunci a extrémnímu počasí, dostatek prostoru, podestýlka.

Zásady skladování a zpracování bioproduktů

- Bioprodukty musí být skladovány a zpracovány tak, aby byla uchována jejich kvalita, musí být dopředu vyloučena možnost jejich znečištění či kontaminace nežádoucími látkami.

- Při souběžném skladování konvenčních a ekologických produktů, musí být od sebe odděleny fyzickou přepážkou zajišťující záměnu či smíšení.
- V celém procesu musí být bioprodukt identifikovatelný.
- Jasně uvedené označení producenta⁷.

1.7 Rozdíl mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím

Nedůvěra v biopotraviny vyplývá z neznalosti toho, co ekologické zemědělství je. Pro jeho pochopení je důležité tyto rozdíly znát. Odlišnosti ekologického a konvenčního zemědělství ukazuje přehledně následující tabulka.

Tabulka 2: Rozdíl mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím.

Rozdíly	Ekologické zemědělství	Konvenční zemědělství
Obecně	Snaha o hospodaření v souladu s přírodou.	Zaměřuje se na ekonomický výnos bez zásadního ohledu k přírodě a krajině.
	Podporuje druhovou rozmanitost v přírodě.	Využívá chemii a geneticky modifikované produkty.
	Cíleně pečuje o půdu a její kvalitu – trvalou udržitelnost.	Půda je jen prostředkem výroby.
	Zakazuje geneticky modifikované produkty.	Odděluje rostlinnou a živočišnou výrobu.
Rostlinná výroba	Hnojení pouze organickými hnojivy.	Využívání průmyslových hnojiv.
	Střídání různých plodin.	Monokultury.
	Ochrana rostlin bez chemie = odolné odrůdy, smíšené kultury, přirození nepřátelé škůdců.	Opakované pěstování výnosnějších kultur.
		Chemická ochrana rostlin.
Živočišná výroba	Welfare zvířat – stádové ustájení, podestýlka, venkovní výběhy.	Ustájení bez kontaktu s okolními zvířaty.
	Krmení zvířat z vlastní produkce.	Klecové chovy.
	Omezení „kosmetických“ zásahů na zvířatech (kupírování, zkracování zobáků apod.).	Roštové ustájení.
		Krmení zvířat průmyslovými krmivy
		Preventivní podávání léčiv.
		Užití stimulantů růstu a hormonálních látek.

Zdroj: Ekologické a konvenční zemědělství. MZP [online]. [cit. 2018-01-18]. Dostupné z:

http://www.mzp.cz/projekty.2011/supl/126_07_ep026.pdf.

⁷ URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA. *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi*. Praha: MŽP, 2003. ISBN 80-7212-274-6.

1.8 Programy (státní podpora) na podporu ekologického zemědělství

Finanční podpora ekologického zemědělství je nezbytná nejen v České republice, ale v celé Evropě. První finanční prostředky na podporu vzniku ekologicky hospodařících podniků byly v České republice uvolněny již v letech 1990 až 1992. Nicméně prvním uceleným dotačním programem byla až podpora spuštěná v roce 1998. Až do roku 2003 byla poskytována na základě nařízení vlády, kterým se stanovily podpůrné programy k podpoře mimoprodukčních funkcí zemědělství. Po vstupu do Evropské unie v roce 2004 bylo ekologické zemědělství zařazeno do tzv. agroenvironmentálních opatření (AEO), a to jak v prvním programovém období 2004–2006, tak v druhém programovém období 2007–2013.

Od roku 2007 byla podpora ekologickým zemědělcům vyplácena v rámci Osy II Programu rozvoje venkova (PRV) (2007–2013) pod titulem „EZ“, který společně s titulem pro integrovanou produkci spadal pod podopatření „Postupy šetrné k životnímu prostředí“ v rámci AEO. V rámci tohoto titulu byla ekozemědělcům vyplácena náhrada za ekonomické ztráty vzniklé tímto systémem hospodaření. Platba byla poskytována na plochu ekologicky obhospodařované půdy s diferenciací dle užití ploch (tj. pěstovaných kultur). Shodnou výši plateb obdrželi ekozemědělci i na plochy v přechodném období. Výše plateb byla stanovena fixně v EUR na celé období let 2007–2013 a skutečná výše platby v Kč se pak každoročně lišila v závislosti na uplatněném směnném kurzu. Detailní podmínky poskytování dotací do EZ v daném období řešilo nařízení vlády č. 79/2007 Sb., o provádění AEO, ve znění jeho novel. Zároveň byli ekologičtí zemědělci bodově zvýhodněni při žádostech o podporu z „Operačního programu Zemědělství“ v prvním programovém období a od roku 2007 byli bodově zvýhodněni i výrobci biopotravin u pěti vybraných opatření v rámci Osy I a Osy III PRV (2007–2013).

Od roku 2014 je v platnosti nové nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 1305/2013, které určuje podmínky poskytování finančních prostředků na rozvoj venkova v novém programovém období 2014–2020. Avšak vzhledem ke zpoždění schvalování tohoto nařízení a souvisejících implementačních aktů byl rok 2014 rokem přechodným, kdy zůstaly v platnosti podmínky původního Programu rozvoje venkova.

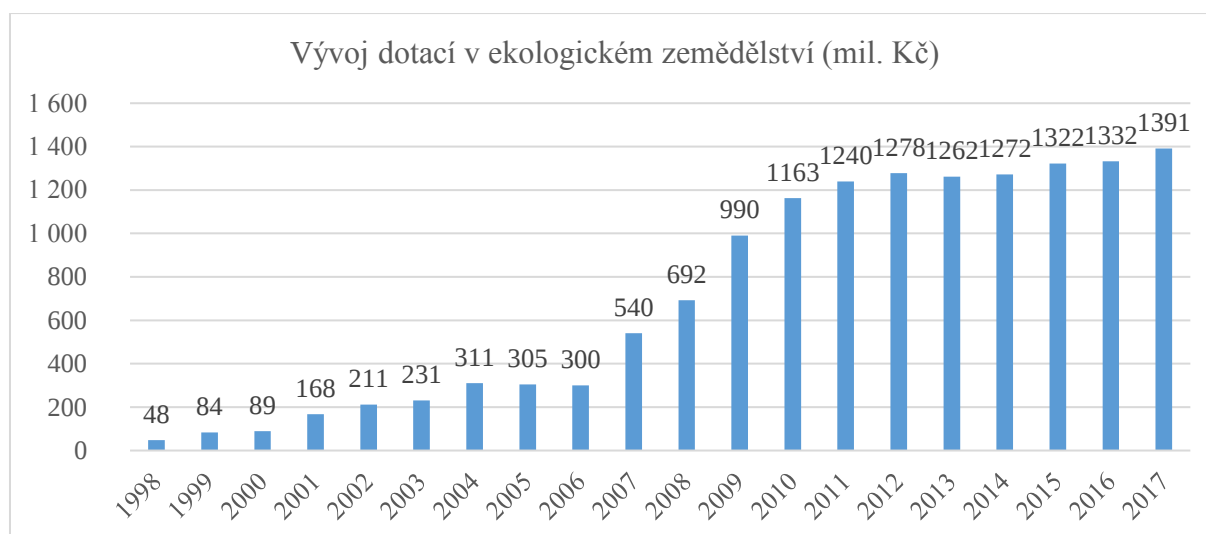
Rok 2015 se tak stal prvním rokem nového programového období 2014–2020, kdy se pro zemědělce otevřela možnost vstupu do nových závazků opatření „Ekologické zemědělství“ v rámci nového PRV. Nově bylo opatření „EZ“ odděleno od Agroenvironmentálně-klimatických opatření a došlo i k dílčím úpravám v nabídce titulů a v podmínkách plnění závazků.

Od roku 2004 je rozvoj EZ podporován také prostřednictvím **Akčního plánu** pro Ekologické zemědělství (AP). V současné době je implementován již třetí Akční Plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2016–2020, který byl schválen vládou v listopadu 2015. Tento základní strategický dokument rozvoje ekozemědělství, který má většina členských států Evropské unie, navázal na akční plán pro léta 2011–2015⁸.

V Česku je finanční odpovědnost na Ministerstvu zemědělství ČR, jehož klíčovou rolí je garance a vyplácení dotací na ekologické zemědělství. Dohledem nad vyplácením finanční podpory se zabývá Státní zemědělský intervenční fond (SZIF), který je akreditovanou platební agenturou – zprostředkovatelem finanční podpory z Evropské unie a nadnárodních zdrojů v rámci společné zemědělské politiky (SZP). SZIF rovněž zajišťuje a řídí administrativu týkající se opatření v rámci společné organizace trhu (SOT)⁹.

Dotace se poskytují na hektar a výše závisí na způsobu využití půdy. Nejnižší dotace jsou na travní porosty, nejvyšší na pracněji obdělávané půdy jako jsou vinice, sady nebo zelenina. Následující graf ukazuje vývoj poskytnutých dotací od roku 1998.

Graf 1: Vývoj dotací v ekologickém zemědělství v letech 1998 – 2017.



Zdroj: ING. HRABALOVÁ, Andrea, ed. *Ročenka/Yearbook 2017: Ekologické zemědělství v České republice* [online]. Olomouc: Ministerstvo zemědělství, 2018 [cit. 2019-06-04]. ISBN 978-80-7434-470-1. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/616968/Rocenka_Ekologickeho_zemedelstvi_2017_k_zverejneni.pdf.

⁸ HRABALOVÁ, Andrea. *Ročenka/Yearbook 2016: Ekologické zemědělství v České republice* [online]. Olomouc: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2017 [cit. 2018-01-18]. ISBN 978-80-7434-401-5. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/569591/rocenka_Ekologickeho_zemedelstvi_2016.pdf.

⁹ DVORSKÝ, Jan a Jiří URBAN. *Základy ekologického zemědělství: podle nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008 s příklady*. 2., aktualizované vydání. Brno: ÚKZÚZ, 2014. ISBN 978-80-7401-098-9.

2 Biopotraviny

2.1 Definice a vývoj trhu biopotravin

Biopotravinou se rozumí potravina vyrobená za podmínek uvedených dle zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství a předpisech Evropské unie (Čl. 1 odst. 2 písm. b) nařízení Rady (ES) č. 834/2007), splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními právními předpisy. Jedná se například o zákon č. 110/1997 Sb., ve znění pozdějších předpisů, vyhláška č. 304/2004 Sb., kterou se stanoví druhy a podmínky použití přídatných a pomocných látek při výrobě potravin, vyhláška č. 305/2004 Sb., kterou se stanoví druhy kontaminujících a toxikologicky významných látek a jejich přípustné množství v potravinách, vyhláška č. 446/2004 Sb., kterou se stanoví požadavky na doplňky stravy a na obohacování potravin potravními doplňky.

Biopotravina je produkt ekologického zemědělství, ve kterém se zachází ohleduplným způsobem se zvířaty, k rostlinám, půdě a celkově k životnímu prostředí. Je zakázáno používat umělá hnojiva, pesticidy a geneticky modifikované organismy (GMO). Zvířata jsou chována tak, že mají možnost výběhu nebo pastvy, jsou krmena přirozenými krmivy bez hormonálních přípravků či stimulátorů růstu. Během jejich zpracování se nepoužívají aromatické a konzervační látky, umělá barviva, dochucovadla a další cizorodé přídatné látky¹⁰.

Bioproduktem je jakákoliv surovina rostlinného nebo živočišného původu pocházející z ekofarmy, na kterou je vystaven platný certifikát¹¹.

Ekologickým podnikatelem se rozumí osoba, která je evidována podle zvláštního právního předpisu (§ 2e až 2g zákona č. 252/1997 Sb., o zemědělství, ve znění zákona č. 85/2004 Sb), je registrována podle tohoto zákona a hospodaří na ekofarmě¹².

¹⁰ ROZHOŇ, Martin. Co jsou biopotraviny?. In: *Celostnimedicina.cz: Informační portál o zdraví* [online]. 26.06.2006 [cit. 2019-06-03]. Dostupné z: <https://www.celostnimedicina.cz/co-jsou-biopotraviny.htm#ixzz4sZSlxKrI>.

¹¹ ČESKÁ REPUBLIKA. 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, s komentářem. In: *Sbírka zákonů*. 2000, částka 73. Dostupné také z: <http://www.sagit.cz/info/sb00242>.

¹² *Ibid.*

Osobou podnikající v ekologickém zemědělství se rozumí ekologický podnikatel, výrobce biopotravin, osoba uvádějící biopotraviny nebo bioprodukty do oběhu, výrobce nebo dodavatel ekologických krmiv nebo dodavatel ekologického rozmnožovacího materiálu.

Ekofarma je samostatná, uzavřená hospodářská jednotka. Zemědělský podnikatel nemusí provozovat ekologické zemědělství na všech pozemcích, které vlastní nebo užívá. Musí však pro ekofarmu vyčlenit a jednoznačně určit základní výrobní prostředky; od konvenčních pozemků a budov tak musí být jednoznačně odděleny pozemky, hospodářské budovy, zemědělská mechanizace, hospodářská zvířata, které slouží k ekologickému zemědělství. Průkazné musí být také účetnictví, musí být odlišitelné od konvenčního¹³.

2.1.1 Vývoj trhu biopotravin v ČR

Vývoj trhu biopotravin v České republice sleduje Ústav zemědělské ekonomiky a informací (ÚZEI), který každoročně publikuje Zprávu o trhu s biopotravinami v ČR dle zadání Ministerstva zemědělství v rámci tzv. tematických úkolů. Zpráva je zpracovávána každoročně od roku 2009. Ačkoliv jsou data zpracovávána se zpožděním, lze z čísel vyčíst současnou situaci a trendy.

Zpráva obsahuje základní přehled o vývoji spotřeby biopotravin v České republice: velikost trhu s biopotravinami, hlavní místa prodeje biopotravin, oblíbenost jednotlivých kategorií bio, rozsah výroby biopotravin, struktura distribuce, dovoz a vývoz; mezinárodní srovnání.

Údaje o trhu s biopotravinami jsou v České republice dostupné od roku 2005. Od té doby biotrh zaznamenal jak enormní rozmach v letech 2005-2009, tak stagnaci lety 2009-2010, způsobenou zejména snížením poptávky ze strany zákazníků, kteří se v důsledku ekonomické krize vrátili k nákupu konvenčních potravin. Opětovné oživení zájmu o biopotraviny přišlo v roce 2011 a od té doby trvá¹⁴.

¹³ ČESKÁ REPUBLIKA. 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, s komentářem. In: *Sbírka zákonů*. 2000, částka 73. Dostupné také z: <http://www.sagit.cz/info/sb00242..>

¹⁴ BĚLOVSKÁ, Nad'a. Češi utrácí za biopotraviny miliardy korun a biozemědělství roste dvouciferným tempem. In: *Lovíme.bio: Lovíme informace ze světa BIO* [online]. [cit. 2019-06-03]. Dostupné z: <https://www.lovime.bio/clanky/cesi-utraceji-za-biopotraviny-miliardy-korun-a-biozemedelstvi-roste-dvoucifernym-tempem/>.

Tabulka 3: Vývoj trhu biopotravin v ČR v letech 2005-2016.

Ukazatel	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Celkový obrat s biopotravinami včetně vývozu (mld. Kč)	-	0,84	1,39	1,95	1,98	2,10	2,24	2,40	2,72	3,19	3,73	4,19
Vývoz (mld. Kč)	-	0,08	0,10	0,15	0,37	0,51	0,57	0,62	0,77	1,17	1,48	1,64
Spotřeba biopotravin v ČR (mld. Kč)	0,51	0,76	1,29	1,80	1,60	1,61	1,67	1,78	1,95	2,02	2,25	2,55
Meziroční změna obratu biopotravin	16,00	49,00	70,00	40,00	-10,00	-1,00	4,60	6,70	9,50	3,90	11,40	13,50
Podíl na celkové spotřebě potravin a	0,18	0,35	0,55	0,75	0,65	0,63	0,65	0,66	0,71	0,72	0,81	0,90
Spotřeba na obyvatele a rok (Kč)	50,00	74,00	126,00	176,00	154,00	151,00	158,00	169,00	185,00	191,00	213,00	241,00
Podíl dovozu na obratu biopotravin	54,00	56,00	62,00	57,00	n.d.	46,00	46/60*	46/60*	46/57*	43/49*	39/62*	46/60*
Podíl řetězců na obratu biopotravin	57,00	67,00	68,00	74,00	68,00	67,00	64,00	64,00	64,00	55,00	61,00	62,00*

Podíl dovozu distributorů / podíl dovozu distributorů a "mix" subjektů.

Zdroj: ING. HRABALOVÁ, Andrea, ed. Ročenka/Yearbook 2017: Ekologické zemědělství v České republice [online]. Olomouc: Ministerstvo zemědělství, 2018 [cit. 2019-06-04]. ISBN 978-80-7434-470-1. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/616968/Rocenka_Ekologickeho_zemedelstvi_2017_k_zverejneni.pdf.

Ke konci roku 2017 bylo v ČR registrováno 674 výrobců biopotravin, což oproti roku 2016 představuje navýšení o 11 %. V průběhu roku 2017 se nově registrovalo 109 subjektů, 42 subjektů naopak svoji činnost ukončilo.

Tabulka 4: Vývoj počtu registrovaných výrobců biopotravin v letech 2008-2017.

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Počet výrobců	345	395	404	422	448	471	506	542	607	674
Meziroční změna (%)	81,6	14,5	2,3	4,5	6,2	5,1	7,4	7,1	12,0	11,0
Počet skončených výrobců	14	26	56	55	43	40	37	40	32	42
Počet skončených výrobců (%-tní podíl)	7,4	7,5	14,2	13,6	10,2	8,9	7,9	7,9	5,9	6,9
Počet nových výrobců	169	76	65	73	69	63	72	76	97	109
Počet nových výrobců (%-tní podíl)	49,0	19,2	16,1	17,3	15,4	13,4	14,2	14,0	16,0	16,2

Zdroj: Ibid.

Níže uvedená tabulka zobrazuje největší výrobce biopotravin za rok 2016.

Tabulka 5: Přehled 15 největších výrobců biopotravin dle obrátu na českém trhu, 2016.

Pořadí	Název společnosti	Hlavní obor výroby
1.	COUNTRY LIFE s.r.o.	Mlýnské výrobky, luštěniny, těstoviny, pečivo, ovoce a zelenina
2.	PRO-BIO, obchodní společnost s.r.o.	Mlýnské výrobky, luštěniny, polotovary, ovoce a zelenina
3.	Lifefood Czech Republic, s.r.o.	Čokolády, energetické tyčinky, ovoce a zelenina
4.	Sonnentor, s.r.o.	Koření
5.	POLABSKÉ MLÉKÁRNY, a.s.	Mléko a mléčné výrobky
6.	HOLLANDIA Karlovy Vary, a.s.	Mléko a mléčné výrobky
7.	OLMA, a.s.	Mléko a mléčné výrobky
8.	Biopark, s.r.o.	Maso a masné výrobky
9.	Biopekárna Zemanka, s.r.o.	Pekařské a cukrářské výrobky
10.	HEALTH LINK, s.r.o.	Oleje a tuky, ostatní zpracované biopotraviny
11.	Mlékárna Valašské Meziříčí, spol. s r.o.	Mléko a mléčné výrobky
12.	Mediate, s.r.o.	Čaj, koření, ovocné a zeleninové šťávy
13.	Iswari Superfood, s.r.o.	Hotové pokrmy, doplňky stravy, kakao
14.	Sunfood, s.r.o.	Chlazené rostlinné výrobky – tofu, tempech, seitan
15.	RACIO, s.r.o.	Trvanlivé výrobky (suchary)

Zdroj: ING. ŠEJNOHOVÁ, PH.D, Hana. *Statistická šetření ekologického zemědělství: Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2016 [online]. Ing. Jana HLAVÁČKOVÁ, Ing. Jana BABÁČKOVÁ. Brno: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2018, (1) [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/580754/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_2016.pdf.*

2.2 Značení biopotravin

Při označování a propagaci produktů bioproduktů či biopotravin slovy „BIO“ či „EKO“, se má za to, že byl produkt získán v souladu s pravidly stanovenými v nařízení Rady (ES) č. 834/2007. Rozlišujeme značení biopotravin na národní a evropské úrovni.

2.2.1 Národní značení

V České republice se jako celostátní ochranná známka pro biopotraviny používá tzv. biozebra, což je grafický znak BIO s nápisem „Produkt ekologického zemědělství“. Logo se smí používat pouze v souladu s ustanovením zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, ve znění pozdějších předpisů, a dále vyhlášky č. 16/2006 Sb.

Obrázek 1: Logo Biozebra.



Zdroj: MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Loga pro ekologické zemědělství. *Eagri.cz* [online]. © 2009-2019 Ministerstvo zemědělství [cit. 2019-03-27]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>.

Uvedené logo musí být uvedeno na obalech biopotravin a také bioproduktů vyprodukovaných v České republice. Zároveň musí být na obale uveden číselný kód kontrolní organizace (CZ-BIO-xxx)¹⁵. Biopotraviny vyprodukované v České republice musí být označené jak národním logem, tzv. biozebrou, tak i evropským logem. Biopotraviny z dovozu mohou být označeny biozebrou, ale nemusí.

2.2.2 Evropské značení

Biolist – grafický znak loga společenství označující ekologickou produkci je definován v nařízení Rady (ES) č. 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 kódu kontrolního subjektu stanovuje nařízení Komise (EU) č. 271/2010. Jeho užívání je od 1. července 2010 povinné. Vedle povinného užívání loga EU pro ekologickou produkci na balených biopotravinách platí také povinnost vyznačit na obalu rovněž místo, kde byly zemědělské suroviny vyprodukovány. Pro biopotraviny dovezené do EU ze třetích zemí je evropské logo dobrovolné.

Obrázek 2: Biolist.



Zdroj: MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Loga pro ekologické zemědělství. *Eagri.cz* [online]. © 2009-2019 Ministerstvo zemědělství [cit. 2019-03-27]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>.

¹⁵ MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Loga pro ekologické zemědělství. *Eagri.cz* [online]. © 2009-2019 Ministerstvo zemědělství [cit. 2019-05-03]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>.

V rámci bioproduktů je třeba rozlišovat dvě kategorie produktů, jejichž značení je také odlišné.

a) Produkty z přechodného období – účelem přechodného období neboli tzv. konverze je přeměna tradiční zemědělské výroby na ekologické zemědělství a zabezpečení odstranění vlivu negativních dopadů předchozí zemědělské činnosti. V tomto období má zemědělec možnost na půdě hospodařit, ale podle zákona o ekologickém zemědělství. Období konverze trvá 2–3 roky, max. 6 let. Podle zákona jsou tyto produkty označeny jako „produkt z přechodného období“. Využití těchto produktů je nejčastěji jako osivo další ekologické produkce, omezeně je určeno k prodeji a spotřebě u konečných zákazníků.

b) Bioprodukty – bioprodukty mají označení původu z ekologického zemědělství nebo mají druhové názvy vytvořené „bio“ k obvyklému názvu tradičního výrobku, nebo název nový obsahující předponu „bio“ nebo přívlastek „ekologický“ (biologický, organický). Při uvádění na trh musí být kromě tohoto značení výrobky opatřeny stanovenou značkou bioproduktů, tzn. chráněnou značkou a názvem, eventuálně ochrannou známkou producentského svazu a firemním názvem výrobce. V Evropské unii lze také používat celoevropskou značku pro biopotraviny, která je však používána zatím pouze ojediněle¹⁶.

Každá potravina, která je označená slovem BIO či jiným odkazem na způsob produkce v ekologickém zemědělství, musí být opatřena na obalu kódem organizace, která provedla kontrolu, zda výrobek skutečně splňuje zákonné podmínky pro biopotraviny. Díky kódu si lze na stránkách jednotlivých kontrolních organizací snadno dohledat, zda výrobek skutečně prošel kontrolou.

2.3 Kontrola biopotravin

Rozlišujeme tři stupně kontroly biopotravin:

1. Státem pověřené organizace – v ČR kontrolují biopotraviny čtyři soukromé kontrolní subjekty, kterým Ministerstvo zemědělství s účinností od 1. 7. 2010 přidělilo tyto kódy:

- **KEZ, o.p.s.**, Poděbradova 909, CZ-53701 Chrudim
kód na obalu: CZ-BIO-001
- **ABCert AG, organizační složka**, Lidická 40, CZ-60200 Brno
kód na obalu: CZ-BIO-002
- **BIOKONT CZ**, Měříčkova 34, CZ-62100 Brno

¹⁶ JELÍNEK, Tomáš. Co jsou to biopotraviny a co lze od nich očekávat?. In: *Bio-infoweb: praktické informace ze světa bio* [online]. [cit. 2019-06-04]. Dostupné z: <https://bio-infoweb.webnode.cz/products/co-jsou-to-biopotraviny-a-co-lze-od-nich-ocekavat->.

kód na obalu: CZ-BIO-003

- **BUREAU VERITAS CZECH REPUBLIC**, spol. s r.o., Olbrachtova 1, CZ-14002 Praha 4

Kód na obalu: CZ-BIO-004

Tyto kontrolní subjekty zajišťují kontrolní činnosti spojené s vydáním osvědčení o původu bioproduktu, biopotraviny nebo ostatního bioproduktu. Vydané certifikáty (viz příloha č. 1) mají platnost 1 rok a při porušení pravidel mohou být kdykoliv odebrány.

2. Supervize – nad prací kontrolních organizací stojí další subjekt – supervizor. Ministerstvo zemědělství ČR namátkově dohlíží na kontrolory přímo v terénu. Dbá na dodržování příslušných zákonů a předpisů.

3. Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský – od 1. 1. 2010 byl ke kontrole ekologického zemědělství vedle soukromých kontrolních subjektů pověřen také nezávislý státní orgán Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (ÚKZÚZ). ÚKZÚZ provádí úřední kontrolu podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004. Na základě analýzy rizik každý rok provádí namátkové kontroly na dodržování pravidel pro ekologické farmaření. Jde o namátkový vzorek asi 5 % ekologických farem v České republice¹⁷.

2.4 Nabídka (sortiment) biopotravin

Sortiment českých biopotravin je poměrně široký a zahrnuje především následující výrobky: mléko a mléčné výrobky (jogurty, sýry, tvaroh atd.), pečivo, čaje, koření, mouku, těstoviny, dětskou a kojeneckou výživu, vejce, kuřecí, vepřové a hovězí maso, ovoce, zeleninu, sušené ovoce, víno, pivo, med atd. U některých komodit je ale přesto nabídka nedostatečná a nepokrývá poptávku spotřebitelů (např. vejce, ovoce, zelenina). Některé biopotraviny nejsou českými výrobci biopotravin produkovány vůbec a dovážejí se ze zahraničí (např. oleje)¹⁸.

Mezi základní biopotraviny patří:

- Obilniny – pohanka, špalda, dvouzrnka, žito, chléb, bulgur, kuskus, polenta, jáhly, seitan, rýže, miso, rosti maso, naklíčené obilí a luštěniny;
- Luštěniny – čočka, hrách, fazole adzuki, fazole mungo, cizrna, sója, sójové mléko, tofu, tempeh;

¹⁷ RŮŽIČKOVÁ, Pavla. BIO – skutečně víte, co si pod tímto pojmem představit?. In: *Zdraví a krása* [online]. CONTENTPUB, ©2014-2016, 2.10.2016 [cit. 2019-06-04]. Dostupné z: https://www.zdraviakrasa.cz/bio-skutecne-vite-si-timto-pojmem-predstavit-286/?_sm_au_=iVV5t22M4Ft35kkN.

¹⁸ Biopotraviny. *EAGRI* [online]. Ministerstvo zemědělství, ©2009-2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktualni-temata/biopotraviny/>.

- Těstoviny;
- Oleje – olivový, arašídový, konopný, avokádový, mandlový, řepkový, světlicový, sezamový, slunečnicový, z lískových oříšků, lněný, sójový;
- Semena – lněná, dýňová, sezamová, hořčičná, směsi k naklíčení – alfalfa, klíčivý mix;
- Pochutiny – med, bílý a hnědý cukr, melasa, sirupy (javorový, ječný, datlový, pšeničný, špaldový, kukuřičný, rakytníkový, jakonový), sladěnka, rýžový slad, sušené ovoce (meruňky, fíky, jablka, jahody), kakao, houby shiitake;
- Pasty, omáčky, ochucovadla – agar-agar, kuu, umeboshi, tahini, wasabi, shoyu a tamari, koření (Gomasio, Bertram, římský kmín, kurkuma, adžika, houby vegi, chlebové koření);
- Mořská zelenina – mořské řasy (řasa Kobu, Nori, Arame, Wakame, Dulse);
- Nápoje – rýžové mléko, kombucha, syrovátka, špaldové kafe, obilná káva, čaje (černý, zelený, bylinné, Rooibos, Lapacho), víno, pivo¹⁹.

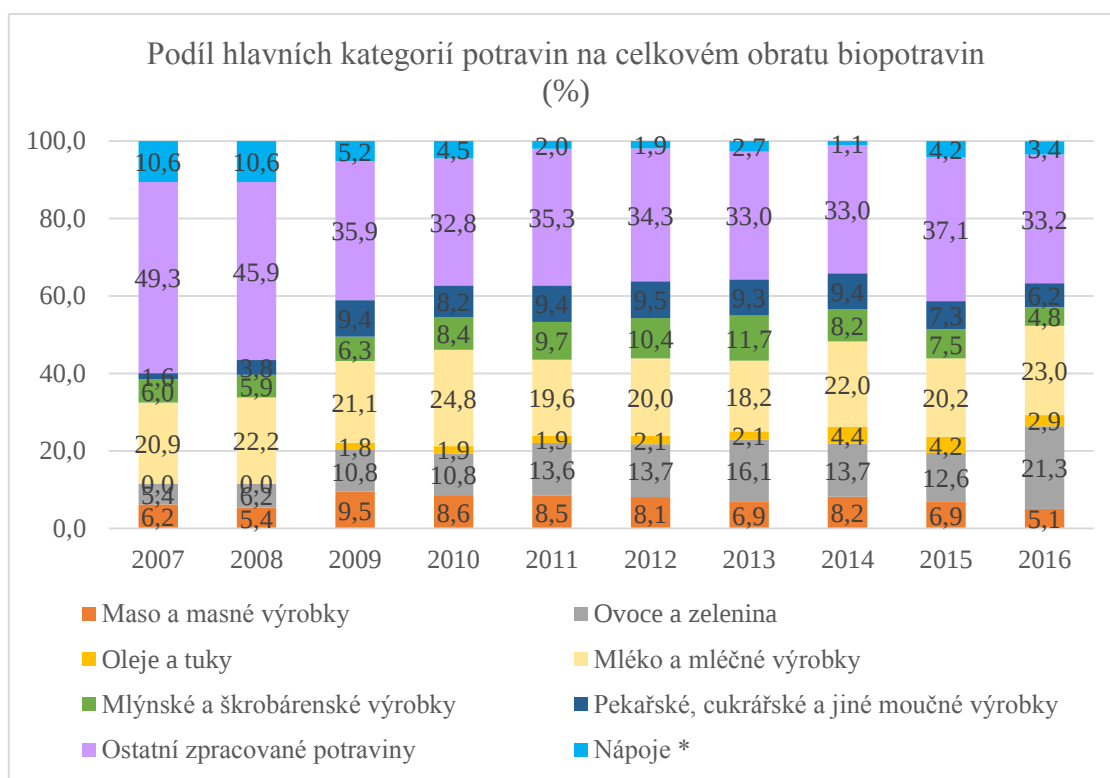
2.5 Poptávka (spotřebitel) biopotravin

Poptávku po biopotravinách tvoří spotřebitel, který se zajímá o zdravý životní styl, své zdraví, záleží mu na tom, jak je zacházeno s přírodou a s chovanými zvířaty. Jedná se o zákazníky, kteří jsou ochotni si připlatit vyšší cenu za výrobky, neboť znají důvody vyšších cen i výhody bioproduktů.

Z níže uvedeného grafu lze vyčíst, že od sledovaného roku 2007 je vždy největší zájem kategorií „Ostatní zpracované potraviny“, která v roce 2016 představovala 33% podíl na maloobchodním obratu biopotravin. Následuje kategorie „Mléko a mléčné výrobky“ s 23% podílem. Na třetím místě v oblíbenosti je kategorie „Ovoce a zelenina“, která je celkově na vzestupu. Navíc tato kategorie zahrnuje od roku 2009 také ovocné a zeleninové šťávy.

¹⁹ FORŠT, Jaroslav. *Kapesní BIOLEXIKON, průvodce biotrhem a trhem zdravé výživy*. IFP Publishing & Engineering, 2007. ISBN 978-80-903997-0-9.

Graf 2: Podíl hlavních potravin na celkovém obratu biopotravin v ČR, 2007-2016.



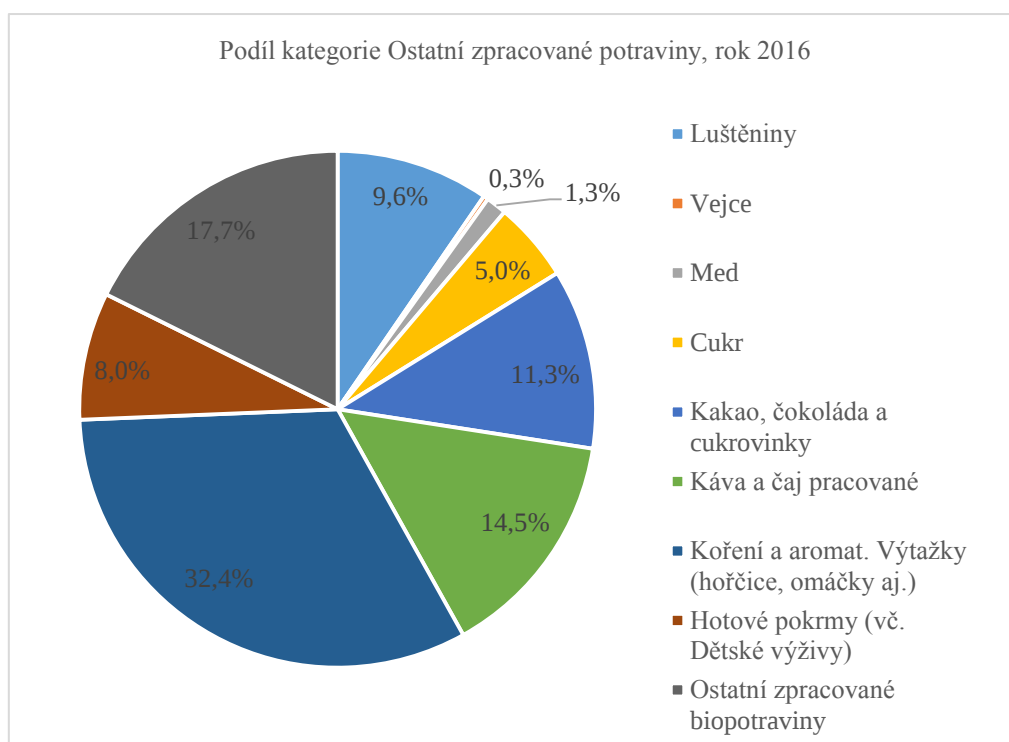
- 1) Do roku 2008 jsou ovocné/zeleninové džusy a šťávy zahrnovány do kategorie „Nápojů“, od roku 2009 jsou dle klasifikace CPA součástí kategorie „Ovoce a zelenina“.

Zdroj: ING. ŠEJNOHOVÁ, PH.D, Hana. *Statistická šetření ekologického zemědělství: Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2016* [online]. Ing. Jana HLAVÁČKOVÁ, Ing. Jana BABÁČKOVÁ. Brno: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2018, (1) [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/580754/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_2016.pdf.

V následujícím grafu je znázorněno bližší složení kategorie „Ostatní zpracované potraviny“. Z tohoto grafu můžeme vyčíst, že největší zastoupení představuje kategorie „Koření a aromatické výtažky“. Tato kategorie zahrnuje ocet, hotové omáčky, směsi s obsahem koření, koření a potravinářskou sůl²⁰.

²⁰ CZ-CPA. *CZ-CPA: Klasifikace produkce CZ-CPA 2015* [online]. ©2019 [cit. 2019-06-16]. Dostupné z: <http://www.klasifikaceprodukce.cz/cpa/10-84-koreni-a-aromaticke-vytazky-vc-subdodavatelstevnich-praci/>.

Graf 3: Podíl podkategorií potravin v rámci kategorie "Ostatní zpracované potraviny", 2016.



Zdroj: ING. ŠEJNOHOVÁ, PH.D, Hana. *Statistická šetření ekologického zemědělství: Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2016* [online]. Ing. Jana HLAVÁČKOVÁ, Ing. Jana BABÁČKOVÁ. Brno: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2018, (1) [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/580754/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_2016.pdf.

2.6 Cena biopotravin

Náročnější zpracování a složitá produkce s velkým podílem ruční práce se promítá do vyšších cen bioproduktů a biopotravin, která může být až o několik stovek procent vyšší než je cena konvenčních potravin. Prvotní zvýšení ceny se objevuje hned u ekologického zemědělce nebo chovatele. V případě rostlinné produkce je důvodem hlavně vyšší pracnost vyplývající ze zákazu používání běžně využívaných umělých hnojiv a pesticidů. Tento zákaz může mít za následek pokles výnosu půdy. V případě chovatelské produkce je prvotním důvodem pro vyšší cenu především drahé krmivo. Dále také trvá než jsou zvířata vykrmena, v chovu je nižší počet zvířat, aby byl zachován potřebný prostor na kus. Nižší je dojivost nebo snáška vajec. Ekologické zemědělství ale neusiluje o maximalizaci výnosu, potažmo zisku, ale o udržitelné hospodaření a rovnováhu mezi produkcí a zachováním prostředí.

Další navýšení ceny nastává u výrobce, který má omezený seznam přídatných látek a technologií povolených při výrobě biopotravin. Hlavním důvodem zvýšení ceny je často

zpracování malých objemů a partií. Menší objemy významně navyšují cenu i při přepravě mezi výrobcem a obchody. Poslední navýšení pak nastává v obchodech díky marži²¹.

Poradenská agentura Green Marketing nabízí jedinečný produkt Cenový BIOmonitor. Jedná se o položkový seznam všech biopotravin nabízených maloobchodními řetězci na českém trhu. Analytická část je tvořena tzv. „biokošíkem“ neboli cenovým srovnáním stejných položek napříč maloobchodními řetězci, porovnání jednotlivých maloobchodních řetězců z pohledu zastoupení kategorií a jejich šíře a rovněž zastoupení jednotlivých dodavatelů biopotravin do maloobchodních řetězců. Cenový BIOmonitor obsahuje i přehledné grafické zpracování pro lepší „čitelnost“²². Tento produkt není příliš využíván z důvodu cenové náročnosti, za kterou firmy nejsou ochotni platit.

2.7 Formy prodeje (distribuční cesty)

Nejvíce biopotravin nakupují čeští spotřebitelé tradičně v maloobchodních řetězcích (44 %, tj. 1,12 mld. Kč v roce 2016), na druhém místě pak prostřednictvím drogistických řetězců – zejména v dm drogerii (18 %, 456 mil. Kč) a přes prodejny zdravé výživy (14 %, 366 mil. Kč). Významně narůstá podíl přímého prodeje biopotravin. Vzhledem k rychlému růstu podílu prodeje přes e-shopy, je tento způsob odbytu sledován od roku 2014 odděleně od přímého prodeje. E-shopy však provozují převážně přímo sami producenti, tedy lze je považovat za určitou formu přímého prodeje. Necelá 4 % biopotravin byla nakoupena v lékárnách a pozvolna narůstá podíl uplatněné bioprodukce v gastronomii²³.

Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2016 uvádí, že v případě distribuce *uplatněné výrobcí* realizovali tito výrobci 35 % prodejů biopotravin přes maloobchodní řetězce, přes velkoobchody 14,9 % a přes specializované prodejny 12,7 %. Prodej přes nezávislé prodejny potravin činil 3 % a téměř 9 % vyrobených biopotravin směřovalo k dalšímu výrobcí (např. vyrobené mouky/směsi, med, koření/bylinky, oleje, cukr). Podíl ostatních distribučních cest zahrnující přímý prodej, prodej přes překupníka, lékárny či drogerie a gastronomii, činil 25 %. V případě distribuce *uplatněné distributory* nejčastěji distributoři využívali jiné distribuční

²¹ BĚLOVSKÁ, Nad'a. Češi utrácejí za biopotraviny miliardy korun a biozemědělství roste dvouciferným tempem. In: *Lovíme.bio: Lovíme informace ze světa BIO* [online]. [cit. 2019-06-03]. Dostupné z: <https://www.lovime.bio/clanky/cesi-utraceji-za-biopotraviny-miliardy-korun-a-biozemedelstvi-roste-dvoucifernym-tempem/>.

²² Green marketing cenový BIOmonitor. *Bio-info.cz: Informační portál pro ty, kteří žijí BIO* [online]. Green marketing, 2019 [cit. 2019-04-30]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/vzdelavani/green-marketing-cenovy-biomonitor>.

²³ ING. HRABALOVÁ, Andrea, ed. *Ročenka/Yearbook 2017: Ekologické zemědělství v České republice* [online]. Olomouc: Ministerstvo zemědělství, 2018 [cit. 2019-06-04]. ISBN 978-80-7434-470-1. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/616968/Rocenka_Ekologickeho_zemedelstvi_2017_k_zverejneni.pdf.

cesty (29 %), které zahrnují prodej přes prostředníky, přímý prodej a prodej přes gastronomická zařízení, dále maloobchody (27 %) a další výrobce potravin (12 %). Trvale dochází k poklesu prodeje prostřednictvím maloobchodních řetězců ve prospěch prodeje prostřednictvím specializovaných prodejen a prodeje přes jiné distribuční kanály (přímý prodej, e-shop)²⁴.

2.8 Propagace biopotravin

Propagace biopotravin je nezbytnou součástí informování veřejnosti. Na podporu povědomí lidí o biopotravinách se koná řada informačních akcí, ať už na mezinárodní úrovni, která je spíše teoretickou akcí, tak i na regionální úrovni, kdy místní farmáři pořádají dny otevřených dveří a informační akce, stánky, ochutnávky, provádějí na svých farmách.

2.8.1 Summity, výstavy

- **Biosummit**

Biosummit je prestižní konferencí EZ, na které se setkávají k diskuzi všichni aktéři ekologického zemědělství a prodeje biopotravin z ČR i ze zahraničí. Cílem konference je propojit klíčové osobnosti z řad zemědělců, jejich zájmových i profesních organizací, obchodníků, vědců se zástupci médií a veřejností²⁵.

- **Září – “Měsíc biopotravin a ekologického zemědělství**

Pravděpodobně mnohem známější propagace podporující ekologické zemědělství a spotřebu biopotravin je každoročně pořádaná akce „Září – měsíc biopotravin“, která se koná již od roku 2005. Jedná se o informační a osvětové akce, díky kterým může veřejnost poznat místní biofarmy a výrobce bioproduktů. V rámci měsíce se také vyhlašuje vítěz soutěže Biopotravina roku. Přehled akcí v rámci měsíce biopotravin je uveřejněn na stránkách www.mesicbiopotravin.cz.

- **Soutěž Biopotravina roku**

Svaz PRO-BIO pořádá každoročně od roku 2002 vždy v září soutěž o nejlepší tuzemskou biopotravinu. Soutěž se koná v kategoriích biovíno, biopotraviny živočišného/rostlinného původu, biovýrobky pro gastronomii, pochutiny a ostatní potravinářské výrobky a naposledy přidaná kategorie Steaková biomasa. Biopotraviny, které zvítězí, mají poté právo používat

²⁴ ING. ŠEJNOHOVÁ, PH.D, Hana. *Statistická šetření ekologického zemědělství: Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2016* [online]. Ing. Jana HLAVÁČKOVÁ, Ing. Jana BABÁČKOVÁ. Brno: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2018, (1) [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/580754/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_2016.pdf.

²⁵ Biosummit 2018: Mezinárodní konference o ekologickém zemědělství. *Biosummit.eu* [online]. 2018 [cit. 2019-04-30]. Dostupné z: <http://www.biosummit.eu/biosummit-2018/>.

pro daný produkt označení „Česká biopotravina“ či „Vítěz kategorie Česká biopotravina“ společně s rokem, za který byl titul udělen. Dále producent či ekologický farmář získává účast na veletrhu biopotravin Biofach v Norimberku a prostor a inzerci v médiích pro svůj produkt²⁶.

Tabulka 6: Přehled vítězných biopotravin za jednotlivé ročníky.

Ročník	Vítězná biopotravina
1.	Bio Jablečný mošt; Občanské sdružení Tradice Bílých Karpat
2.	Mléčné kozi produkty; Pavel a Jitka Dobrovolní
3.	Bio Uherák; Biofarma Sasov
4.	Bio kváskový chléb a pečivo ; Albio s.r.o.
5.	Bio kysaný nápoj; Mlékárna Valašské Meziříčí
6.	Pošumavský bio med; včelař Dr. Ing. Jan Pintíř, Ph.D. z Nedaniček u Švihova
7.	100% jablečná šťáva; Vitaminátor, Slavomír Soška
8.	Švestkový biodžem; Heliavita s.r.o.
9.	Kančí biolovečák; Biofarma Sasov
10.	Ovčí biosýr Arnika; Horský statek Abertamy
11.	Kozí biomáslo; společnost AMALTHEA, s. r. o., z Hvozdu u Prostějova
12.	Černíkovické beraní rohy; Miloš Kurka
13.	Bio konopné sádlo; Biofarma Sasov
14.	Biorajčata ve vlastní šťávě; Hornácká farma Hrubá Vrbka
15.	Bio Trhaná paštika z přeštíka; Josefa Sklenář, Biofarma Sasov
16.	Sterilované patizony; Jan Verich z Turnova
17.	Hovězí bio steak; farma Mitrovský dvůr

Zdroj: Vlastní zpracování.

• Biofach

Mezinárodní veletrh BIOFACH v Norimberku každoročně představuje nejširší přehlídku trendů a inovací z biosektoru. Na veletrhu, který trvá čtyři dny, prezentují vystavovatelé z celého světa své novinky mezinárodnímu odbornému publiku²⁷.

V roce 2019 se konal 30. ročník veletrhu, Ministerstvo zemědělství se účastní již po jedenácté. Zájem o veletrh každoročně roste u návštěvníků i u vystavovatelů. V roce 2018 se ho zúčastnilo 2 962 vystavovatelů a přišlo na něj 50 200 návštěvníků ze 134 zemí.

V české expozici se prezentovalo 13 českých firem (SOLEX AGRO, s.r.o., POEX Velké Meziříčí, a.s., MERUZALKA s.r.o., MARKOL FOOD, s.r.o., KING FOOD BOHEMIA, s.r.o., Hopi Popi, a.s., Hempoint, s.r.o., FRUJO, a.s., EXTRUDO BEČICE, s.r.o., EMCO, s.r.o., EKOFRUKT Slaný, spol. s r.o., České ghičko s.r.o., COOC Food s.r.o. - Koláčkova pekárna,

²⁶ Hledáme Českou biopotravinu roku 2018. In: *Bio-info.cz: Informační portál pro ty, kteří žijí BIO* [online]. Green marketing, 2009, 16. květen 2018 [cit. 2019-05-03]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/hledame-ceskou-biopotravinu-roku-2018>.

²⁷ BIOFACH INTO ORGANIC: Mezinárodní veletrh biopotravin. In: *PROveletrhy.cz* [online]. Praha 2: PROveletrhy, 2018, 23.5.2019 [cit. 2019-06-04]. Dostupné z: <https://www.proveletrhy.cz/veletrhy/biofach/>.

Cereabar s.r.o., AMYLON, a.s., PRO-BIO – Svaz ekologických zemědělců, z.s.), dalších 12 pak samostatně²⁸.

2.8.2 Spolky

Existence spolků pomáhá prosazovat cíle ekologického zemědělství a pomáhá k informovanosti všech zainteresovaných stran i široké veřejnosti. Níže je uveden výčet spolků podílejících se na podpoře informovanosti o biopotravinách a ekologickém zemědělství:

- PRO-BIO svaz ekologických zemědělců
- PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství
- Bioinstitut, o.p.s.
- Svobodný statek na soutoku, o.p.s.
- Informační středisko pro rozvoj Moravských Kopanic, o.p.s.
- Oslavka, o.p.s.
- Občanské sdružení Tradice Bílých Karpat
- Hnutí DUHA – Friends of the Earth Czech Republic
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR²⁹.

2.8.3 Tisk, časopisy, letáky

Mezi tištěnou propagaci ekologického zemědělství a biopotravin patří Elektronický Bio-měsíčník, který je dostupný na stránkách http://www.bio-mesicnik.cz/bio2017/bio1701_e.pdf. Vychází pravidelně každý měsíc.

Mezi další propagační materiály patří série informačních letáků, které vydala Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství ve spolupráci s PRO-BIO Ligou a Ministerstvem zemědělství. Letáky jsou zpracovány zvlášť pro ovoce a zeleninu, víno, byliny, pečivo a maso v bio kvalitě. Informují o zásadách a přednostech ekologického pěstování ovoce a zeleniny, vinné révy, bylin, obilovin a chovu zvířat, včetně zpracovatelských postupů při výrobě biopotravin. Každý leták uvádí i přehled producentů a zpracovatelů příslušné komodity a samozřejmě i to, jak bioprodukty spolehlivě poznat. Za účelem prezentace českého

²⁸ BioFach 2019 - největší bioveletrh na světě. In: *Velvyslanectví České republiky ve Spolkové republice Německo* [online]. Berlin: MZV ČR, 20.02.2019 [cit. 2019-04-30]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/aktuality/biofach_2019_nejvetsi_bioveletrh_na.html.

²⁹ HRABALOVÁ, Andrea. *Ročenka/Yearbook 2016: Ekologické zemědělství v České republice* [online]. Olomouc: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2017 [cit. 2018-01-18]. ISBN 978-80-7434-401-5. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/569591/rocenka_Ekologickeho_zemedelstvi_2016.pdf

ekologického zemědělství a biopotravin na mezinárodních výstavách a veletrzích byly letáky zpracovány také v anglickém jazyce³⁰.

2.8.4 Internetové stránky, sociální sítě, direct mailing

Níže jsou uvedeny některé ze zajímavých stránek týkající se biopotravin a ekologického zemědělství:

- **Bio-info.cz**

Od roku 2009 vydává Green marketing internetový informační portál Bio-info.cz. Jedná se o odborně zaměřený B2C (Business to Consumer) internetový portál, který poskytuje nezávislé fórum pro výměnu praktických informací, myšlenek a zkušeností a pomáhá tak udržovat trvalý růst produkce, výroby a prodeje biopotravin, biokosmetiky a biotextilu a dalších etických výrobků v České republice. Bio-info.cz informačně propojuje nabídku podnikatelů všech velikostí s požadavky a přáními zákazníků a vyzdvihuje a oslavuje dosažené úspěchy.

Podnikatelům Bio-info.cz pomáhá komunikovat s rostoucí spotřebitelskou skupinou LOHAS, která je finančně velmi silná, preferuje kvalitu, společenskou odpovědnost a ekologický přístup. Portál Bio-info navíc umožňuje, jako jediný v České republice, přesné zacílení on-line inzerce na cílovou skupinu majitelů a manažerů podniků v oblasti produkce, výroby, obchodu a marketingu biopotravin a dalších bio produktů.

- **Bio-life.cz**

Bio-Life.cz je rozsáhlý informační portál, který se zaměřuje na zdravý životní styl, vyváženou stravu, sportovní aktivity, přírodu, přírodní kosmetiku a různé rady a tipy, jak se udržovat fit³¹.

- **Countrylife**

Internetové stránky společnosti Country Life, která je největším dovozcem, obchodníkem s bioprodukty a jedním z největších obchodníků s produkty zdravé výživy v České republice. Ve velkoobchodu nabízí celkem 2 500 výrobků, z toho bezmála 1 500 položek v biokvalitě³².

- **Lovime.bio**

Lovíme.bio je značkou organizace PRO-BIO LIGA, která je jedním z aktérů rozvoje ekologického zemědělství v ČR, je členem České technologické platformy pro ekologické zemědělství, členem Komise ekologického zemědělství při Akčním plánu pro EZ. Jejich vizí

³⁰ Informační letáky o biopotravinách. *Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství* [online]. Olomouc: ČTPEZ, ©2012, 19.2.2018 [cit. 2019-04-30]. Dostupné z: <https://www.ctpez.cz/cz/clanky/informacni-letaky-o-biopotravinach-2>.

³¹ O Bio-Life.cz. *Bio-life.cz* [online]. Praha 8: Ing. Iva Veselá, ©2008 [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <http://www.bio-life.cz/dolni/o-bio-life.html>.

³² O Country Life. *Country life* [online]. Beroun [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <https://www.countrylife.cz/o-country-life>.

je, aby se principy ekologického zemědělství staly standardem českého zemědělství a aby biopotraviny byly snadno dostupnou a automatickou volbou spotřebitelů, která jim dává smysl³³.

- **Pro-bio**

Výrobce biopotravin se zkušenostmi od roku 1992, první a největší výrobce biopotravin v České republice. V nabídce PROBIO naleznete základní biopotraviny – od obilovin, luštěnin, mouk, mlýnských produktů či olejů až po pochutiny, jako jsou sušenky, rychlé směsi, čokolády, vína či káva. Výrobky dodávají na trh pod třemi značkami – Bioharmonie, Biolinie a Naše biofarma³⁴.

- **www.agronavigator.cz**

Přehledné stránky o ekologickém zemědělství a bioproduktech.

- **www.ctpez.cz**

Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství (ČTPEZ) je sdružení významných aktérů z oblasti vědy, výzkumu a vzdělávání, zemědělské a potravinářské produkce a obchodu a oborových nevládních organizací se zaměřením na ekologické zemědělství a produkci biopotravin. Cílem ČTPEZ je budovat a podporovat rozvoj znalostního systému v oblasti ekologického zemědělství a produkce biopotravin a posílit konkurenceschopnost ekozemědělského sektoru v České republice ve všech jeho klíčových oblastech³⁵.

Sociální síť – samozřejmostí je podpora na sociálních sítích, kde je možné najít spoustu různých skupin podporující tento životní směr.

2.9 Export/import bioprodukce

Dovoz a vývoz bioproduktů a biopotravin je upraven Nařízením Rady (EHS) č. 2091/91.

V případě dovozu stanoví, že produkt dovezený ze třetí země, který je označen odkazy na ekologický způsob produkce, může být uveden na trh EU jako ekologický, pokud:

1. byl získán v souladu s pravidly ekologické produkce,
2. dovozce podléhá kontrolním opatřením – povinnost registrace v systému ekologického zemědělství (zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství),

³³ O nás. *Lovíme.bio: Lovíme informace ze světa BIO* [online]. [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.lovime.bio/o-nas/>.

³⁴ O nás. *PROBIO* [online]. Staré Město, ©2019 [cit. 2019-05-01]. Dostupné z: <https://www.probio.cz/cs/probio-svet/o-nas>.

³⁵ O ČTPEZ. *Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství* [online]. Olomouc: ČTPEZ, ©2012 [cit. 2019-05-01]. Dostupné z: <https://www.ctpez.cz/cz/o-ctpez>.

3. se producent ve třetí zemi podrobil své činnosti ve všech fázích produkce, přípravy a distribuce ve třetí zemi kontrolnímu systému v souladu s předpisy EU,
4. se na produkt vztahuje a je k němu v rámci průvodních dokumentů přiloženo osvědčení o kontrole vydané příslušnými orgány, kontrolními orgány nebo subjekty třetí země, které potvrzuje, že produkt splňuje stanovená pravidla.

Každý dovoz bioproduktů ze třetích zemí musí být předem nahlášen příslušné kontrolní organizaci. V rámci celních řízení je nutné produkty označené odkazy na ekologický způsob produkce deklarovat v celním prohlášení jako produkty „BIO“ / „EKO“ a doložit certifikát produktu, aby mohly být následně jako ekologické produkty uvedeny do volného oběhu. Originál osvědčení o kontrole doprovází zboží do zařízení prvního příjemce; dovozce je poté povinen toto osvědčení uchovávat k dispozici pro kontrolní orgány nebo kontrolní subjekty po dobu 2 let.

Objem dovozu finálních biopotravin realizovaný distributory a maloobchodními řetězci, který byl prodán na českém trhu, je odhadován v roce 2016 na 1 171 mil. Kč, což představuje 46% podíl na maloobchodním obratu v ČR. Jedná se o významné zvýšení oproti předchozím rokům. Po započtení objemu dovozu, který realizují tzv. „mix“ subjekty a které do ČR dovezly finální biopotravinu za dalších zhruba 348 mil. Kč, vzroste podíl dovozových biopotravin na českém trhu na 60 % maloobchodního obratu, což je údaj srovnatelný s předchozím rokem. Pokud by byl započítán navíc i objem dovozu bioproduktů či biopotravin, které jsou na území ČR dále zpracovávány (tj. dovoz bio surovin a bio polotovarů), podíl biopotravin ze zahraničí ještě vzroste³⁶.

Z celkového obratu za biopotravinu (4,19 mld. Kč) realizovaného českými subjekty v roce 2016 bylo téměř 40 % exportováno (zboží za 1,64 mld. Kč). Podobně vysoký podíl byl dosažen i v předchozích dvou letech. V roce 2016 hodnota reexportu dosáhla 259 mil. Kč (tj. 16 % objemu vývozu; stejný podíl byl zaznamenán v roce 2015). Mezi největší exportéry patřily, stejně jako v předchozích dvou letech, společnosti RACIO, s.r.o., Lifefood Czech Republic s.r.o., Družstvo ČESKÉ BIOMLÉKO a Sonnentor s.r.o., které společně tvoří téměř polovinu celkového vývozu³⁷.

³⁶ ING. HRABALOVÁ, Andrea, ed. *Ročenka/Yearbook 2017: Ekologické zemědělství v České republice* [online]. Olomouc: Ministerstvo zemědělství, 2018 [cit. 2019-06-04]. ISBN 978-80-7434-470-1. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/616968/Rocenka_Ekologickeho_zemedelstvi_2017_k_zverejneni.pdf.

³⁷ *Ibid.*

Praktická část

3 Biopotraviny v maloobchodních řetězcích v České Lípě

V následující praktické části se budu zabývat nabídkou obchodních řetězců, které se nacházejí v České Lípě. Toto město jsem zvolila, neboť zde od narození žiji, v každém z obchodů jsem již někdy nakupovala. Provedu cenové srovnání vybraných bioproduktů v rámci sortimentu i mezi zvolenými řetězci. Dále se v praktické části budu zabývat vyhodnocením dotazníků, které vyplňovali zákazníci, abych zjistila, jak se k biopotravinám staví oni.

Město Česká Lípa s 37.405 obyvateli (údaj k 1.1.2018) se nachází v okrese Česká Lípa v Libereckém kraji, její celková rozloha 66 tis. km² zahrnuje 14 městských částí.

Obrázek 3: Město Česká Lípa.



Zdroj: *Mapy.cz. Mapy.cz [online]. Dostupné z:*

<https://en.mapy.cz/zakladni?x=14.5595060&y=50.6860131&z=12&source=muni&id=1594>.

Obchodní síti dominují obchodní řetězce Kaufland, Billa, Penny, Lidl, Hypermarket Albert Borská, Hypermarket Albert Šluknovská a supermarket Albert Bardějovská. Tyto obchody jsou umístěny ve většině případech na okraji České Lípy u hlavních silničních tahů, v centru se nacházejí pouze menší obchody.

Právě zmíněné řetězce budou součástí srovnání v praktické části, kdy budu zkoumat jejich nabídku a ceny biopotravin. Jedná se o těchto pět vybraných obchodních řetězců:

- Hypermarkety: Kaufland, Mimoňská 3090, 470 01 Česká Lípa
Albert, Borská 3215, 470 01 ČESKÁ LÍPA
- Supermarkety: Billa, Děčínská 3271, 47001 Česká Lípa
- Diskonty: Penny, Žitavská 3021, 47001 Česká Lípa
Lidl, Purkyňova 3111, 47001 Česká Lípa

3.1 Hypermarkety

3.1.1 Kaufland

Historie řetězce sahá do roku 1930, kdy obchodník Josef Schwarz vstoupil jako společník do velkoobchodu s tropickým ovocem Lidl & Co. Došlo k přejmenování společnosti na obchodní značku Lidl & Schwarz KG a změně zaměření na potravinářský velkoobchod. Kaufland je součástí německé skupiny Lidl & Schwarz-Gruppe. Kromě Německa a České republiky působí Kaufland také na Slovensku, v Polsku, Chorvatsku, Bulharsku a Rumunsku. Obchodní řetězec Kaufland má v Česku více 132 prodejen. První hypermarket v České republice byl otevřen byl v Kladně v roce 1998. Jednotlivá prodejní místa jsou pojmenována filiálkami³⁸. V České Lípě společnost Kaufland působí od roku 2001. Společnost Kaufland zaměstnává na českém pracovním trhu celkem 23 500 lidí³⁹.

Ve svém portfoliu nabízí společnost Kaufland několik privátních značek⁴⁰. Značky zaměřené na bio jsou následující:

- K-Bio – biopotraviny

Obrázek 4: Privátní značka K-Bio.



Zdroj: Naše značky. Kaufland.cz [online]. Praha 6 [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <https://www.kaufland.cz/nase-znacky/k-bio.html>.

- K-Take it veggie

Obrázek 5: Privátní značka K-Take it veggie.



Zdroj: Naše značky. Kaufland.cz [online]. Praha 6 [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <https://www.kaufland.cz/nase-znacky/k-take-it-veggie-produkty.html>.

³⁸ Kaufland.cz. *Kaufland: Informační web o společnosti Kaufland* [online]. Kaufland, ©2019 [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <http://www.kaufland-cz.cz/>.

³⁹ Kaufland jako důvěryhodný zaměstnavatel boduje v oborových anketách. In: *Mistoprodeje.cz* [online]. MÍSTO PRODEJE CZ, ©2000-2019, 13.2.2019 [cit. 2019-06-04]. Dostupné z: <https://www.mistoprodeje.cz/clanky/zajimavosti-z-retailu/kaufland-jako-duveryhodny-zamestnavatel-boduje-v-oborovych-anketach/>.

⁴⁰ Naše značky. Kaufland.cz [online]. Praha 6 [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <https://www.kaufland.cz/nase-znacky/k-take-it-veggie-produkty.html>.

- Kuniboo® – oblečení z biovlny

Společnost Kaufland nabízí v biokvalitě zhruba 360 výrobků, z toho 88 výrobků je pod vlastní značkou K-Bio, která byla uvedena na trh v roce 2016⁴¹. Biopotraviny získává jak od soukromých farmářů, tak i z dovozu. Sortiment soukromých farmářů zahrnuje především ovoce a zeleninu. Co se týče dovozu, dovážena je zelenina i ovoce, hlavně z Itálie nebo Španělska.

Biovýrobky nabízí napříč celým sortimentem – tvarohy, sýry, dětskou výživu, ovoce a zeleninu, mléčné výrobky, nápoje, kávu, čaje, pomazánky, mražené výrobky či müsli, sušenky, vína. Kromě své privátní značky K-Bio nabízí dále tyto značky bioproduktů: Biolinie, Milko, CountryLife, BioHarmonie a další.

Produkty v bio kvalitě jsou zákazníkům nabízeny v označeném regále, který je umístěn za vstupem na prodejní plochu. Jsou také nabízeny společně s ostatními výrobky, v oddělení s daným sortimentem. V případě, že jsou umístěny s ostatními výrobky, jsou viditelně označeny na regálové etiketě a jsou tak snadněji dohledatelné. Například bio-těstoviny jsou k nalezení hned vedle běžných těstovin.

Biopotraviny jsou zpravidla nabízeny i v letáčích za akční ceny, ovšem oproti konvenční nabídce je jejich nabídka zcela minimální. Tyto letáky vycházejí každý týden, zhruba jednou ročně je i biotýden, kdy nabídka bioproduktů je rozšířená.

3.1.2 Albert

V roce 1990 vstoupila společnost Albert jako Euronova, a.s. a svůj první supermarket Mana otevřela v roce 1991 v Jihlavě. Byl to zároveň historicky první supermarket v České republice. Již v roce 1999 provozovala hypermarkety Hypernova a supermarket, které byly přejmenovány na Albert. V roce 2005 převzal 57 prodejen Julius Meinl čímž upevnil své postavení na českém trhu. V roce 2009 došlo ke sjednocení značky na Albert supermarket a Albert hypermarket, aby se společnost prezentovala jednotně. V srpnu roku 2014 došlo k akvizici, kdy obchodní řetězec Albert převzal SPAR ČOS. Tím se Albert stal lídrem na maloobchodním trhu v České republice. V roce 2016 došlo ke sloučení Albertu se společností Delaize Group⁴². Společnost Albert provozuje zhruba 330 hypermarketů

⁴¹ STRAKOVÁ, Kateřina. Kaufland uvádí nové privátky: K-Bio a K-take it veggie. In: *MediaGuru.cz* [online]. Praha 4: PHD, ©2019, 02. listopadu 2016 [cit. 2019-05-01]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/11/kaufland-uvadi-nove-privatky-k-bio-a-k-take-it-veggie/>.

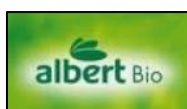
⁴² O společnosti. *Albert.cz: Stojí za to jíst lépe* [online]. © 2019 Albert Česká republika [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <https://www.albert.cz/o-nas/o-spolecnosti>.

a supermarketů po celé České republice. V České Lípě se nacházejí celkem tři prodejny Albert, dva hypermarkety a jeden supermarket.

Společnost Albert Česká republika s.r.o. patří mezi největší zaměstnavatele v zemi tím, že zaměstnává více než 17500 zaměstnanců. Tržby za účetní období 2017 činily 49,7 mld. Kč⁴³. V souladu se svou strategií se řetězec Albert zaměřuje na kvalitu a čerstvost potravin a spolupracuje s regionálními dodavateli. Zákazníkům nabízí širokou paletu výrobků pod několika vlastními značkami. Značky zaměřené na biokvalitu jsou následující:

- AlbertBio -biopotraviny

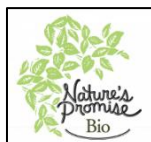
Obrázek 6: Privátní značka AlbertBio.



Zdroj: Biopotraviny jsou v Albertu stále oblíbenější. In: Bio-info.cz: Informační portál pro ty, kteří žijí BIO [online]. Green marketing, 2009 [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/biopotraviny-jsou-v-albertu-stale-oblibenejsi>.

- Nature's Promise – privátní značka zahrnující i biopotraviny

Obrázek 7: Privátní značka Nature's Promise.



Zdroj: NATURE'S PROMISE. NATURE'S PROMISE [online]. Dostupné z: <https://naturespromise.cz/>.

V kvalitě bio nabízí Albert široký sortiment. Nabídka značky Albert Bio aktuálně zahrnuje téměř 80 různých položek. V nejbližší době se rozšíří o dalších více než 30 produktů: těstoviny, rýži, luštěniny, různé druhy mouky, mléčné výrobky, zeleninu či speciality typu javorový sirup, sušenky, krekry, marmelády a jiné⁴⁴. Mezi nejvíce nabízené značky patří CountryLife, Biolinie, Bioharmonie. Dále to jsou například Amylon, Arax, Milko, Olma, Racio, Zemanka a další. Biopotraviny mají svůj speciální regál, ve kterém je primárně soustředěna většina nabízeného sortimentu. Regál je barevně (zeleně) odlišen a nese název „Biopotraviny“. Další výrobky ekologického zemědělství jsou umístěné společně s ostatními konvenčními potravinami.

⁴³ Lidl dohání Kaufland v tržbách, loni dosáhly 52 miliard korun. In: *ČeskéNoviny.cz* [online]. ČTK, 2019, 01.03.2019 [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/lidl-dohani-kaufland-v-trzbach-loni-dosahly-52-miliard-korun/1727487>.

⁴⁴ Biopotraviny jsou stále oblíbenější - Žebříčku nejprodávanějších biopotravin vévodí mléko, zelenina, vejce a šunka. In: *Albert.cz: Stojí za to jíst lépe* [online]. Albert Česká republika, ©2019 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.albert.cz/-a6171--OIYUBcNz/biopotraviny-jsou-stale-oblibenejsi>.

Ve svých letácích pravidelně nabízejí biozeleninu a bioovoce.

3.2 Supermarkety

3.2.1 Billa

Název BILLA je zkratkou „BILliger LAden“ – „Levný obchod“. Na českém trhu působí od roku 1990. První supermarket BILLA byl v České republice otevřen v Brně v ulici Stránského roku 1991. BILLA ČR je součástí nadnárodní skupiny REWE International AG (společně s diskontními prodejny Penny Market). Její obrát se pohybuje ve výši 26 mld. Kč (rok 2017), provozuje 226 prodejen a má zhruba 6000 zaměstnanců. V České Lípě působí společnost BILLA od roku 2015. Na průměrné prodejní ploše 900 m² BILLA nabízí produkty známých i privátních značek, klade velký důraz na čerstvý sortiment tzn. lahůdky, pečivo, ovoce a zelenina, chlazené produkty, mléčné výrobky a maso. Díky podpoře především českých producentů tvoří většinu sortimentu české potravin⁴⁵.

Značka zaměřená na biokvalitu je následující:

- Billa Naše Bio – privátní značka pro biopotraviny

Obrázek 8: Privátní značka Billa naše Bio.



Zdroj: BILLA | Sortiment. BILLA | PŘESNĚ PODLE MÉHO GUSTA [online]. Copyright © 2019 BILLA, spol. s r. o. [cit. 02.06.2019]. Dostupné z: <https://www.billa.cz/sortiment>.

Produktová řada BILLA Naše BIO obsahuje celkem 136 položek, mezi které patří čerstvé ovoce a zelenina, maso a masné výrobky, mléko, mléčné výrobky, vejce a výběr dalších bio výrobků jako jsou mouka, čaje, káva, müsli, luštěniny, cereálie, oleje, sladidla, avokádo, banány, rukolu, zelený listový salát, jahodový nápoj z kozího jogurtu nebo celozrnný žitný chléb. I v sortimentu bioproduktů vybírá BILLA produkty převážně od lokálních dodavatelů⁴⁶.

Produkty vlastní značky NašeBio jsou nabízeny společně s ostatními produkty. Na regálové liště jsou výrazně označeny tzv. wobblery (samolepicí plastový proužek, na jehož konci je

⁴⁵ BILLA dnes. Billa.cz: Přesně podle mého gusta [online]. Copyright © 2019 BILLA, spol. s r. o. [cit. 2019-05-24]. Dostupné z: <https://www.billa.cz/specialfolder/footer/o-nas>.

⁴⁶ Značka Naše bio změnila název i svůj vzhled. In: Billa.cz: Přesně podle mého gusta [online]. Copyright © 2019 BILLA, spol. s r. o., 31.5.2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.billa.cz/specialfolder/footer/o-nas/tiskove-zpravy/31-5-2018-billa-cr-znacka-nase-bio-zmenila-nazev-i-svuj-vzhled>.

umístěn buď papírový štítek, anebo plastová kapsa, do které je možné opakovaně vkládat štítky⁴⁷⁾ na jehož konci je kapsa s logem NašeBio, takže jejich dohledání je velmi snadné.

Mezi další značky, které nabízí produkty v biokvalitě patří Milko, Zahrádka a především Alnatura, jejíž zastoupení je největší, má i vlastní regál. Bioprodukty pod značkou NašeBio se skrývá mnoho dodavatelů, upřednostňují se však lokální dodavatelé.

Na podporu prodeje společnost BILLA v měsíci září, což je měsíc biopotravin, nabízí rozšířenou nabídku biopotravin třeba i za výhodnější ceny.

3.3 Diskonty

3.3.1 Penny

Společnost PENNY je původem z Německa, další prodejny najdeme také v Itálii, Rakousku, Rumunsku a Maďarsku. Je dceřinou společností nadnárodní skupiny REWE. Na český trh vstoupila před 20 lety, v roce 1997. V roce 2008 společnost REWE převzala diskontní řetězec Plus a sloučila je se svými PENNY Markety. PENNY se řadí mezi největší diskontní řetězce v České republice, s počtem 380 diskontních prodejen provozuje nejširší síť ve všech regionech. V České Lípě byla prodejna otevřena v roce 2009. Penny se zaměřuje na pečivo od lokálních pekařů, maso a uzeniny převážně od českých řezníků, ovoce a zeleninu od místních farmářů a piva od lokálních speciálů. Garantuje, že 7 z 10 potravinářských výrobků je skutečně českých⁴⁸⁾. Ve svém sortimentu nabízí spoustu svých značek, ale značka pro biopotraviny konkrétně není.

Dle informací centrály PENNY nabízí v biokvalitě nabízí pouze dva výrobky, a to Dětský jogurt BIO Matylida a BIO vanilkový cukr. Fyzicky na prodejně byl ale nabízen pouze olivový olej. Jak mi bylo dále sděleno, svou nabídku biopotravin hodlá PENNY v nejbližší době rozšiřovat. Proto ani v letáčích nenabízejí akční slevy pro biopotraviny a ani na internetových stránkách se tomuto tématu nevěnují.

3.3.2 Lidl

Lidl je společnost s dlouhou historií, jejíž počátky se objevili už ve 30. letech 20. století. Tehdy se v Heilbronnu otevřel velkoobchod s potravinami a ostatními výrobky. V roce 1973 byla otevřena první prodejna Lidl v Ludwigshafenu. Společnost Lidl začala působit v České

⁴⁷⁾ Wobblery. *Cenovky.cz* [online]. Havlíčkův Brod: ikonPlast, 2019 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.cenovky.cz/cs/e-shop/wobblery>.

⁴⁸⁾ PENNY MARKET ČESKÁ REPUBLIKA. *PENNY MARKET: Nakupujte hezky česky* [online]. [cit. 2019-05-24]. Dostupné z: <https://www.penny.cz/page/o-nas>

republike od června 2003 otevřením prvních 50 prodejen. V současné době má 243 prodejen. Ty jsou zásobeny čtyřmi logistickými centry v Brandýse nad Labem, Čerhovicích, Měříně a Olomouci⁴⁹. V České Lípě byl Lidl otevřen v roce 2003. Lidl je významným a stabilním zaměstnavatelem s přibližně 6200 zaměstnanci.

Filozofie prodeje je založena na privátních značkách, jež tvoří více než 80 % veškerého sortimentu. U nich společnost sama určuje kvalitu, vzhled i obal produktů a zároveň si vybírá takové výrobce, kteří dlouhodobě splňují vysoké hygienické a kvalitativní standardy. Díky této spolupráci vyváží produkty řady českých výrobců i do zahraničí. Značka zaměřená na biokvalitu je následující⁵⁰:

- BioOrganic

Společnost Lidl nabízí svým zákazníkům zboží denní spotřeby v nejvyšší kvalitě za nejlepší ceny. V biokvalitě nabízí široký sortiment zahrnující mléčné výrobky, ovoce, zeleninu, těstoviny, džusy, rajčatové omáčky a také vína. Nabízené produkty jsou nejrůznějších značek a jsou v podstatě shodné se značkami konvenčních potravin. Jedná se např. o Dulano (uzeniny), Milbona (mléčné výrobky), Solevita (džusy), Vitadór (oleje), Combino (těstoviny).

Všechny bioprodukty najdou zákazníci v přehledném Bio regálu, kromě chlazených výrobků. Regál má tematický dřevěný dekor a je označen logem Bio Organic⁵¹. Výjimečně jsou bioprodukty umístěné mezi ostatními výrobky, např. Žitný chléb.

Ve svých letáčích jsou biovýrobky nabízeny převážně v rámci tematických týdnů, kdy je nabídka biopotravin rozšířená.

3.4 Ostatní maloobchodní prodej

3.4.1 Drogerie

Z drogistických obchodů jsou v České Lípě k nalezení tyto:

- Rossmann

Ve svém sortimentu nabízí drogerie Rossmann značku EnerBIO kde nabízí zdravé produkty z biologicky pěstovaných přísad. V biokvalitě nabízí drobné pochutiny, müsli tyčinky, lupínky, nápoje.

- DM

⁴⁹ Lidl v České republice. *Lidl.cz: Správná volba* [online]. [cit. 2019-04-17]. Dostupné z: <https://www.lidl.cz/cs/Lidl-v-Ceske-republice.htm>.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ LAPISZ, Břetislav. Poptávka po biopotravinách roste, rozšiřuje se i nabídka. In: *Frydecko-místecký a třinecký deník* [online]. VLTAVA LABE MEDIA, 2019, 15.4.2018 [cit. 2019-05-01]. Dostupné z: <https://fm.denik.cz/podnikani/poptavka-po-biopotravinach-roste-rozsiruje-se-i-nabidka-20180430.html>.

Nabízí bioprodukty různých značek, privátní značka pro biopotraviny je DM-Bio. Sortiment zahrnuje převážně dětskou výživu, čaje, oleje, ostatní nápoje, tyčinky.

3.4.2 Lékárny

- Benu

V jejich nabídce najdeme smoothie, ovocné a zeleninové šťávy, dětské příkrmy, sušené ovoce a ořechy, čokoládové oplatky, tyčinky a sušenky, müsli, ovesné kaše apod.

- Dr. Max

V biokvalitě nabízí např. zubní pastu, odličovací tampony z biovlny, bio-čaje, dětskou výživu, dezinfekční mýdlo, Matcha tea BIO, suché plody (kurkuma, dýňové semínko, lněné semínko, kešu), oleje (kokosový), kokosová mouka, melasa, psyllium (apotheka), aloe vera, rakytníková šťáva apod.

3.4.3 Specializované prodejny

- CL-Bio – specializovaný obchod v České Lípě s nejrozšířenější nabídkou biopotravin.
- Zdravá výživa OD Banco
- Grešík Moskevská

3.5 Přehled ekologických farem v České Lípě a jejím blízkém okolí

Přehled ekologicky hospodařících farem je pravidelně aktualizován a je zpřístupněn na stránkách Registru ekologických podnikatelů. <http://eagri.cz/>.

Zde se můžeme dozvědět, že v okrese Česká Lípa je registrováno k 31.5.2019 celkem 68 ekologických zemědělců. Níže uvedená tabulka uvádí přehled nejbližších farem (do 10 km od České Lípy), které jsou uvedeny v Registru ekologických podnikatelů:

Tabulka 7: Registr ekologických zemědělců, okres Česká Lípa.

Obchodní jméno / Příjmení, jméno	Adresa	Ekochovy
ONDŘEJ JAROSLAV	Českokamenická 1799/13, 470 01 Česká Lípa	koňovití, kozy, ovce, skot
Parel s.r.o.	Dolní Libchava 241, 470 01 Česká Lípa	skot
REJN PAVEL	Dolní Libchava 241, 470 01 Česká Lípa	ovce, skot
KARBUS JIŘÍ	Pihel 5, 471 18 Nový Bor	
FULJER MICHAL	Pihel 234, 471 18 Nový Bor	koňovití, ovce, skot
ŠTÁGL JIŘÍ, Mgr.	Jezvé 169, 471 08 Stružnice	
VÁCHA PETR	Zahrádky 28, 471 01 Zahrádky	ovce, skot
KASPAROVÁ VERONIKA	Zahrádky 161, 471 01 Zahrádky	ovce, skot
TATOUŠEK JAN	Bořetín 11, 470 01 Stružnice	ovce
JABÁLKOVÁ DOMINIKA	Zahrádky 42, 471 01 Zahrádky	skot
KORN JIŘÍ	Zahrádky 42, 471 01 Zahrádky	prasata, skot
CHÝLE JAN	Mimoňská 207, 471 23 Zákupy	koňovití
SUCHÝ TOMÁŠ, Ing.	Zahrádky 58, 471 01 Zahrádky	koňovití, skot
EDRI, s.r.o.	Podlesí 311, 471 23 Zákupy	koňovití, ovce, kozy

Zdroj: Přehled ekologických subjektů. EAGRI: Registr ekologických podnikatelů [online]. [cit. 2019-06-02].

Dostupné z: <http://eagri.cz/public/app/eagriapp/EKO/Prehled/Prehled.aspx?stamp=636951894078182585>.

3.6 Cenové srovnání biopotravin

V následující kapitole je uvedeno cenové srovnání biopotravin s konvenčními potravinami v jednotlivých obchodních řetězcích. Pro získání základní představy o jednotlivých obchodech ukazuje tabulka níže jejich základní finanční údaje:

Tabulka 8: Základní informace o společnostech.

Společnost	Účetní období	Čistý obrát v tis. Kč 2017	Zisk před zdaněním 2017	Čistý zisk 2017	Počet zaměstnanců
Kaufland	1.3.2017 - 28.02.2018	58 239 881	3 078 676	3 078 676	11 097
Albert	1.1.2017 - 31.12.2017	50 197 632	235 795	169 752	10 604
Billa	1.1.2017 - 31.12.2017	25 699 791	456 858	369 750	5 748
Penny Market	1.1.2017 - 31.12.2017	34 089 359	765 842	541 813	5 234
Lidl	1.3.2017 - 28.02.2018	53 198 401	5 149 511	5 149 511	6 267

Zdroj: Účetní závěrky jednotlivých společností.

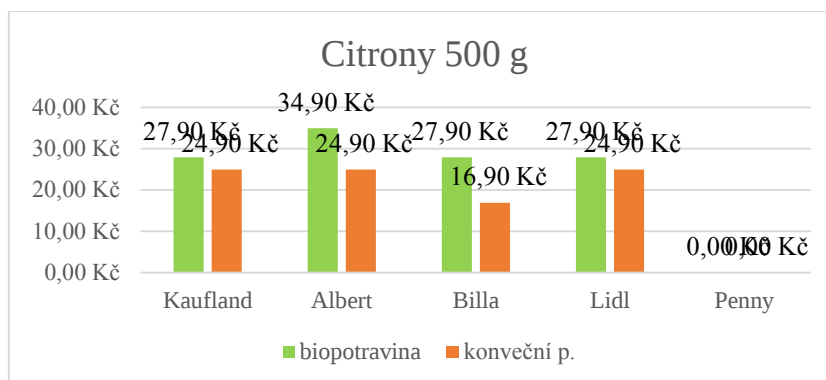
3.6.1 Srovnání cen vybraných biopotravin s konvenčními potravinami

Následujícími grafy je zobrazeno cenové srovnání vybraných biopotravin s cenou konvenčního srovnatelného výrobku v jednotlivých obchodních řetězcích. Vybrány byly produkty, které mají zastoupení ve všech obchodních řetězcích kromě Penny Marketu vzhledem k jeho

minimální nabídce biopotravin. V případě, že obchod daný produkt nabízí v různých cenových hladinách, byla cena výrobku zprůměrována.

- **Citrony 500 g**

Graf 4: Citrony 500 g.

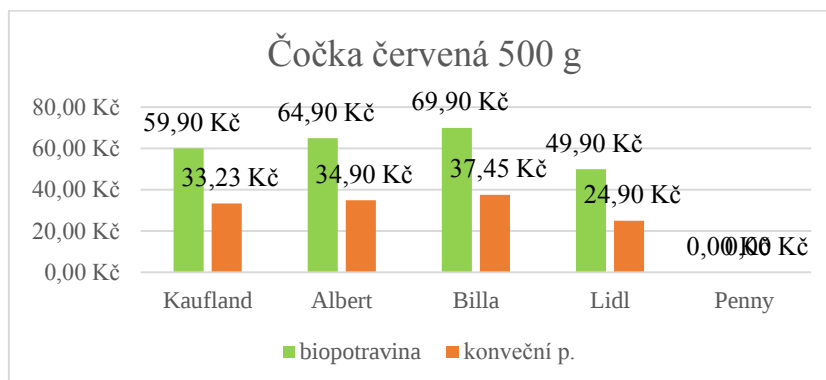


Zdroj: Vlastní zpracování.

Nejdražší biocitrony nabízí Albert, u ostatních obchodních řetězců je cena biocitronu na stejné úrovni. Navýšení oproti konvenčním výrobkům se pohybuje v rozmezí 12 % (Kaufland, Lidl) až 65 % (Billa).

- **Čočka červená 500 g**

Graf 5: Čočka červená 500 g.



Zdroj: Vlastní zpracování.

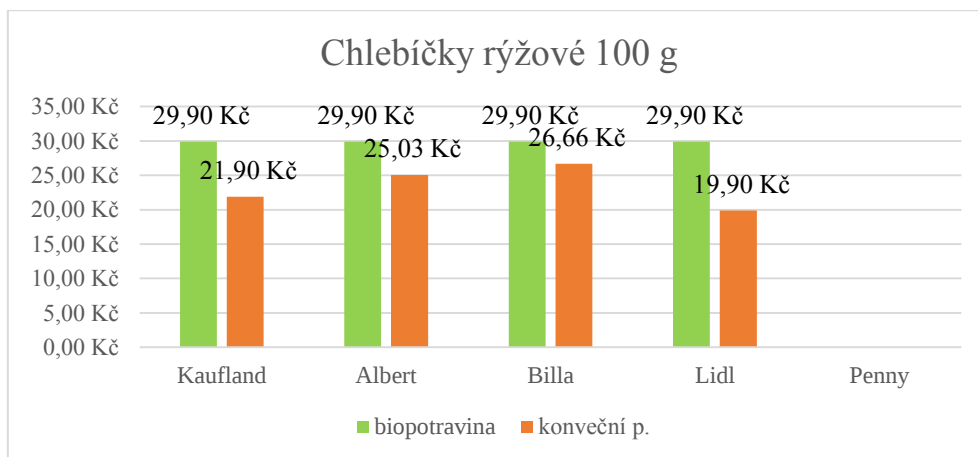
V případě čočky červené byla cena konvenčního výrobku u obchodního řetězce Billa a Albert zprůměrována. V obchodním řetězci Billa byly do průměru zahrnuty celkem 4 konvenční výrobky, v cenovém rozmezí 55,80 – 112,25 Kč/1000 g. Výsledný průměr ceny červené čočky je 37,45 Kč/500 g. V případě bio-červené čočky cena nebyla průměrována.

V obchodním řetězci Albert byly do průměru zahrnuty celkem 2 konvenční výrobky se stejnou cenou 69,80 Kč/1000 g. Výsledný průměr ceny červené čočky je 34,90 Kč/500 g. V případě bio-červené čočky cena nebyla průměrována.

V obchodním řetězci Kaufland a Lidl ceny nebyly průměrovány u konvenčních ani u bio. U čocky se navýšení oproti konvenčním výrobkům pohybuje v rozmezí 80 % (Kaufland) až 100 % (Lidl).

- **Chlebíčky rýžové v mléčné čokoládě/polomáčené 100 g**

Graf 6: Chlebíčky rýžové v mléčné čokoládě/polomáčené 100 g.



Zdroj: Vlastní zpracování.

V případě rýžových chlebíčků v mléčné čokoládě/polomáčené 100 g byla cena konvenčního výrobku u obchodního řetězce Billa a Albert zprůměrována.

V obchodním řetězci Albert byly do průměru zahrnuty celkem 2 výrobky, v cenovém rozmezí 219,00 – 281,67 Kč/1000 g. Výsledný průměr ceny rýžových chlebíčků je 25,03 Kč/100 g.

V případě bio-rýžových chlebíčků cena nebyla průměrována.

V obchodním řetězci Billa bylo do průměru zahrnuto celkem 5 výrobků, v cenovém rozmezí 219,00 – 298,33 Kč/1000 g. Výsledný průměr ceny rýžových chlebíčků je 26,66 Kč/100 g.

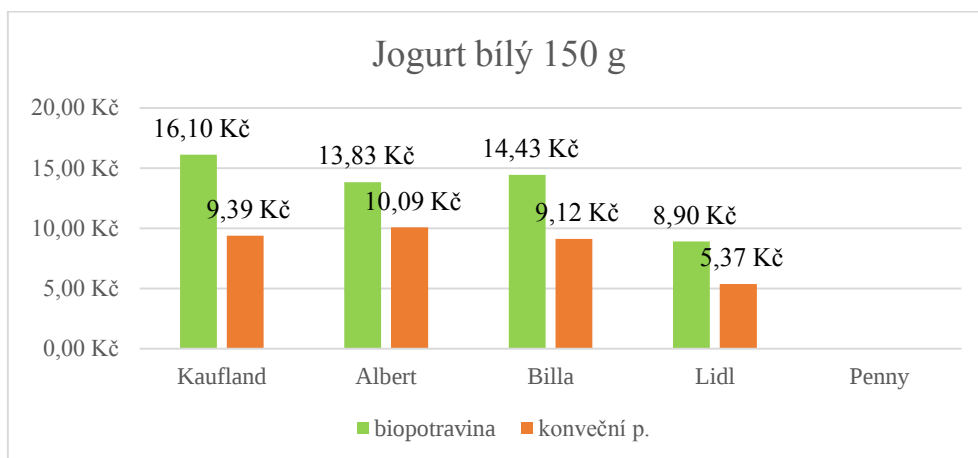
V případě bio-rýžových chlebíčků cena nebyla průměrována.

V obchodním řetězci Lidl a Kaufland ceny nebyly průměrovány u konvenčních ani u bio.

Ceny bio-rýžových chlebíčků jsou ve všech řetězcích na stejné úrovni. Navýšení oproti konvenčním výrobkům se pohybuje v rozmezí 12 % (Billa) až 50 % (Lidl).

- **Jogurt bílý 150 g s obsahem tuku menším než 5 %**

Graf 7: Jogurt bílý 150 g.



Zdroj: Vlastní zpracování.

V případě bílého jogurtu 150 g byla cena konvenčního výrobku v obchodech Billa, Albert a Kaufland zprůměrována. Do výběru byly zahrnuty bílé jogurty s obsahem tuku menším než 5 %.

V obchodním řetězci Kaufland bylo do průměru zahrnuto celkem 10 jogurtů, v cenovém rozmezí 31,80 – 93,60 Kč/1000 g. Výsledný průměr ceny bílého jogurtu je 9,39 Kč/150 g. V případě bio-jogurtů byly zahrnuty 4 výrobky v cenovém rozmezí 72,30 – 152,70 Kč/1000 g. Průměrná cena bio-jogurtů je 16,10 Kč/150 g.

V obchodním řetězci Albert bylo do průměru zahrnuto celkem 15 jogurtů, v cenovém rozmezí 31,80 – 126,00 Kč/1000 g. Výsledný průměr ceny bílého jogurtu je 10,09 Kč/150 g. V případě bio-jogurtů byly zahrnuty 3 výrobky v cenovém rozmezí 72,25 – 105,00 Kč/1000 g. Průměrná cena bio-jogurtů je 13,83 Kč/150 g.

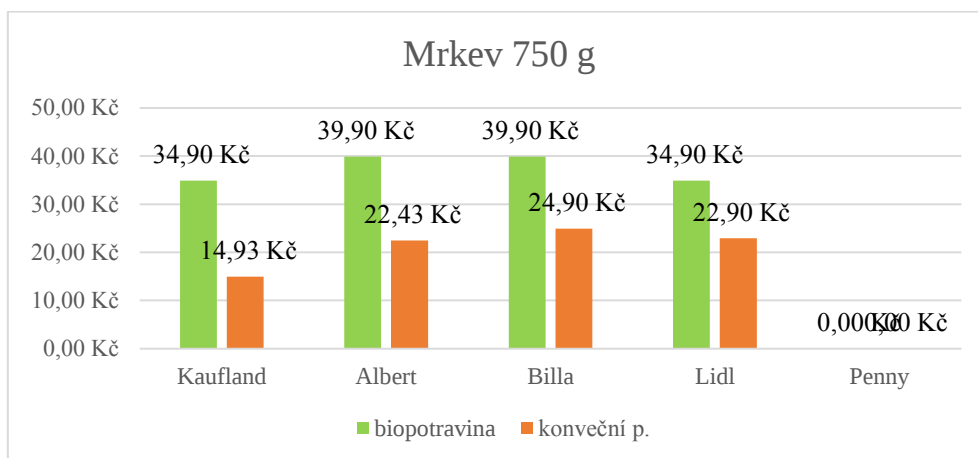
V obchodním řetězci Billa bylo do průměru zahrnuto celkem 17 jogurtů, v cenovém rozmezí 31,80 – 99,33 Kč/1000 g. Výsledný průměr ceny bílého jogurtu je 9,12 Kč/150 g. V případě bio-jogurtů byly zahrnuty 4 výrobky v cenovém rozmezí 57,25 – 172,66 Kč/1000 g. Průměrná cena bio-jogurtů je 14,43 Kč/150 g.

V obchodním řetězci Lidl byly do průměru zahrnuty 4 jogurty, v cenovém rozmezí 31,80 – 39,80 Kč/1000 g. Výsledný průměr ceny bílého jogurtu je 5,37 Kč/150 g. V případě bio-jogurtů cena nebyla průměrována.

Z výše uvedeného cenového porovnání vychází, že i navzdory zprůměrování cen je cena bio-jogurtů vždy vyšší a navýšení oproti konvenčním výrobkům se pohybuje v rozmezí 37 % (Albert) až 71 % (Kaufland).

- **Mrkev 750 g**

Graf 8: Mrkev 750 g.

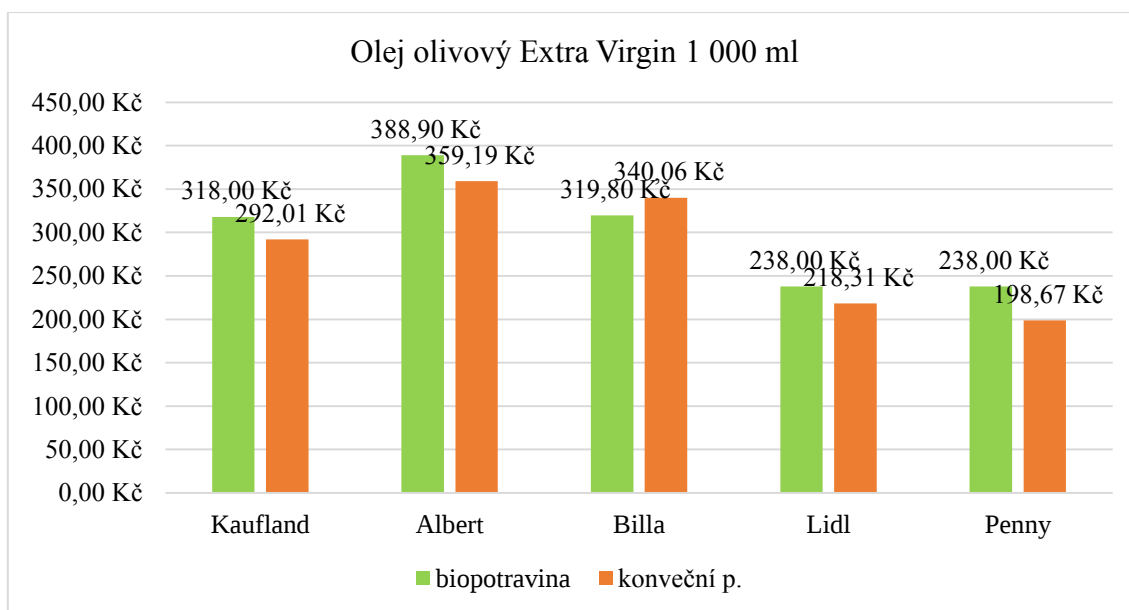


Zdroj: Vlastní zpracování.

U mrkve je rozdíl mezi konvenční potravinou a biovariantou největší. Navýšení oproti konvenčním výrobkům se pohybuje v rozmezí 52 % (Lidl) až 134 % (Kaufland).

- **Olej olivový 1 000 ml**

Graf 9: Olej olivový Extra Virgin 1 000 ml.



Zdroj: Vlastní zpracování.

V případě olivového oleje byla cena konvenčního výrobku zprůměrována ve čtyřech obchodních řetězcích. Zahrnuty byly oleje pouze s označením „extra virgin“. Měrnou jednotkou byla cena olivového oleje za 1 litr.

V obchodním řetězci Kaufland bylo do průměru zahrnuto celkem 18 olivových olejů, v cenovém rozmezí 100,00 – 538,00 Kč/1000 ml. Výsledný průměr ceny olivového oleje je 292,01 Kč/1000 ml. V případě bio-olejů byly zahrnuty 2 výrobky v cenovém rozmezí 238,00 Kč – 398,00 Kč/1000 ml, kdy průměrná cena bio-olejů je 318,00 Kč/1000 ml. V obchodním řetězci Albert bylo do průměru zahrnuto celkem 25 olivových olejů, v cenovém rozmezí 179,80 – 999,00 Kč/1000 ml. Výsledný průměr ceny olivového oleje je 359,19 Kč/1000 ml. V případě bio-olejů byly zahrnuty 2 výrobky v cenovém rozmezí 378,00 – 399,80 Kč/1000 ml, kdy průměrná cena bio-olejů je 388,90 Kč/1000 ml.

V obchodním řetězci Billa bylo do průměru zahrnuto celkem 28 olivových olejů, v cenovém rozmezí 199,87 – 499,60 Kč/1000 ml. Výsledný průměr ceny olivového oleje je 340,06 Kč/1000 ml. V případě bio-olejů byly zahrnuty 2 výrobky se stejnou cenou 319,80 Kč/1000 ml. V obchodním řetězci Lidl byly do průměru zahrnuty celkem 2 olivové oleje, v cenovém rozmezí 198,62 – 238,00 Kč/1000 ml. Výsledný průměr ceny olivového oleje je 218,31 Kč/1000 ml. V případě bio-olejů byl zahrnut 1 výrobek v ceně 238,00 Kč/1000 ml.

V obchodním řetězci Penny ceny nebyly průměrovány u konvenčních ani u bio-olejů.

Vzhledem k široké nabídce olivových olejů extra virgin, příslušnému cenovému rozpětí a zprůměrování cen není rozdíl mezi běžným olejem a olejem s označením bio tak veliký. Naopak, lze najít dražší běžné oleje než ty bio. Navýšení oproti konvenčním výrobkům se pohybuje v rozmezí –6 % (Billa) až 20 % (Penny).

Celkově lze říci, že cenové rozdíly jsou velmi rozmanité. Nejmenší najdeme u jogurtů, znatelné rozdíly najdeme u olivového oleje.

Při dalším zkoumání nabídky biopotravin u všech obchodních řetězců se na první pohled může zdát, že biopotraviny jsou dražší. Ve většině případů je opravdu cena některých druhů biopotravin vyšší a jinak to ani nejde. Nedá se říci konkrétně o kolik procent jsou dražší než běžné potraviny, cena může být někdy až dvojnásobná či trojnásobná. Ale sortiment běžných potravin je dost široký, aby měl zákazník možnost volby jakou cenu je ochoten zaplatit.

V rámci vlastního provedeného výzkumu bych ráda poukázala na největší cenové rozdíly mezi běžnou a biopotravinou, které jsem při porovnávání cen zjistila. Rozdíly ukazuje následující tabulka.

Tabulka 9: Největší rozdíly.

Výrobek	MJ	Obchod	Bio	Konvenční	Rozdíl v Kč	Rozdíl v %
Mouka	1 000 g	Lidl	29,90 Kč	7,90 Kč	22,00 Kč	278%
Čočka zelená	500 g	Kaufland	59,90 Kč	19,93 Kč	39,97 Kč	201%
Jablka červená	600 g	Lidl	39,90 Kč	9,90 Kč	30,00 Kč	303%
Rajčata drcená s bazalkou	400 g	Albert	69,90 Kč	22,90 Kč	47,00 Kč	205%
Olej slunečnicový	500 ml	Albert	119,00 Kč	22,95 Kč	96,05 Kč	419%

Zdroj: Vlastní zpracování.

3.6.2 Srovnání biopotravin mezi obchodními řetězci

Pro cenové srovnání biopotravin mezi obchodními řetězci jsem si vytvořila tzv. nákupní košík, který obsahoval výrobky, které bylo možné pořídit ve všech zmíněných řetězcích (kromě Penny). Nákupní košík obsahoval tyto výrobky: citróny 500 g, čočka červená 500 g, mrkev 750 g, olivový olej extra virgin 500 ml, javorový sirup 500 ml, jogurt bílý 150 g. Tabulka ukazuje, kde lze vybraný nákupní bio-košík pořídit nejlevněji a kde je jeho cena nejvyšší.

Obrázek 9: Nákupní košík biopotravin v jednotlivých obchodech.

KAUFLAND	MJ	Cena Bio
Citróny	500 g	27,90 Kč
Čočka červená	500 g	59,90 Kč
Mrkev	750 g	34,90 Kč
Olivový olej*	500 ml	159,00 Kč
Javorový sirup	500 ml	179,00 Kč
Jogurt bílý*	150 g	16,10 Kč
CENA CELKEM		476,80 Kč
ALBERT	MJ	Cena Bio
Citróny	500 g	34,90 Kč
Čočka červená	500 g	64,90 Kč
Mrkev	750 g	39,90 Kč
Olivový olej*	500 ml	194,45 Kč
Javorový sirup	500 ml	195,00 Kč
Jogurt bílý*	150 g	13,83 Kč
CENA CELKEM		542,98 Kč
BILLA	MJ	Cena Bio
Citróny	500 g	27,90 Kč
Čočka červená	500 g	69,90 Kč
Mrkev	750 g	39,90 Kč
Olivový olej*	500 ml	159,90 Kč
Javorový sirup	500 ml	159,90 Kč
Jogurt bílý*	150 g	14,43 Kč
CENA CELKEM		471,93 Kč
LIDL	MJ	Cena Bio
Citróny	500 g	27,90 Kč
Čočka červená	500 g	49,90 Kč
Mrkev	750 g	34,90 Kč
Olivový olej	500 ml	119,00 Kč
Javorový sirup	500 ml	129,00 Kč
Jogurt bílý	150 g	8,90 Kč
CENA CELKEM		369,60 Kč

* průměrná cena

Zdroj: Vlastní zpracování.

Z výše uvedených dat vyplývá, že vybrané biopotraviny jsou nejdražší v Albertu, kde cena nákupního košíku je 542,98 Kč. Nejlevněji lze nákup pořídit v Lidlu za cenu 369,60 Kč.

3.7 Dotazníkové šetření mezi spotřebiteli v České Lípě

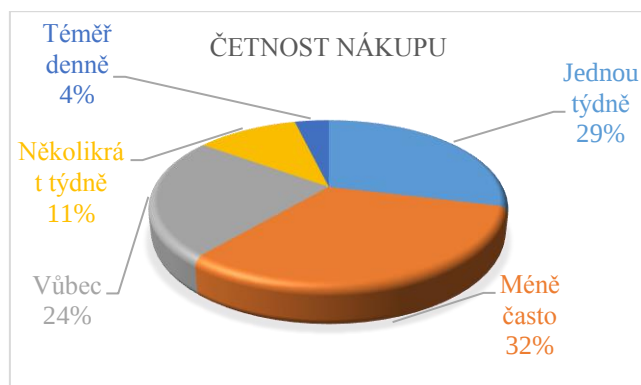
Dotazník byl vytvořen pomocí internetových stránek vyplňto.cz a k vyplnění byl k dispozici v období od 7.3.-20.4.2019. Dotazník obsahoval celkem 19 otázek. Otázky 1 až 15 byly otázky týkající se biopotravin. Zbývající otázky byly demografického charakteru (věk, pohlaví, příjem apod.) Jednalo se o otázky polouzavřené i uzavřené, nebo s možností vlastní odpovědi. Na dotazník odpovědělo celkem 80 respondentů. Ukázka dotazníku je v příloze č. 2.

3.7.1 Vyhodnocení jednotlivých otázek

V následující části jsou pomocí grafů vyhodnoceny odpovědi na dotazníkové šetření.

Otázka č. 1: Jak často nakupujete biopotraviny?

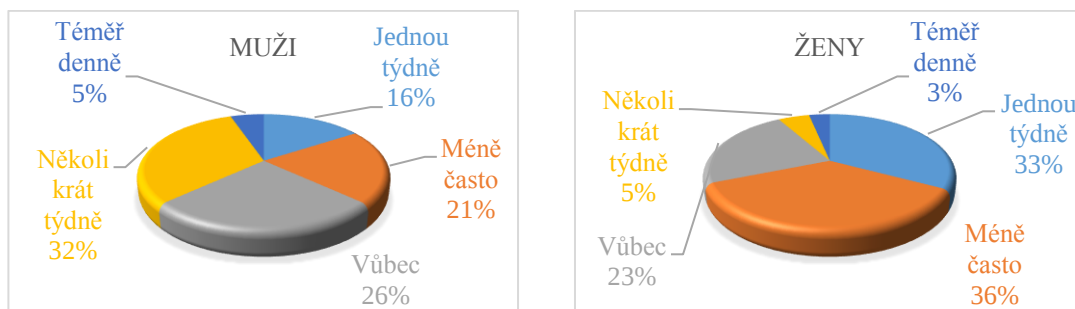
Graf 10: Četnost nákupu.



Zdroj: Vlastní zpracování.

Z celkového počtu respondentů 80 odpovídalo 19 mužů a 61 žen. Jak často nakupují biopotraviny ženy a jak často muži, ukazují následující grafy. Díky procentuálnímu vyjádření je vidět, že v případě nenakupování biopotravin jsou na tom muži a ženy podobně. Z celkového počtu 19 mužů biopotraviny nekupuje 5 mužů (26 %), z celkového počtu žen 61 biopotraviny nekupuje 14 žen (23 %).

Graf 11: Rozdělení muži – ženy.



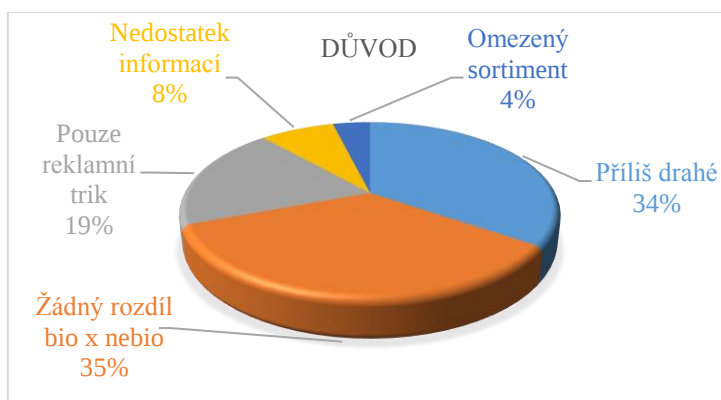
Zdroj: Vlastní zpracování.

Pokud respondent odpověděl, že potraviny nenakupuje vůbec, byl odkázán na otázku č. 2, aby uvedl, proč biopotraviny nekupuje. Pokud respondent kupuje biopotraviny alespoň někdy, zůstala pro něj otázka č. 2 skryta a pokračoval k otázce č. 3.

Otázka č. 2: Jaký je váš důvod NEnakupování biopotravin?

Pokud respondent odpověděl, že biopotraviny nenakupuje vůbec, byl dotázán na důvod. Jako hlavní důvod nenakupování respondenti uvádějí, že nevidí rozdíl mezi konvenčními potravinami a biopotravinami. Těsně za ním respondenti uvedli jako důvod jejich cenu – považují je za příliš drahé (34 %). Nejmenším důvodem pro nekupování biopotravin je omezenost sortimentu (4 %).

Graf 12: Nenakupování biopotravin.

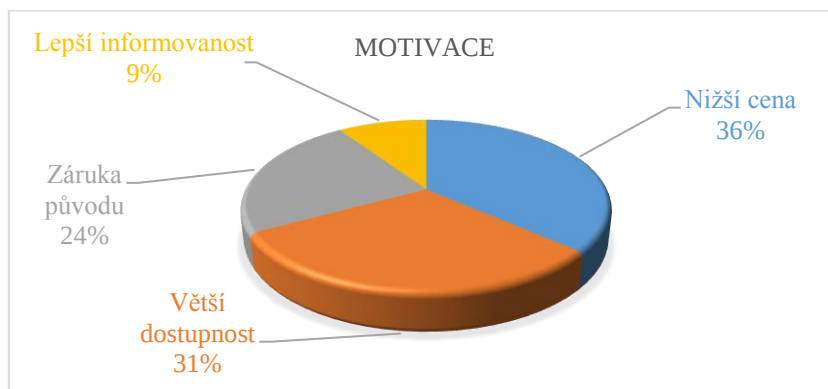


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 3: Co by vás přimělo nakupovat biopotraviny častěji?

Z dotazníkového šetření vyplývá, že největší překážkou v nakupování biopotravin je jejich cena. I respondenti nakupující biopotraviny uvedli, že by nakupovali více, pokud by jejich cena byla nižší.

Graf 13: Motivace k nákupu biopotravin.

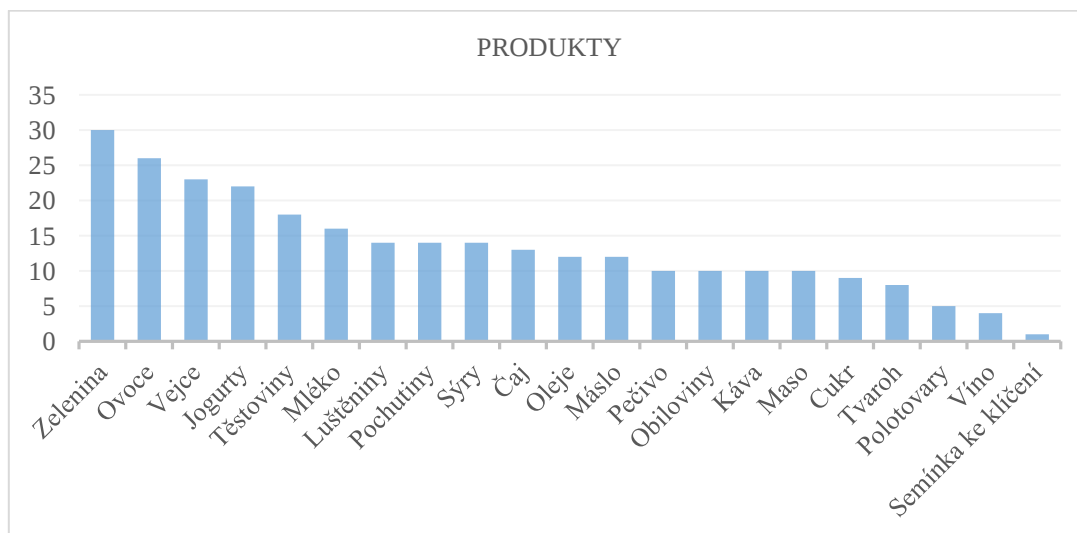


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 4: Co nakupujete v biokvalitě?

Stejně jako z mnoha provedených anket a výzkumů, i z tohoto dotazníkového šetření vyplývá, že lidé mají nejvíce zájem o zeleninu a ovoce v biokvalitě.

Graf 14: Jaké biopotraviny nakupují.

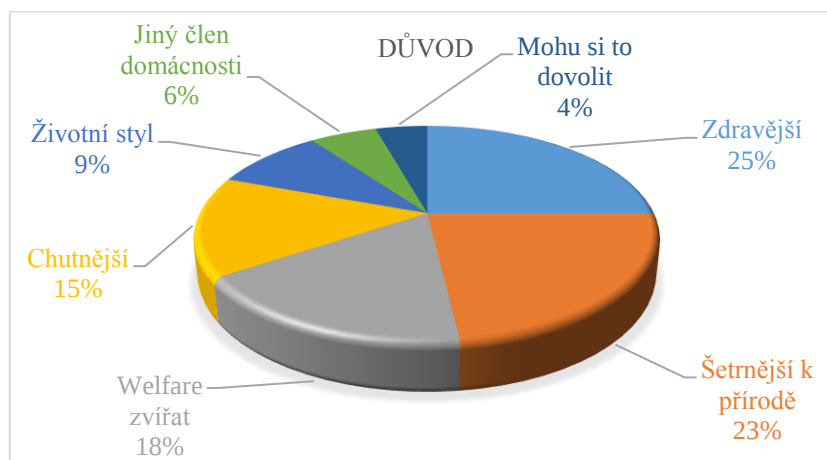


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 5: Jaký je váš důvod pro nakupování biopotravin?

Z dotazníkového šetření mezi respondenty vyplývá, že jejich motivací k nákupu biopotravin je zájem o kvalitu jídla, neboť se odráží na jejich zdraví. Dále je zajímavá, jakým způsobem jsou chována zvířata a o to, jaký má dopad živočišná nebo rostlinná produkce na životní prostředí. Jako nejmenší motivací k nákupu biopotravin je to, že si to respondent může finančně dovolit.

Graf 15: Důvod pro nakupování biopotravin.

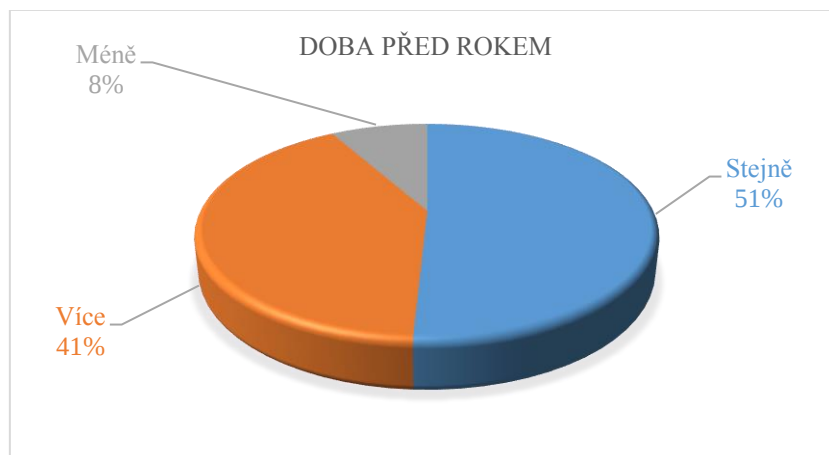


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 6: V porovnání s dobou před rokem, nakupujete biopotraviny?

Následující otázka zjišťovala, jak se vyvíjí počet nákupů biopotravin. Odpovědi ukazují, že respondenti nakupují v porovnání s dobou před rokem přibližně stejné množství biopotravin. Zároveň pomalu začínají biopotravinám důvěřovat a kupovat jich více.

Graf 16: Srovnání v čase.

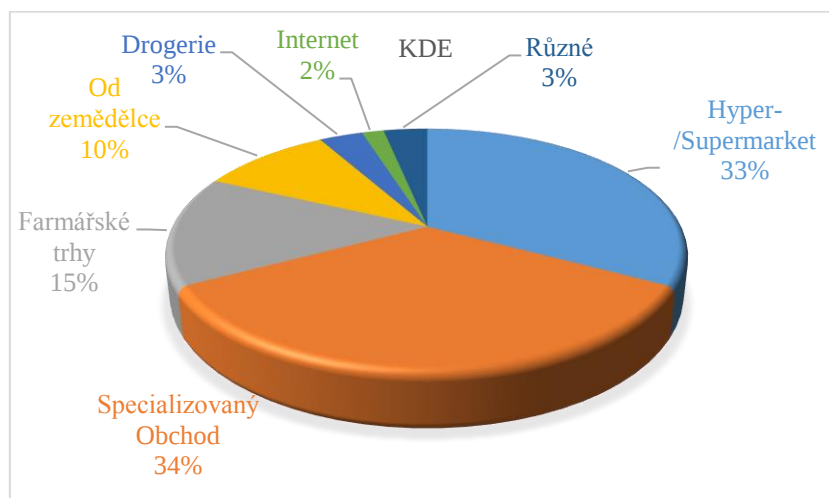


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 7: Kde biopotraviny nakupujete nejčastěji?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky (pokud zvolil V supermarketu, hypermarketu zobrazila se otázka č. 9, Přímou od zemědělce → otázka č. 10, apod.). Nejvíce respondenti nakupují ve specializovaném obchodě a supermarketu/hypermarketu.

Graf 17: Místo nákupu biopotravin.



Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 8: Uved'te příklad toho, kde co nakupujete.

Jednou z nabízených odpovědí byla možnost vlastní odpovědi pro případ, kdy respondent kombinuje různá místa nákupu biopotravin. Odpovědi byly následující:

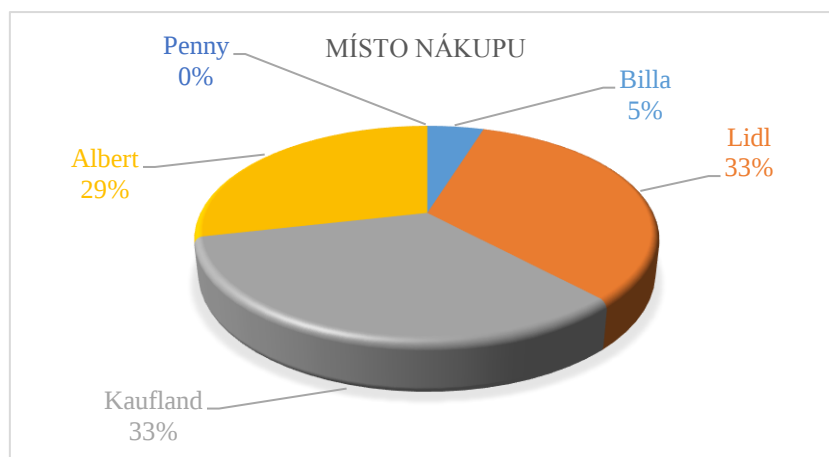
„Ovoce a zeleninu v supermarketu/hypermarketu (Lidl, Kaufland), káva, víno, čokolády, dětské čaje a různé křupky a dobroty pro děti apod. ve specializovaných obchodech nebo DM drogerii“

„Ovoce, zelenina - farmářské trhy“

Otázka č. 9: V kterém hypermarketu/supermarketu nejčastěji nakupujete biopotraviny?

Respondenti měli na výběr ze všech pěti super/hypermarketů, které se nacházejí v České Lípě. Z odpovědí vyplývá, že pokud se zákazník rozhodne nakupovat v supermarketu/hypermarketu, možnosti jsou celkem vyrovnané. Jako první volí Lidl (33 %) současně s Kauflandem (33 %). Poté následuje Albert (29 %). Nejmenší zájem je o supermarket Billa, přestože je jejich nabídka je bohatá a pestrá. Propadákem je supermarket PENNY, kde nenakupuje žádný z dotázaných, což je celkem pochopitelné s ohledem na minimální množství nabízených produktů.

Graf 18: Volba hyper-/supermarketu.



Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 10: Od kterého ekologického zemědělce nejčastěji nakupujete biopotraviny?

Tato otázka ukazuje možnosti, kde mohou lidé biopotraviny nakoupit v případě, že je nakupují přímo o ekologického zemědělce. Níže jsou odpovědi respondentů, tak jak je sami uvedli:

Jsisn (1)

Rodiče mají zahradu (1)

máme systém KPZ (1)

Ovoce zelenina Mimoň, Dobranov (1)

Farmáři (1)

Od soukromých malých zemědělců (1)

Otázka č. 11: V které drogerii nejčastěji nakupujete biopotraviny?

Pokud se lidé rozhodnou pro nákup biopotraviny v drogerii, jednoznačně volí DM drogerie market s.r.o.

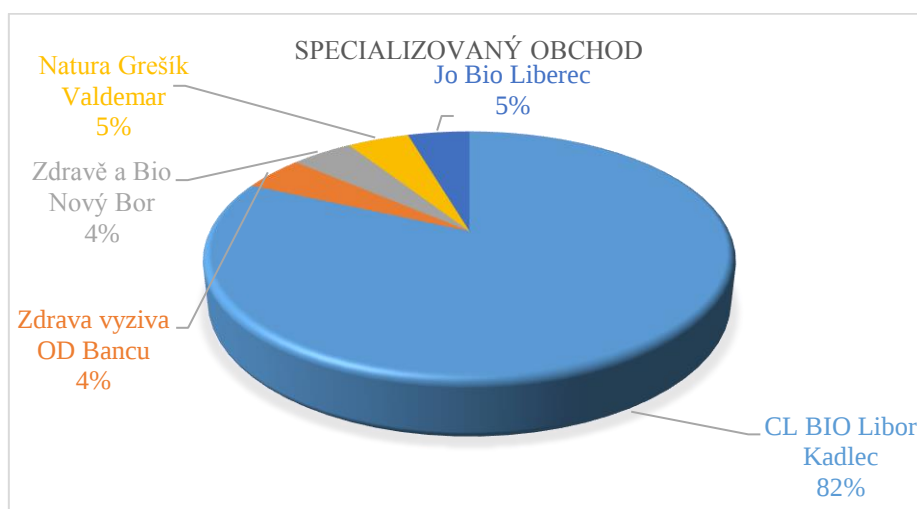
Otázka č. 12: V které lékárně nejčastěji nakupujete biopotraviny?

Nabídka lékáren jako místo nákupu biopotravin zůstala nevyužita.

Otázka č. 13: V které specializované prodejně nejčastěji nakupujete biopotraviny?

Pokud zájemce o bio zvolí specializovanou prodejnu biopotravin, nejčastěji volí českolipskou prodejnu zdravé výživy CL BIO Libor Kadlec.

Graf 19: Nákup ve specializované prodejně.

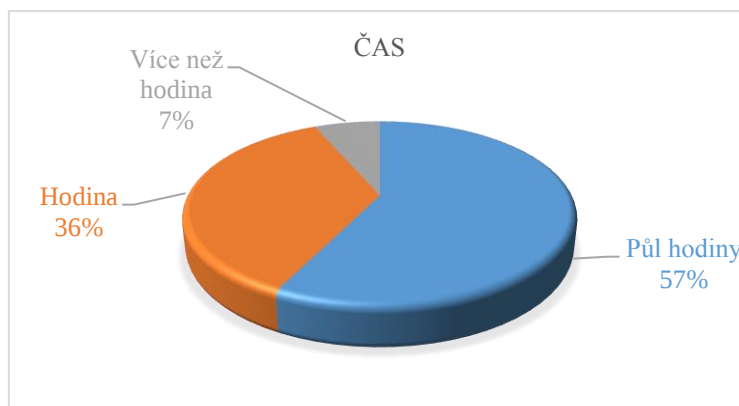


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 14: Kolik času jste ochotni věnovat nákupu biopotravin?

Respondenti jsou ochotni nad výběrem biopotravin strávit nejlépe půl hodiny. Pouze sedm procent respondentů je ochotna výběru věnovat více než hodinu.

Graf 20: Čas strávený nákupem biopotravin.

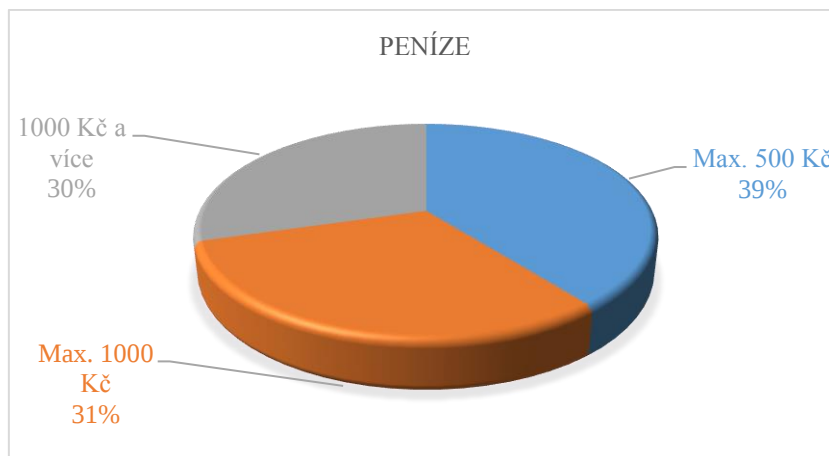


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 15: Kolik peněz přibližně utratíte za biopotraviny měsíčně?

Peníze v otázce biopotravin hrají podstatnou roli, a proto byli respondenti dotázáni kolik jsou ochotni za biopotraviny utratit měsíčně. Odpovědi byly celkem vyrovnané, ale nejvíce byla vybrána možnost, kdy lidé utratí za biopotraviny max. 500 Kč za měsíc.

Graf 21: Peníze utracené za nákup biopotravin.

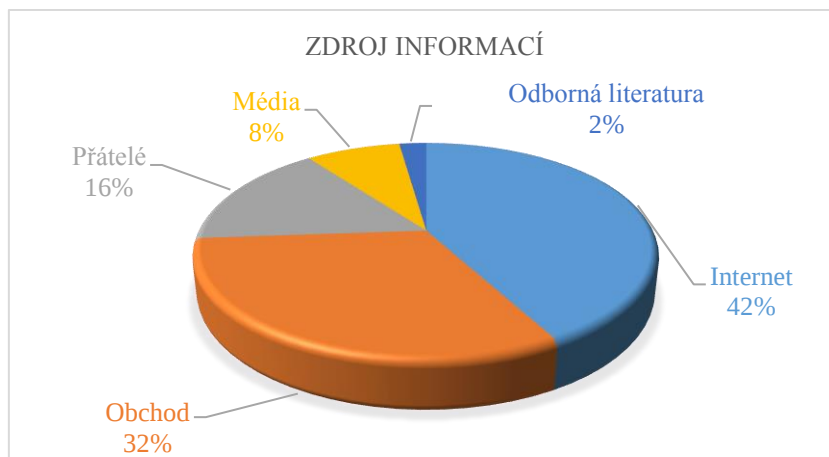


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 16: Odkud získáváte informace o biopotravinách?

Zájemci o biokvalitu získávají potřebné informace o biopotravinách především z internetu.

Graf 22: Zdroj informací o biopotravinách.



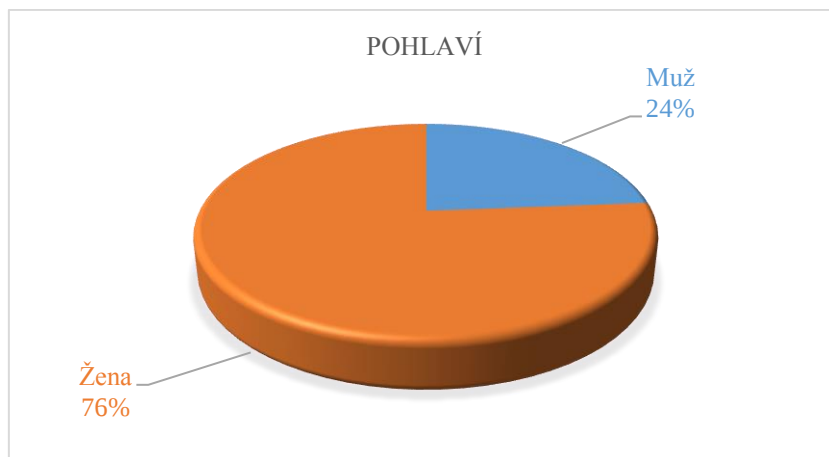
Zdroj: Vlastní zpracování.

Zbývající otázky jsou demografického charakteru.

Otázka č. 17: Jste žena/muž?

Na dotazník odpovídaly většinou ženy, z čehož by se mohlo dát usuzovat, že o toto téma se zajímají především ony. Z celkového počtu 80 respondentů odpovídalo 61 žen a 19 mužů.

Graf 23: Pohlaví.

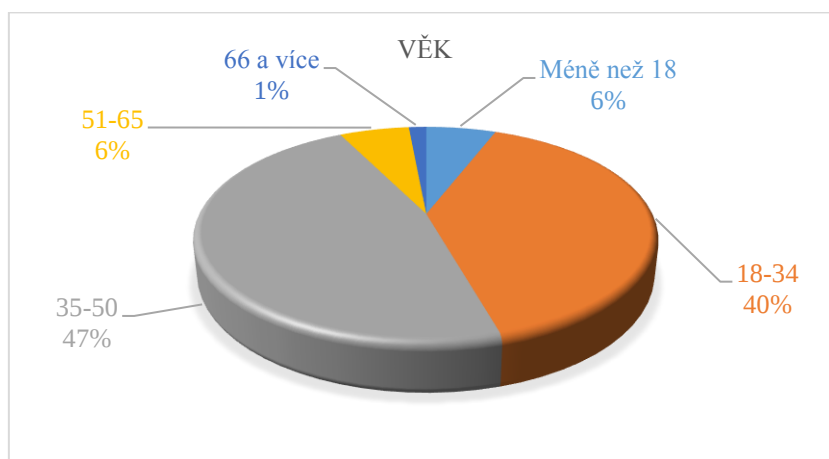


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 18: Váš věk je

Průzkumu se účastnili nejvíce respondenti ve věku 35 až 40 let (36 respondentů), následuje věková kategorie 18 – 34 let (34 respondentů). V kategorii 51 až 65 let a v kategorii Méně než 18 let odpovídali shodně 4 respondenti. Pouze jeden respondent byl ve věku 66 let a více.

Graf 24: Věk.

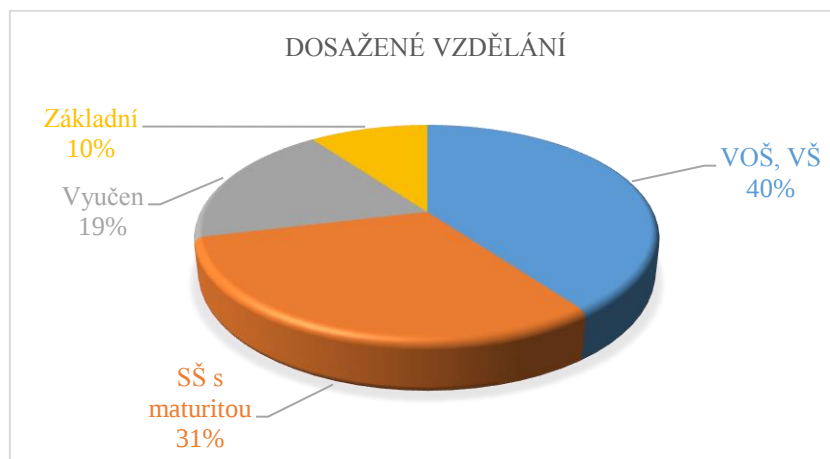


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 19: Jaké je vaše dosažené vzdělání?

Průzkumu se nejvíce účastnili respondenti s vysokoškolským či vyšším odborným vzděláním (32 respondentů).

Graf 25: Dosažené vzdělání.

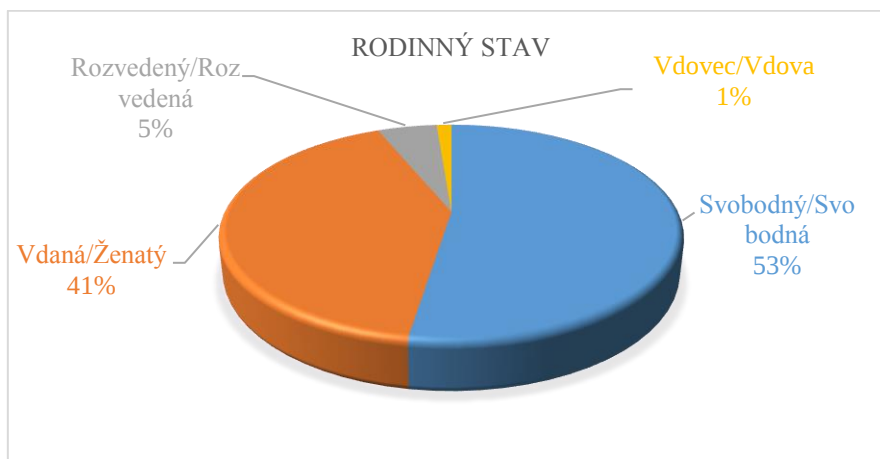


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 20: Jaký je váš rodinný stav?

Na dotazník odpovídali nejvíce svobodní respondenti (42), dále ženatí/vdané (33).

Graf 26: Rodinný stav.

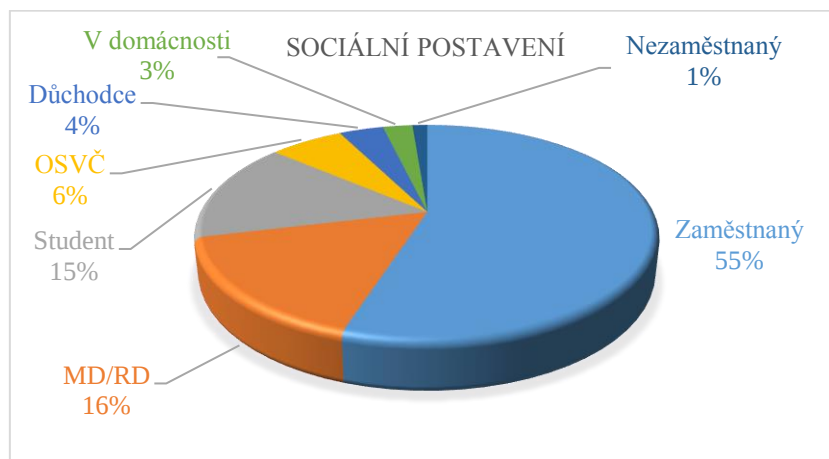


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 21: Jste

Průzkumu na téma biopotravin se nejvíce podílela skupina zaměstnaných respondentů, následovaná skupinou osob na mateřské či rodičovské dovolené.

Graf 27: Sociální postavení.

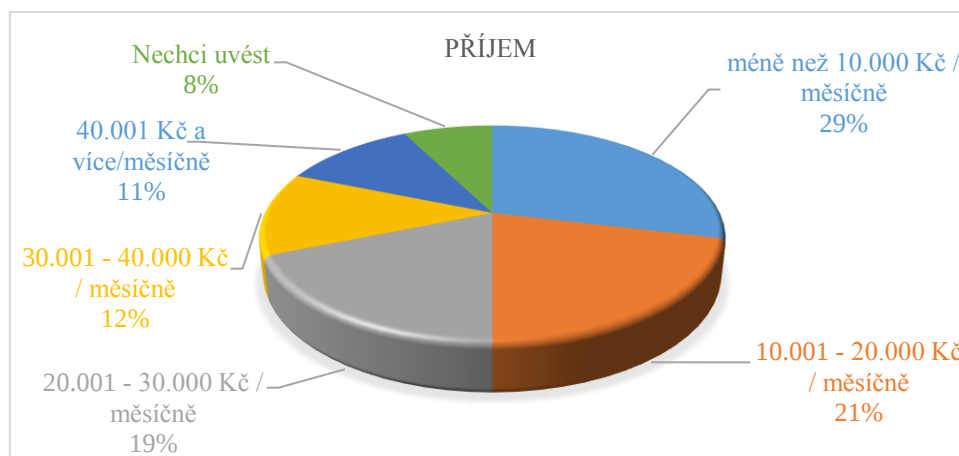


Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 22: Do které příjmové skupiny patříte (Váš čistý příjem)?

Čistý příjem respondentů, bez ohledu na to zda-li biopotraviny kupují či ne, se nejčastěji řadí do skupiny čistého příjmu „menší než 10.000 Kč/měsíčně“.

Graf 28: Čistý příjem.



Zdroj: Vlastní zpracování.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit nabídku obchodních řetězců v České Lípě a provést jejich cenové porovnání. Cílům předcházelo seznámení s ekologickým zemědělstvím a s biopotravinami.

V první kapitole bylo představeno ekologické zemědělství. Pochopení toho, co je ekologické zemědělství a co všechno obnáší, nám pomáhá pochopit co se skrývá za označením bio nebo eko, pomáhá nám si uvědomit, že to není jen reklamní trik, ale skrývá se za tím mnoho fyzické a mnohdy i mravenčí práce, ale také nezbytné byrokracie, která pomáhá chránit spotřebitele, aby nebyli klamáni a živeni nekvalitními potravinami. Aby mohlo být ekologické zemědělství kvalitní a produkovat kvalitní bioprodukty a biopotraviny je také nezbytná finanční pomoc ve formě dotací ať už od státu či Evropské unie.

Druhá kapitola se zabývá biopotravinami. Produkty ekologického zemědělství, které splňují podmínky pro vyznačení bio či eko, musí být zároveň označeny logem, které definuje Nařízení Rady. Sortiment biopotravin je poměrně obsáhlý a zahrnuje široké spektrum výrobků mezi nimiž si i náročný spotřebitel dokáže vybrat. Zákazníkem, který kupuje biopotraviny je člověk, který se zajímá o to, jaký vliv na životní prostředí má rostlinná produkce a není mu jedno jak je zacházeno s hospodářskými zvířaty. Bariérou pro nákup biopotravin může být vysoká cena a všeobecná nedůvěra v kvalitu biopotravin. Propagačních akcí na podporu prodeje biopotravin je dostatek, přesto se o nich málo ví. Zákazník, který ale má zájem o ekologické zemědělství, bioprodukty a biopotraviny, má možnost výběru z mnoha pořádaných informačních akcí ať už na mezinárodní úrovni nebo té národní, jako je např. návštěva ekofaremu. Všeobecně jsou biopotraviny, i přes svou vysokou cenu a nedůvěru, na vzestupu.

V praktické části jsem zjišťovala nabídku biopotravin a sledovala jejich cenu. Splnění tohoto úkolu bylo realizováno několika návštěvami obchodů, kdy jsem nejprve zmapovala všechny nabízené biopotraviny a zjistila jejich cenu. Poté jsem se zaměřila na výrobky v konvenčním provedení a provedla jejich cenové porovnání s biopotravinami.

Nabídku biopotravin obchodních řetězců, které se nacházejí v České Lípě, lze zhodnotit jako vyhovující. Biokvalitu je možné najít napříč celým sortimentem – od ovoce, zeleniny, masa, uzeniny, (čerstvého) pečiva, vína, těstovin, mléčných nebo mražených výrobků, až po koření.

Pokud se zákazník rozhodne biopotraviny vyzkoušet nebo je začít kupovat místo konvenčních potravin, má relativně dost možností. Biopotraviny jsou nabízeny skoro všemi obchodními řetězci, které byly zkoumány. Výjimkou je diskont Penny Market, který teprve plánuje nabídku biopotravin rozšířit. Každý z obchodních řetězců nabízí různé značky biopotravin a má také vlastní privátní značku pro biopotraviny.

Co se týče vlastního sortimentu, zhodnotila bych ji tak, že se obchody vzájemně „doplňují“. Kaufland například nabízí nejvíce zeleniny a ovoce, Albert drží jedinečnost v nabídce biokoření, Billa nabízí nejvíce mléčných výrobků. Nejvíce produktů dle vlastního provedeného průzkumu nabízí řetězec Albert (357 položek). Následuje Kaufland (243 položek), Billa (142 položek), Lidl (52 položek), a nejméně nabízí Penny (1 výrobek). Je pravděpodobné, že množství nabízeného biosortimentu se odvíjí od velikosti prodejní plochy. Velikost prodejní plochy ale bohužel nebylo možné přesně ověřit.

Nabízený sortiment u všech obchodních řetězců je převážně stálý, ale hlavně u ovoce a zeleniny je obměňován a doplňován o další sezonní produkty. Nabídka v akčních letácích je oproti konvenční nabídce minimální, přesto nejvíce biopotravin v akci nabízí Albert, který pravidelně biopotraviny za akční cenu do svých letáků zařazuje. Je vidět, že obchodní řetězce reagují na zájem zákazníků a tématu biopotravin se věnují, ať už formou informování na svých internetových stránkách, či aktualizací své nabídky v obchodě.

V případě, že zákazník nechce využít nabídku obchodních řetězců, např. z důvodu nedostatečné hloubky sortimentu, má možnost navštívit jedinečný BIOobchod, který nabízí široký sortiment biopotravin. V České Lípě se dále nacházejí menší obchody zdravé výživy jejichž nabídka je ale spíše okrajová.

Z cenového srovnání biopotravin s konvenčními potravinami vyplývá, že biopotraviny jsou ve většině případech dražší než je tomu u konvenčních potravin, nedá se ovšem říci konkrétně o jaké procento. Na druhou stranu, zákazníci najdou potraviny v různých cenových hladinách a díky tomu nejsou konvenční potraviny levnější pokaždé. Při cenovém porovnávání konkrétní potraviny byla cena v některých případech zprůměrována. Z tohoto srovnání vyplývá, že cena biopotravin je pokaždé vyšší.

Pro srovnání ceny biopotravin mezi obchodními řetězci jsem si vytvořila tzv. Nákupní košík. Ten obsahoval vybrané biopotraviny, které lze pořídit u všech řetězců. Z tohoto srovnání

vyplývá, že pokud bych stejné biopotraviny nakoupila ve všech zmíněných obchodech, nejvíce zaplatím v Albertu a nejméně v Lidlu.

Výsledky dotazníkového šetření nelze považovat za směrodatné pro celou Českou Lípou vzhledem k nízkému počtu vyplnění (odpovědělo 80 respondentů). Z odpovědí však lze vyčíst, že tématu biopotravin se věnují spíše zaměstnané ženy ve věku 35-50 let mající vyšší odborné nebo vysokoškolské vzdělání. Největší zájem je o sortiment zeleniny a ovoce. Pro nákup biopotravin si lidé nejčastěji volí specializovaný obchod, kde zároveň získávají bližší informace. Největší překážkou pro nákup biopotravin je cena, která je důležitým ukazatelem i pro ty, kteří biopotraviny kupují.

Použitá literatura

Knižní zdroje

1. DVORSKÝ, Jan a Jiří URBAN. *Základy ekologického zemědělství: podle nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008 s příklady*. 2., aktualizované vydání. Brno: ÚKZÚZ, 2014. ISBN 978-80-7401-098-9.
2. FORŠT, Jaroslav. *Kapesní BIOLEXIKON, průvodce biotrhem a trhem zdravé výživy*. IFP Publishing & Engineering, 2007. ISBN 978-80-903997-0-9.
3. KOTĚRA, Jan a Jan VALEŠKA. *Ekologické zemědělství a biopotraviny: otázky a odpovědi pro ekoporadny*. Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2010. ISBN 978-80-904223-2-2.
4. URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA. *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi*. Praha: MŽP, 2003. ISBN 80-7212-274-6.

Elektronické zdroje

5. BĚLOVSKÁ, Nad'a. Češi utrácí za biopotraviny miliardy korun a biozemědělství roste dvouciferným tempem. In: *Lovime.bio: Lovíme informace ze světa BIO* [online]. [cit. 2019-06-03]. Dostupné z: <https://www.lovime.bio/clanky/cesi-utraceji-za-biopotraviny-miliardy-korun-a-biozemedelstvi-roste-dvoucifernym-tempem/>.
6. BILLA dnes. *Billa.cz: Přesně podle mého gusta* [online]. Copyright © 2019 BILLA, spol. s r. o. [cit. 2019-05-24]. Dostupné z: <https://www.billa.cz/specialfolder/footer/o-nas>.
7. BILLA. Sortiment. *Billa.cz: Přesně podle mého gusta* [online]. Copyright © 2019 BILLA, spol. s r. o. [cit. 02.06.2019]. Dostupné z: <https://www.billa.cz/sortiment>.
8. BioFach 2019 - největší bioveletrh na světě. In: *Velvyslanectví České republiky ve Spolkové republice Německo* [online]. Berlin: MZV ČR, 20.02.2019 [cit. 2019-04-30]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/aktuality/biofach_2019_nejvetsi_bio_veletrh_na.html.
9. BIOFACH INTO ORGANIC: Mezinárodní veletrh biopotravin. In: *PROveletrhy.cz* [online]. Praha 2: PROveletrhy, 2018, 23.5.2019 [cit. 2019-06-04]. Dostupné z: <https://www.proveletrhy.cz/veletrhy/biofach/>.
10. Biopotraviny jsou stále oblíbenější - Žebříčku nejprodávanějších biopotravin vévodí mléko, zelenina, vejce a šunka. In: *Albert.cz: Stojí za to jíst lépe* [online]. Albert Česká republika,

- ©2019 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.albert.cz/-a6171--OLYuBcNz/biopotraviny-jsou-stale-oblibenejsi>.
11. Biopotraviny jsou v Albertu stále oblíbenější. In: *Bio-info.cz: Informační portál pro ty, kteří žijí BIO* [online]. Green marketing, 2009 [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/biopotraviny-jsou-v-albertu-stale-oblibenejsi>.
 12. Biopotraviny. *EAGRI* [online]. Ministerstvo zemědělství, ©2009-2019 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktualni-temata/biopotraviny/>.
 13. Biosummit 2018: Mezinárodní konference o ekologickém zemědělství. *Biosummit.eu* [online]. 2018 [cit. 2019-04-30]. Dostupné z: <http://www.biosummit.eu/biosummit-2018/>.
 14. Certifikát KEZ: (Kontrola ekologického zemědělství) pro BIO výrobky společnosti HiPP Czech s.r.o. *HiPP: Pro to nejčennější v životě*. [online]. HiPP, ©2019 [cit. 2019-06-16]. Dostupné z: <https://www.hipp.cz/my-a-bio/hipp-bio-kvalita/certifikat-kontroly-ekologickeho-zemedelstvi/>.
 15. CZ-CPA. *CZ-CPA: Klasifikace produkce CZ-CPA 2015* [online]. ©2019 [cit. 2019-06-16]. Dostupné z: <http://www.klasifikaceprodukce.cz/cpa/10-84-koreni-a-aromaticke-vytazky-vc-subdodavatelskych-praci/>.
 16. ČESKÁ REPUBLIKA. 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, s komentářem. In: *Sbírka zákonů*. 2000, částka 73. Dostupné také z: <http://www.sagit.cz/info/sb00242>.
 17. Definice a principy ekologického zemědělství. *Bio-info.cz: Informační portál pro ty, kteří žijí BIO* [online]. Green marketing, 2009 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/vzdelavani/on-line-vzdelavani/definice-a-principy-ekologickeho-zemedelstvi-1>.
 18. Ekologické a konvenční zemědělství. *MZP* [online]. [cit. 2018-01-18]. Dostupné z: http://www.mzp.cz/projekty.2011/supl/126_07_ep026.pdf.
 19. Green marketing cenový BIOMonitor. *Bio-info.cz: Informační portál pro ty, kteří žijí BIO* [online]. Green marketing, 2019 [cit. 2019-04-30]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/vzdelavani/green-marketing-cenovy-biomonitor>.
 20. Hledáme Českou biopotravinu roku 2018. In: *Bio-info.cz: Informační portál pro ty, kteří žijí BIO* [online]. Green marketing, 2009, 16. květen 2018 [cit. 2019-05-03]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/hledame-ceskou-biopotravinu-roku-2018>.
 21. HRABALOVÁ, Andrea. *Ročenka/Yearbook 2016: Ekologické zemědělství v České republice* [online]. Olomouc: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2017 [cit. 2018-

- 01-18]. ISBN 978-80-7434-401-5. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/569591/rocenka_Ekologického_zemedelstvi_2016.pdf.
22. Informační letáky o biopotravinách. *Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství* [online]. Olomouc: ČTPEZ, ©2012, 19.2.2018 [cit. 2019-04-30]. Dostupné z: <https://www.ctpez.cz/cz/clanky/informacni-letaky-o-biopotravinach-2>.
23. ING. HRABALOVÁ, Andrea, ed. *Ročenka/Yearbook 2017: Ekologické zemědělství v České republice* [online]. Olomouc: Ministerstvo zemědělství, 2018 [cit. 2019-06-04]. ISBN 978-80-7434-470-1. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/616968/Rocenka_Ekologického_zemedelstvi_2017_k_zverejneni.pdf.
24. ING. ŠEJNOHOVÁ, PH.D, Hana. *Statistická šetření ekologického zemědělství: Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2016* [online]. Ing. Jana HLAVÁČKOVÁ, Ing. Jana BABÁČKOVÁ. Brno: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2018, (1) [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/580754/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_2016.pdf.
25. JELÍNEK, Tomáš. Co jsou to biopotraviny a co lze od nich očekávat?. In: *Bio-infoweb: praktické informace ze světa bio* [online]. [cit. 2019-06-04]. Dostupné z: <https://bio-infoweb.webnode.cz/products/co-jsou-to-biopotraviny-a-co-lze-od-nich-ocekavat->.
26. Kaufland jako důvěryhodný zaměstnavatel boduje v oborových anketách. In: *Mistoprodeje.cz* [online]. MÍSTO PRODEJE CZ, ©2000-2019, 13.2.2019 [cit. 2019-06-04]. Dostupné z: <https://www.mistoprodeje.cz/clanky/zajimavosti-z-retailu/kaufland-jako-duveryhodny-zamestnavatel-boduje-v-oborovych-anketach/>.
27. Kaufland.cz. *Kaufland: Informační web o společnosti Kaufland* [online]. Kaufland, ©2019 [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <http://www.kaufland-cz.cz/>.
28. LAPISZ, Břetislav. Poptávka po biopotravinách roste, rozšiřuje se i nabídka. In: *Frydecko-místecký a třinecký deník* [online]. VLTAVA LABE MEDIA, 2019, 15.4.2018 [cit. 2019-05-01]. Dostupné z: <https://fm.denik.cz/podnikani/poptavka-po-biopotravinach-roste-rozsiruje-se-i-nabidka-20180430.html>.
29. Lidl dohání Kaufland v tržbách, loni dosáhly 52 miliard korun. In: *ČeskéNoviny.cz* [online]. ČTK, 2019, 01.03.2019 [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/lidl-dohani-kaufland-v-trzbach-loni-dosahly-52-miliard-korun/1727487>.
30. Lidl v České republice. *Lidl.cz: Správná volba* [online]. [cit. 2019-04-17]. Dostupné z: <https://www.lidl.cz/cs/Lidl-v-Ceske-republice.htm>.

31. Mapy.cz. *Mapy.cz* [online]. Dostupné z: <https://en.mapy.cz/zakladni?x=14.5595060&y=50.6860131&z=12&source=muni&id=1594>.
32. MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Loga pro ekologické zemědělství. *Eagri.cz* [online]. © 2009-2019 Ministerstvo zemědělství [cit. 2019-05-03]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>.
33. MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Právní předpisy pro ekologické zemědělství a produkci biopotravin. *Eagri.cz* [online]. © 2009-2019 Ministerstvo zemědělství [cit. 2019-05-03]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/publikace-a-dokumenty/ekologicke-zemedelstvi/pravni-predpisy-pro-ekologicke.html>.
34. Naše značky. *Kaufland.cz* [online]. Praha 6 [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <https://www.kaufland.cz/nase-znacky/k-bio.html>.
35. Naše značky. *Kaufland.cz* [online]. Praha 6 [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <https://www.kaufland.cz/nase-znacky/k-take-it-veggie-produkty.html>.
36. NATURE'S PROMISE. *NATURE'S PROMISE* [online]. Dostupné z: <https://naturespromise.cz/>.
37. O Bio-Life.cz. *Bio-life.cz* [online]. Praha 8: Ing. Iva Veselá, ©2008 [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <http://www.bio-life.cz/dolni/o-bio-life.html>.
38. O Country Life. *Country life* [online]. Beroun [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <https://www.countrylife.cz/o-country-life>.
39. O ČTPEZ. *Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství* [online]. Olomouc: ČTPEZ, ©2012 [cit. 2019-05-01]. Dostupné z: <https://www.ctpez.cz/cz/o-ctpez>.
40. O nás. *Lovime.bio: Lovíme informace ze světa BIO* [online]. [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.lovime.bio/o-nas/>.
41. O nás. *PROBIO* [online]. Staré Město, ©2019 [cit. 2019-05-01]. Dostupné z: <https://www.probio.cz/cs/probio-svet/o-nas>.
42. O společnosti. *Albert.cz: Stojí za to jíst lépe* [online]. © 2019 Albert Česká republika [cit. 2019-05-14]. Dostupné z: <https://www.albert.cz/o-nas/o-spolecnosti>.
43. PENNY MARKET ČESKÁ REPUBLIKA. *PENNY MARKET: Nakupujte hezky česky* [online]. [cit. 2019-05-24]. Dostupné z: <https://www.penny.cz/page/o-nas>.
44. Přehled ekologických subjektů. *EAGRI: Registr ekologických podnikatelů* [online]. [cit. 2019-06-02]. Dostupné z:

<http://eagri.cz/public/app/eagriapp/EKO/Prehled/Prehled.aspx?stamp=6369518940781825>
85.

45. ROZHONĚ, Martin. Co jsou biopotraviny?. In: *Celostní medicína.cz: Informační portál o zdraví* [online]. 26.06.2006 [cit. 2019-06-03]. Dostupné z: <https://www.celostnimedicina.cz/co-jsou-biopotraviny.htm#ixzz4sZSlxKrI>.
46. RŮŽIČKOVÁ, Pavla. BIO – skutečně víte, co si pod tímto pojmem představit?. In: *Zdraví a krása* [online]. CONTENTPUB, ©2014-2016, 2.10.2016 [cit. 2019-06-04]. Dostupné z: https://www.zdraviakrasa.cz/bio-skutecne-vite-si-timto-pojmem-predstavit-286/?_sm_au_=iVV5t22M4Ft35kkN.
47. *Statistická šetření ekologického zemědělství: Základní statistické údaje (2017)*. Praha: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2018, (Výstup 2), 65 s. Dostupné také z: http://eagri.cz/public/web/file/611801/Statistika_ekologickeho_zemedelstvi_2017.pdf.
48. STRAKOVÁ, Kateřina. Kaufland uvádí nové privátky: K-Bio a K-take it veggie. In: *MediaGuru.cz* [online]. Praha 4: PHD, ©2019, 02. listopadu 2016 [cit. 2019-05-01]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/11/kaufland-uvadi-nove-privatky-k-bio-a-k-take-it-veggie/>.
49. Vývoj ekologického zemědělství v ČR od roku 1990. *EnviWeb.cz: Zpravodajství životního prostředí již od roku 1999* [online]. Enviweb, ©1999-2019, 23.09.2002 [cit. 2019-06-05]. Dostupné z: <http://www.enviweb.cz/39281>.
50. Wobblery. *Cenovky.cz* [online]. Havlíčkův Brod: ikonPlast, 2019 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.cenovky.cz/cs/e-shop/wobblery>.
51. Značka Naše bio změnila název i svůj vzhled. In: *Billa.cz: Přesně podle mého gusta* [online]. Copyright © 2019 BILLA, spol. s r. o., 31.5.2018 [cit. 2019-04-26]. Dostupné z: <https://www.billa.cz/specialfolder/footer/o-nas/tiskove-zpravy/31-5-2018-billa-cr-znacka-nase-bio-zmenila-nazev-i-svuj-vzhled>.

Seznam grafů

Graf 1: Vývoj dotací v ekologickém zemědělství v letech 1998 – 2017.	11
Graf 2: Podíl hlavních potravin na celkovém obratu biopotravin v ČR, 2007-2016.	20
Graf 3: Podíl podkategorií potravin v rámci kategorie "Ostatní zpracované potraviny", 2016.	21
Graf 4: Citrony 500 g.	38
Graf 5: Čočka červená 500 g.	38
Graf 6: Chlebíčky rýžové v mléčné čokoládě/polomáčené 100 g.	39
Graf 7: Jogurt bílý 150 g.	40
Graf 8: Mrkev 750 g.	41
Graf 9: Olej olivový Extra Virgin 1 000 ml.	41
Graf 10: Četnost nákupu.	44
Graf 11: Rozdělení muži – ženy.	44
Graf 12: Nenakupování biopotravin.	45
Graf 13: Motivace k nákupu biopotravin.	45
Graf 14: Jaké biopotraviny nakupují.	46
Graf 15: Důvod pro nakupování biopotravin.	46
Graf 16: Srovnání v čase.	47
Graf 17: Místo nákupu biopotravin.	47
Graf 18: Volba hyper-/supermarketu.	48
Graf 19: Nákup ve specializované prodejně.	49
Graf 20: Čas strávený nákupem biopotravin.	49
Graf 21: Peníze utracené za nákup biopotravin.	50
Graf 22: Zdroj informací o biopotravinách.	50
Graf 23: Pohlaví.	51
Graf 24: Věk.	51
Graf 25: Dosažené vzdělání.	52
Graf 26: Rodinný stav.	52
Graf 27: Sociální postavení.	53
Graf 28: Čistý příjem.	53

Seznam obrázků

Obrázek 1: Logo Biozebra.	16
Obrázek 2: Biolist.....	16
Obrázek 3: Město Česká Lípa.	29
Obrázek 4: Privátní značka K-Bio.....	30
Obrázek 5: Privátní značka K-Take it veggie.	30
Obrázek 6: Privátní značka AlbertBio.....	32
Obrázek 7: Privátní značka Nature's Promise.....	32
Obrázek 8: Privátní značka Billa naše Bio.	33
Obrázek 9: Nákupní košík biopotravin v jednolivých obchodech.	43

Seznam tabulek

Tabulka 1: Vývoj výměry zemědělské půdy a počtu farem v ekologickém zemědělství v letech 1990 - 2017.	6
Tabulka 2: Rozdíl mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím.....	9
Tabulka 3: Vývoj trhu biopotravin v ČR v letech 2005-2016.....	14
Tabulka 4: Vývoj počtu registrovaných výrobců biopotravin v letech 2008-2017.....	14
Tabulka 5: Přehled 15 největších výrobců biopotravin dle obrátu na českém trhu, 2016.	15
Tabulka 6: Přehled vítězných biopotravin za jednotlivé ročníky.	24
Tabulka 7: Registr ekologických zemědělců, okres Česká Lípa.....	37
Tabulka 8: Základní informace o společnostech.	37
Tabulka 9: Největší rozdíly.	43

Seznam příloh

Příloha č. 1: Ukázka Osvědčení o akreditaci.....	65
Příloha č. 2: Dotazník – Biopotraviny v maloobchodě v České Lípě.	66

Přílohy

Příloha č. 1: Ukázka Osvědčení o akreditaci


KEZ
KONTROLA
EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ

KEZ o.p.s., Poděbradova 909, CZ 537 01 Chrudim
Tel: 469 622 249, Fax: 469 625 027, email: certifikace@kez.cz, www.kez.cz, kód organizace: CZ-BIO-001
Certifikační orgán KEZ

vydává

CERTIFIKÁT

NA POTRAVINY

Číslo certifikátu 022203
pro distributora

Hipp Czech s.r.o., se sídlem Pekařská 628/14, Praha 5, Jinonice, 155 00

Název provozní jednotky: Hipp Czech s.r.o. - Sklad Úžice 267, hala DC 1, číslo subjektu: 00835.

Tento doklad byl vydán na základě čl. 29 odst. 1 nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008 v souladu s certifikačním schématem podle ČSN EN ISO/IEC 17067:2014 (schéma 1b), na základě inspekce provedené dne 01.02.2017 a Zprávy o hodnocení ze dne 2.3.2017. Uvedený hospodářský subjekt podrobil své činnosti kontrole a splňuje požadavky stanovené uvedenými nařízeními, v platných zněních.

Seznam produktů/výrobků včetně skupin a specifikace normy pro osvědčování jsou uvedeny na příloze k certifikátu.

Tento certifikát platí od 2.3.2017 do 2.6.2018.

V Chrudimi dne: 2.3.2017


Ing. Daniel Štříteský
asistent certifikace


KONTROLA EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ
KEZ o.p.s.
PODĚBRADOVA 909, 537 01 CHRUDIM
Č. 353 15 578 IČO: 0236918076

Poučení: Dnem vydání tohoto certifikátu končí platnost všech certifikátů a příloh dříve vydaných. Tento certifikát zůstává majetkem KEZ o.p.s. a pozbývá platnost nahrazením dalším certifikátem, uplynutím doby, na kterou byl vystaven, ukončením smlouvy o inspekci a certifikaci některou ze smluvních stran, při zjištění porušení ustanovení nařízení (ES) č. 834/2007 a nařízení (ES) č. 889/2008, v platných zněních vedoucích k odepsání certifikátu.

Certifikát KEZ: (Kontrola ekologického zemědělství) pro BIO výrobky společnosti HiPP Czech s.r.o. HiPP: Pro to nejcennější v životě. [online]. HiPP, ©2019 [cit. 2019-06-16]. Dostupné z: <https://www.hipp.cz/my-a-bio/hipp-bio-kvalita/certifikat-kontroly-ekologickeho-zemedelstvi/>.

Dobrý den,

chtěla bych vás tímto poprosit o vyplnění dotazníku týkající se biopotravin na území České Lípy, který je součástí výzkumu mé bakalářské práce na téma „Biopotraviny v maloobchodních řetězcích na českém trhu“.

Vyberte prosím odpovědi, které jsou nejbližší realitě a vašim nákupním zvykům.

Děkuji za ochotu a čas.

Jana Hůlková

1) Jak často nakupujete biopotraviny?

- | | |
|---|------------------------|
| ☐ Denně, téměř denně | → POKRAČOVAT K OTÁCE 3 |
| ☐ Několikrát týdně | → POKRAČOVAT K OTÁCE 3 |
| ☐ Asi 1x týdně | → POKRAČOVAT K OTÁCE 3 |
| ☐ Méně často | → POKRAČOVAT K OTÁCE 3 |
| ☐ Vůbec | → POKRAČOVAT K OTÁCE 2 |

2) Jaký je váš důvod pro Nenakupování biopotravin?

- | | |
|--|--|
| ☐ Nevidím rozdíl mezi bio a nebio | ☐ Považuji pouze za reklamní trik |
| ☐ Omezený sortiment | ☐ Jsou příliš drahé |
| ☐ Nedostatek informací | ☐ Jiný důvod: |

3) Co by vás přimělo nakupovat biopotraviny častěji?

- | | |
|--|---|
| ☐ Nižší cena | ☐ Větší dostupnost |
| ☐ Lepší informovanost | ☐ Záruka původu |
| ☐ Jiné: | |

4) Co nakupujete v bio-kvalitě?

- | | | | |
|-------------------------------------|---|------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ Máslo | ☐ Mléko | ☐ Tvaroh | ☐ Jogurty |
| ☐ Sýry | ☐ Maso | ☐ Uzeniny | ☐ Vejce |
| ☐ Oleje | ☐ Ovoce | ☐ Zelenina | ☐ Pečivo |
| ☐ Těstoviny | ☐ Luštěniny | ☐ Obiloviny | ☐ Cukr |
| ☐ Káva | ☐ Čaj | ☐ Víno | ☐ Pochutiny |
| ☐ Polotovary | ☐ Vlastní odpověď: | | |

5) Jaký je váš důvod pro nakupování biopotravin?

- | | |
|---|---|
| ☐ Jsou zdravější | ☐ Jsou chutnější |
| ☐ Jsou šetrnější k přírodě | ☐ Považuji to za svůj životní styl |
| ☐ Lepší zacházení s chovnými zvířaty | ☐ Kvůli jinému členu v domácnosti |

- ☐ Mohu si to dovolit ☐ Jsou levnější

6) V porovnání s dobou před rokem, nakupujete biopotravin

- ☐ Spíše více ☐ Asi stejně ☐ Spíše méně

7) Kde obvykle biopotraviny nakupujete?

- ☐ V supermarketu, hypermarketu → *POKRAČOVAT K OTÁZCE 8*
☐ Přímo od ekologického zemědělce → *POKRAČOVAT K OTÁZCE 9*
☐ Ve specializovaném obchodě → *POKRAČOVAT K OTÁZCE 12*
☐ V drogerii → *POKRAČOVAT K OTÁČCE 10*
☐ V lékárně → *POKRAČOVAT K OTÁČCE 11*
☐ Na internetu
☐ Farmářské trhy

8) V kterém hypermarketu/supermarketu nejčastěji nakupujete biopotraviny?

- ☐ Albert ☐ Penny
☐ Lidl ☐ Kaufland

9) Od kterého ekologického zemědělce nejčastěji nakupujete biopotraviny?

_____ *vlastní odpověď* _____

10) V které drogerii nejčastěji nakupujete biopotraviny?

- ☐ Rossman ☐ Teta

11) V které lékárně nejčastěji nakupujete biopotraviny?

- ☐ Dr. Max ☐ Benu

12) V které specializované prodejně nejčastěji nakupujete biopotraviny?

- ☐ CL BIO Libor Kadlec ☐ Natura Grešík Valdemar ☐ Jiné

13) Kolik času jste ochoten věnovat nákupu biopotravin?

- ☐ Žádný ☐ Půl hodiny
☐ Hodinu ☐ Více než hodinu

14) Kolik peněz přibližně utratíte za biopotraviny měsíčně?

- ☐ Max. 500 ☐ Max. 1000
☐ 1000 a více

15) Odkud získáváte informace o biopotravinách?

- ☐ Z internetu ☐ V obchodě
☐ Od přátel ☐ Z médií (tv, rádio, tisk)
☐ Z odborné literatury

16) Jste

- ☐ Žena ☐ Muž

17) Váš věk

- ☐ Méně než 18 let
- ☐ 35-50 let
- ☐ 66-a více let

- ☐ 18-34 let
- ☐ 51-65 let

18) Dosažené vzdělání

- ☐ Základní
- ☐ SŠ s maturitou

- ☐ vyučen
- ☐ VOŠ/VŠ

19) Rodinný stav

- ☐ Svobodná/Svobodný
- ☐ rozvedený

- ☐ Vdaná/ženatý
- ☐ Vdova/vdovec