



KEZ, o.p.s.

ZPRAVODAJ

2/2001



**EXPORTNÍ PŘÍLEŽITOSTI
ČESKÉHO EKOLOGICKÉHO
ZEMĚDĚLSTVÍ**

Důležité kontakty

Ministerstvo zemědělství ČR

Odbor strukturální politiky a rozvoje venkova – 7030
Těšnov 17
117 05 Praha 1
Tel.: 02/2181 1111

KEZ, o.p.s.

pracoviště Chrudim
oddělení certifikace
oddělení kontroly výrobců biopotravin
správní oddělení
Poděbradova 909
537 01 Chrudim
Tel., fax: 0455/622249
E-mail: kez@kez.cz

KEZ, o.p.s.

pracoviště Brno
oddělení kontroly ekologického zemědělství
oddělení pro výzkum, vývoj a vzdělávání
Mezírka 1
602 00 Brno
Tel.: 05/41211054
E-mail: kezbm@kez.cz

Svaz PRO-BIO

Nemocniční 53
787 01 Šumperk
Tel.: 0649/214586
E-mail: pro-bio@pro-bio.cz

Spolek poradců a kontrolorů v EZ ČR

Komenského náměstí 286/17
674 01 Třebíč
Tel.: 0509/627840, 0602/710437
E-mail: k.hejatkova@iol.cz

**Toto číslo Zpravodaje KEZ, o.p.s. bylo připraveno
ve spolupráci s:**

Hnutí DUHA – Friends of the Earth Czech Republic

Bratislavská 31
602 00 Brno
Tel.: 05/4521 4431
Fax: 05/4521 4429
E-mail: centrum@hnutiduha.cz
www.hnutiduha.cz



Hnutí DUHA je přesvědčeno, že česká veřejnost má nárok na čistý vzduch a řeky, zdravé potraviny i pestrou krajinu stejně jako naši evropští sousedé. Proto navrhuje a prosazuje legislativu i další realistická řešení, která omezí znečištění, zvýší recyklaci a podpoří moderní technologie, chrání přírodní bohatství a snižují kontaminaci toxickými látkami.

Vydavatel: Kontrola ekologického zemědělství, o.p.s. s podporou Ministerstva zemědělství ČR

Adresa: KEZ, o.p.s., Mezírka 1, 602 00 Brno

Tel.: 05/4121 1054

Internet: kezbm@kez.cz, www.kez.cz

Redakce: Oddělení rozvoje

Zpracovali: Mary Skjelset a Vojtěch Kotecký, Hnutí Duha

Fotografie: Filip Ulver

Tisk: Tiskárna ÚZPI – Ústav zemědělských a potravinářských informací, Praha

Náklad: 5 000 ks

Vyšlo v listopadu 2001

Obsah:

1. Úvod a shrnutí	4
2. Trendy poptávky k evropských státech	5
2.1. Trendy v klíčových evropských zemích	5
2.2. Evropské trendy	10
3. Exportní příležitosti pro české zemědělství	14
3.1. Potenciál rozvoje	14
3.2. Komparativní výhody českého zemědělství	14
3.3. Rizika	15
4. Prameny	16

Hnutí DUHA je přesvědčeno, že česká veřejnost má nárok na zdravé a čisté prostředí stejně jako naši evropská sousedé. Navrhuje proto řešení ekologických problémů, která přinesou konkrétní prospěch. Prosazuje účinná a realistická opatření, která omezí znečištění a produkci odpadů, umožní chránit přírodní bohatství, zachovat pestrou krajinu, snížit kontaminaci potravin i vody toxickými látkami či předejít globálním změnám klimatu.

Zároveň je přesvědčeno, že skutečně účinná ekologická opatření musí podobně jako v úspěšných vyspělých státech zároveň zajišťovat ekonomický prospěch – podporovat moderní technologie a efektivní průmysl, pomáhat konkurenceschopnosti domácích podniků, vytvářet nová pracovní místa.

Metody jeho práce sahají od jednání s úřady a politiky, přes legislativní návrhy, informování a zapojování veřejnosti, působení na zákazníky i průmysl, výzkum či právní kroky až po spolupráci s obcemi. Působí na celostátní, místní i mezinárodní úrovni. Je českým zástupcem Friends of the Earth International, největšího mezinárodního sdružení ekologických organizací.

Efektivní ekologická opatření se pochopitelně nemohou vyhnout agrárnímu sektoru – půda pokrývá více než polovinu českého území.

Hnutí DUHA proto usiluje o snížení ekologických dopadů zemědělství: prosazuje takové hospodaření, které zajistí čisté řeky i pitnou vodu, vyšší biologickou diverzitu, zdravé i bezpečné potraviny, prosperující venkov a humánní zacházení se zvířaty. Znamená to mimo jiné větší rozvoj ekologického zemědělství.

Ještě před pár roky bylo víceméně okrajovým oborem. Během 90. let se ale změnilo v běžnou praxi. Bez obtíží by dokázalo pokrýt naši spotřebu potravin. V některých státech ekologickými postupy obhospodařují už kolem desetiny zemědělské půdy a jejich podíl dál rapidně roste. Ekologické zemědělství představuje navíc pro český venkov dobrou ekonomickou příležitost.

1. Úvod a shrnutí

Rozvoj ekologického zemědělství je považován za jedno z klíčových opatření nezbytných k ochraně biologické diversity, zlepšení čistoty řek či kvality pitné vody^{*)}. Především nižší spotřeba agrochemikálií i šetrnější přístup ke krajině zajišťují, že ve srovnání s intenzivní, tzv. průmyslovou produkcí tento sektor podstatně snižuje negativní dopady hospodaření na životní prostředí.

Odráží se to rovněž v české agrární politice. Její kvalita a úspěšnost se v případě ekologického zemědělství často hodnotí podle toho, zda podpora dosahuje úrovně srovnatelné s Evropskou unií. „*Český průměr mírně přesahuje průměr všech členských států Evropské unie*“, komentoval ministr zemědělství Jan Fencel [1]. Implicitně za relevantní měřítko považuje míru ohledů na životní prostředí. Dokonce se obává, že větší podpora by mohla vést k nadprodukcí biopotravin [2].

Ani při hodnocení úspěšnosti českého zemědělství při zajišťování zdravého životního prostředí pochopitelně srovnání s poměry v EU nemusí být jediným kritériem. – Ostatně právě ekologická negativa Společné zemědělské politiky unie jsou často předmětem kritiky. – Přínosy pro životní prostředí představují sice možná hlavní, rozhodně ale ne jediný důvod pro rozvoj ekologického zemědělství.

Další, neméně podstatný argument je ekonomický: poptávka po biopotravinách a exportní příležitosti, které tento sektor českému zemědělství nabízí.

Poptávka po bioproduktech a biopotravinách, tedy výrobcích ekologického zemědělství, dosahuje v evropských i dalších zemích nyní rekordních hodnot a nadále prudce roste. Některé státy především v západní a severní Evropě trpí významným deficitem řady komodit.

Českému agrárnímu sektoru se proto nabízí významná možnost větším důrazem na šetrné hospodaření nejen snížit ekologické dopady, ale zároveň významně rozšířit své exportní možnosti. V takovém případě ale lze sektor za dostatečně rozvinutý považovat až tehdy, pokud těchto příležitostí plně využije – bez ohledu na to, zda je nebo není srovnatelný se situací v EU či jinde.

Právě exportním potenciálem ekologického zemědělství se zabývá tato studie. Mapuje poptávku i nabídku v klíčových evropských zemích i trendy spotřeby

biopotravin se zvláštním důrazem na dlouhodobé změny v orientaci spotřebitelů. Zároveň diskutuje možnosti České republiky využít vývozních možností, které deficit produkce v některých státech otevírá, a jejich implikace pro rozvoj ekologického zemědělství.

Trendy v klíčových evropských zemích

Podíl biopotravin na potravinářském trhu států Evropské unie se pohybuje v poměrně širokém rozmezí – od 0,5 % v některých středo-mořských zemích po 4 – 5 % ve Skandinávii. Ovšem spotřeba především v zemích severozápadní Evropy (Skandinávie, Velká Británie, Německo, Nizozemsko, rovněž ale Švýcarsko a Rakousko) roste řádově o desítky procent ročně. Tento boom se datuje největší měrou do druhé poloviny 90. let.

Klíčovou roli na trhu s potravinami z ekologického zemědělství přitom hrají zelenina, obilniny, mléčné výrobky, brambory a ovoce. Nejvíce za výrobky ekologického zemědělství utrácí z evropských zemí Dánové, Švýcaři, Rakušané, Švédové, Nizozemci a Němci; nejrychleji spotřeba roste ve Švédsku.

Podstatné ovšem nejsou jen absolutní hodnoty, ale především změna povahy trendů a trhu samotného. Ten se totiž v posledních letech dramaticky změnil. Biopotraviny a bioprodukty se etabloují jako běžné zboží a pronikají k novým skupinám spotřebitelů.

Dramatický růst poptávky není způsoben jedinou příčinou. Promítají se v něm

- kulturní změny, hlavně rostoucí zájem spotřebitelů o ekologické aspekty zboží, vliv na zdraví i kvalitu potravin vůbec;
- pronikání biopotravin do supermarketů, které je zpřístupnil novým významným skupinám zákazníků;
- série potravinových skandálů, která způsobila prudký pokles důvěry spotřebitelů v potraviny z intenzivního zemědělství;
- rozvoj ekologického zemědělství, který rozšiřuje nabídku.

Tento boom ale paradoxně způsobuje významný deficit biopotravin v některých evropských státech. Například Velká Británie v posledním roce dovezla 75 % své spotřeby a produkce zde roste zhruba o 25 % ročně, zatímco poptávka nyní stoupá až o 55 procent. Především supermarkety si

stěžují na nedostatečnou nabídku, prosazují změnu vládní agrární politiky a přesvědčují farmáře ke konverzi na ekologické zemědělství.

Lze přitom předpokládat, že tyto trendy budou dlouhodobě stabilní. Nepředstavují totiž pouze krátkodobou reakci na potravinové skandály (růst se projevoval už před nimi), objevují se rovněž v mimoevropských zemích (kde se skandály příliš neprojevovaly) a odpovídají širší změně kulturních vzorců veřejnosti, která kladě větší důraz na zdraví, ekologická témata a kvalitu zboží.

Exportní příležitosti pro české zemědělství

Pro české zemědělství představuje tento trend významnou exportní příležitost. Očekává se, že do roku 2010 by objem světového obchodu s biopotravinami mohl dosáhnout 100 miliard dolarů ročně. Naši producenti mohou část deficitu na evropských trzích pokrýt.

Domácímu zemědělství přitom některé přednosti staví do poměrně výhodné pozice. Vedle geografické polohy mezi ně patří především:

- relativně nízká spotřeba agrochemikálií, která českým producentům umožňuje vytvářet image poměrně čisté země: pouze dvě země EU (Švédsko a Finsko) mají nižší spotřebu pesticidů na hektar;
- podobnou výhodu představuje skutečnost, že české zemědělství téměř minuly evropské potravinové skandály (pouze dva případy BSE jej staví do pozice srovnatelné s lepšími státy EU);
- transformace – v řadě evropských států byla konverze na ekologické zemědělství využívána jako prostředek snižující negativní ekonomické důsledky v obdobích nestability či krizí;
- česká certifikace ekologického zemědělství je uznávána Evropskou unií jako kompatibilní; podobnou pozici má pouze 5 zemí.

Zároveň je ale třeba k využití ekologického zemědělství jako exportní příležitosti přistupovat s vědomím potenciálních rizik, která by mohla plynout z jeho neopatrného způsobu využití.

Především nelze očekávat, že by byla samospásným řešením problémů českého zemědělství ani není realistické předpokládat, že během jednoho či dvou desetiletí evropských spotřebitelé přejdou na

* Termíny ekologické zemědělství a biopotraviny v této studii používáme pro hospodaření, respektive jeho produkci, certifikované v České republice podle zákona o ekologickém zemědělství, popřípadě odpovídající kritériím IFOAM při diskusích poměrů v jiných zemích.

biopotravin. Záměr stoprocentní či většinové konverze v této časové perspektivě by tedy, přes nesporná ekologická pozitiva, byl přemrštěně ambiciózní. Je proto nezbytné určit realistický cíl, odpovídající možnostem zemědělství, trendům na trhu a očekávané poptávce evropských spotřebitelů. Česká agrární politika by měla usilovat, podobně jako například spolková vláda v Německu, o přechod 20 % půdy na ekologické zemědělství do roku 2010.

Zároveň ale riziko představuje také deklarativní podpora ekologického zemědělství, která by se neopírala o dotační i další fiskální a informační opatření podporující tento způsob hospodaření. Rovněž jednostranná orientace českého ekologického zemědělství na trvalé travní porosty, které tvoří přes 90 % certifikovaných ploch, významně omezuje skutečné exportní možnosti.

Konečně třetí riziko se týká samotných producentů a informační podpory ze strany státu. Míra deficitu ani nabídka pochopitelně není ve všech státech a komoditách stejná. Efektivní marketingové strategie jednotlivých zemědělců a zpracovatelů by tyto rozdíly měly reflektovat. Prostá kon-

verze na ekologické zemědělství, motivovaná jednoduše nedostatkem biopotravin v důležitých evropských zemích, představuje sice krok správným směrem, ale za promyšlenou koncepcí jej dost dobře považovat nelze. Významnou roli zde musí sehrát stát, který by měl analyzovat

a domácímu agrárnímu sektoru zajišťovat základní informace nejen o poptávce a exportních možnostech, ale také například o speciálních legislativních odlišnostech, spotřebitelských preferencích, kontaktech na importéry a další servis z jednotlivých zemí.



2. Trendy poptávky k evropských státech

Tato kapitola analyzuje trendy poptávky, deficit produkce i další aspekty spotřeby v evropských zemích. První část se soustřeďuje na charakteristiku vybraných klíčových států. Druhá potom sleduje strukturu, příčiny a souvislosti těchto trendů.

2.1. Trendy v klíčových evropských zemích

Rozvoj a popularita ekologického zemědělství, respektive jeho produktů, se mezi jednotlivými evropskými státy liší. V některých zemích se první známky větší poptávky objevily už v 70. letech a nyní se biopotraviny stávají běžným zbožím, jinde vážnější zájem začíná až v průběhu let osmdesátých či devadesátých.

Zatímco zpočátku hrála klíčovou roli ekologická odpovědnost zákazníků, nyní se hlavním katalyzátorem poptávky stávají potravinové skandály a vstup tohoto zboží na supermarketový trh. Původní, spíše ekologickou motivaci k nákupu tedy nahrazuje starost o vlastní zdraví a rovněž běžná dostupnost biopotravin.

Všech deset zemí podrobněji analyzovaných v této kapitole (Rakousko, Dánsko,

Švédsko, Francie, Německo, Itálie, Velká Británie, Švýcarsko, Austrálie) zaznamenalo během poslední dekády rychlý a významný růst spotřeby.

Ačkoli tento trend lze v období 1995-2000, na které se analýza především zaměřuje, sledovat ve všech zemích, charakter trhu se v řadě faktorů stát od státu liší. Je také důležité poznamenat že, přestože se tato kapitola soustřeďuje na diskusi situace ve vybraných zemích, odpovídající trendy lze nalézt prakticky v celé Evropské unii i jinde.

Podrobnější analýza trhu v jednotlivých státech, kterou tato kapitola předkládá, se zaměří na hlavní stimuly (velkoobchod a průmysl, politické trendy, spotřebitelé) růstu, relativní velikost trhu, klíčové dílčí trhy a důležité exportní a importní produkty.

Země jsou v analýze rozděleny do několika skupin. Míra růstu poptávky, která je všem víceméně společná, nepředstavuje dobré kritérium dalšího členění a navíc není bezprostředně relevantní pro české vývozce. Proto se státy dělí podle deficitu produkce, tedy aspektu exportu a importu.

První kategorie zahrnuje státy s výrazným deficitem: poptávka zde značnou měrou přesahuje domácí nabídku. Představují tedy ideální cíl pro české vývozce, kteří hledají exportní příležitosti. Místnímu zemědělství v zaplnění tohoto rozdílu brání pomalá konverze, nedostatečné dotační programy, nezvyklost daná novým trendem na trhu nebo jednoduše obtížně dosažitelný růst poptávky. Z podrobněji zkoumaných zemí sem patří Francie, Německo, Velká Británie, Švédsko a Švýcarsko.

Druhou skupinu tvoří země, kde nabídka přesahuje poptávku a samy jsou proto exportéry, často významnými. Trend rostoucí produkce byl stimulován především právě vývozními příležitostmi. Ale významnou roli vždy sehrála rovněž domácí spotřeba: některé studie ukazují, že jedna z těchto zemí, Itálie, zaznamenává v Evropské unii rekordní růst poptávky [3] [4]. Vedle ní sem můžeme zařadit rovněž Španělsko či mimoevropskou, ale v evropském kontextu se podstatnou měrou pohybuující Austrálii.

Konečně do třetí kategorie spadají státy, které nelze jednoduše charakterizovat

Tabulka 1. Velikost trhu biopotravin ve vybraných evropských zemích (odhady pro rok 2000) a očekávaný růst

	mil. US\$	%
Německo	2 500	10
Itálie	1 100	20
Francie	1 250	20-25
Velká Británie	900	25-30 ¹
Švýcarsko	700	20-30
Nizozemsko	600	15-20
Dánsko	600	30-40
Rakousko	400	15
Švédsko	400	30-40
celkem	6 mld.	

1. Protože ale v posledním roce nárůst spotřeby činil 55 %, může jít o podhodnocení.

Zdroj: Stiftung Ökologie und Landbau 2001 [5]

ani převísem poptávky nad nabídkou, ani exportní orientací domácího ekologického zemědělství: Dánsko, Rakousko a Nizozemsko. Většinou se povaha trhu liší u jednotlivých významných komodit: zatímco některé vyvážejí (třeba Rakousko je důležitým exportérem mléka), u jiných druhů zboží závisí na dovozu značných objemů. Jediným důvodem těchto rozdílů přitom nemusí být přírodní podmínky.

Deficit produkce – Francie, Německo, Švédsko, Švýcarsko, Velká Británie

Francie

Francouzský zájem o biopotraviny stoupá už dlouho, takže poptávka stoupá asi o 15 procent ročně už od začátku 80. let [6].

Už v roce 1996 analýzy odhadovaly, že biopotraviny nakupuje každý šestý francouzský zákazník. Během tohoto roku se ale – přes ekonomickou recesi – poptávka po mase a mléčných výrobcích vyšplhala rovnou o 25 %, což se připisuje vlivu epidemie BSE [7].

Reakce spotřebitelů na BSE se ale evidentně rozšířila rovněž na další sektory ekologického zemědělství: dochází totiž k obecnému nárůstu poptávky po dalších druzích potravin. Bez ohledu na konkrétní kalkulace se prognózy shodují v očekávání podstatných přesunů v podílu na trhu ve prospěch ekologického hospodaření. Předpokládá se, že růst spotřeby se nyní udrží asi na 25 % za rok [8].

Francouzská produkce ovšem podobný trend nezaznamenává. Po silném růstu

byla v osmdesátých letech Francie nejvýznamnějším evropským producentem [9]. S přelomem dekády se ale trend změnil: Gauthierová jej v roce 1997 označuje za „stagnující“, především ve srovnání s prudkým nárůstem poptávky. O rok později se situace jen málo změnila: „s pouhým 0,5% podílem na produkci je ekologické zemědělství ve Francii stále marginální a není schopno uspokojit stoupající zájem spotřebitelů“ [10]. Tlak rostoucí spotřeby se ale nakonec v působení tržních mechanismů projevil a pod tímto stimulem v roce 1998 došlo k rozvoji produkce masa a mléčných výrobků [11]. Nicméně ani tento růst neodpovídal stoupající poptávce, především v případě krmiv a mléčných výrobků. Koncem roku 2000 tvořilo ekologické zemědělství 1,3 % francouzské zemědělské půdy [12] [13].

Patrně pod vlivem BSE se rozvoj poptávky po zboží z ekologického zemědělství soustředil na mléko a hovězí maso, což sekundárně podpořilo rovněž spotřebu obilnin. Sharpless a Gauthierová poznamenávají, že

„Francie musí importovat značná množství ekologických pěstovaných obilnin, hlavně ze střední Evropy. Rovněž produkce bio mléka nedostačuje k pokrytí francouzské poptávky, až polovina spotřeby je dovážena z Německa a Belgie.“ [14]

Tomuto deficitu nedokázala zabránit ani snaha státu stimulovat produkci. V roce 1997 francouzská vláda zahájila akční plán zaměřený na finanční podporu ekologického zemědělství i distribuce a prodeje biopotravin investicemi ve výši

60 milionů franků. Cílem je zvýšit podíl tohoto hospodaření na zemědělské půdě z 0,4 % na 3 % v roce 2002. [15]

Nadále se však nedostává ekologicky produkováných potravin, především mléka a mléčných výrobků, masa a obilnin. Deficit činí asi 40 % trhu [16].

Německo

Další zemí závislou na dovozu je Německo, největší trh biopotravin v Evropské unii. Ačkoli podíl na německém potravinovém trhu je ve srovnání s progresivnějšími zeměmi (především Rakousko, Švýcarsko a skandinávské státy) poměrně malý, ve skutečnosti 2,5 % produkce představuje v absolutním objemu více než třeba bývalých rakouských 10 %. Ve druhé polovině 90. let se meziroční růst pohybuje kolem 20 procent [17]. Očekává se přitom, že relativní produkce i spotřeba bude nadále stoupat.

Stejně tak německý trh je větší než dánský, rakouský, švédský a britský dohromady [18]. Podle Achilla „*řjada expertů z oboru soudí, že poptávka po biopotravinách příštích několik let nadále poroste bezmála o desítky procent*“ [19]. Realistický odhad činí patrně něco kolem 10 procent [20] [21]. Podíl na trhu se může prozatím zdát malý, ale při dnešním rapidním růstu nebude trvat dlouho a Německo také v relativním vyjádření dostihne země, které v Evropě v ekologickém zemědělství vedou.

Trendy ekologického hospodaření v Německu přinejmenším odpovídají růstu spotřeby, pokud jej dokonce nepřekračují. Přes tyto přírůstky ale produkce nestačí saturovat trh a rozdíl mezi nabídkou a poptávkou se udržuje, stejně jako závislost na dovozu.

Domácí produkce je schopna pokrývat kolem 80 % spotřeby. Zbývajících asi 20 % zajišťuje import – už v roce 1995 šlo o zhruba 300 milionů dolarů [22]; i přesto že „*tradiční ekologičtí spotřebitelé preferují zboží z lokální produkce*“ [23]. Mimo jiné právě proto němečtí zpracovatelé a prodejci systematicky usilují pokrýt deficit dovozem z blízkých zemí. Většina importu pochází z ostatních států Evropské unie [24].

Navíc zatímco dříve Německo dováželo ze vzdálených zemí třetího světa, nyní se soustřeďuje na levnou produkci vychodně od svých hranic, v zemích střední a východní Evropy kandidujících na členství v EU. Očekává se, poznamenává Achilles, že

„Polsko a další středo- a východoevropské země...získají v příštích letech podíl na [německém] trhu, pravděpodobně na úkor vzdálenějších producentů“ [25].

Švédsko

Švédsko začalo intenzivně podporovat konverzi na ekologické zemědělství již koncem 80. let [26]. Aktuální data ukazují, že s asi 270 000 hektary už patrně překročilo desetiprocentní podíl na celkové rozloze půdy [27].

Ale i přes vysokou produkci není švédské zemědělství schopno pokrýt neustále se zvětšující domácí poptávku. Trh roste o 25-30 % ročně [28] a pro příští roky se očekává růst o 30-40 procent [29]. V některých sektorech však Švédsko prakticky veškerou spotřebu dováží – celkem pochopitelně, vzhledem k přírodním podmínkám, například téměř všechno (95 – 100 %) ovoce [30]. Tento deficit otevírá prostor pro importéry z Francie, Itálie či Německa, ale i ze zemí tak vzdálených, jako je Izrael nebo Dominikánská republika.

Dokonce i tam, kde Švédsko dříve bylo exportérem, poptávka dostihuje domácí produkci. Ilustruje to například dramatická změna poměru u obilnin během jediného roku: *„V roce 1997 bylo 40 % obilnin [ze švédského ekologického zemědělství] vyvezeno, pro rok 1998 se už očekává přibližně vyrovnaná bilance domácí spotřeby a produkce“* [31]. Bude-li tento trend pokračovat, zařadí se Švédsko mezi hlavní cíle exportérů ekologicky pěstovaných obilnin.

Vina za nedostatky v nabídce se přisuzuje neschopnosti hlavních prodejců, ve švédském případě supermarketů, splnit své cíle v nákupu biopotravin.

„Není pochyb o tom, že poptávka organických produktů nadále poroste. Velcí prodejci ve Švédsku si stanovili konkrétní cíle. [Řetězce] ICA, KF a Hemkop hodlají do roku 2000 dosáhnout 10 % podílu potravin z ekologického zemědělství na svém odbytu. V tomto termínu se jim jich nepodaří dosáhnout, v prvé řadě vinou nedostatečné nabídky.“ [32]

Předpokládá se proto, že vyšší import tohoto zboží do Švédska může být snadno distribuován prostřednictvím sítě supermarketů. Právě řetězce mají rozhodující podíl na prodeji biopotravin v zemi: s výjimkou vajec je zde ve všech kategoriích, které zkoumali Michelsen et al., nakupuje více než 90 % spotřebitelů [33].

Ale také další významné subjekty na trhu požadují produkci z ekologického zemědělství: například 27 % obcí je nabízí ve svých školních jídelnách a nemocnicích, dalších 33 % tento krok plánuje; McDonald's prodává pouze ekologické mléko i kávu a management hodlá tentýž krok uskutečnit také u masa, brání mu v tom ale nedostatek nabídky [34].

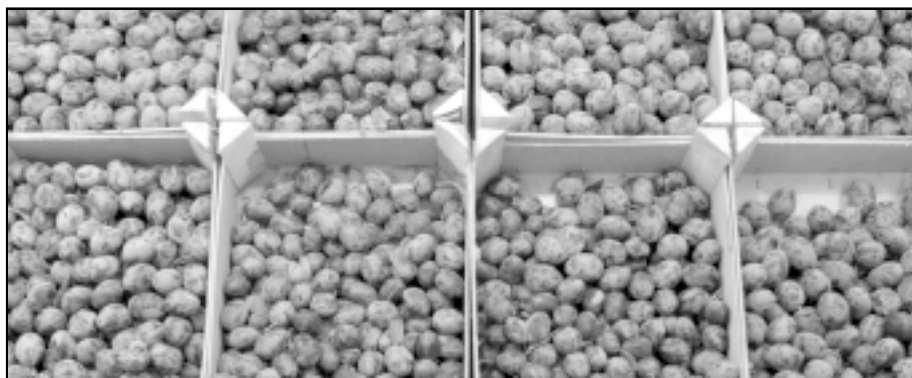
Růst sektoru byl stimulován zájmem spotřebitelů o zdravé potraviny i ekologická témata na konci 80. a během 90. let, ale významně k němu přispěla také vládní agrární politika. V roce 1994 parlament stanovil cíl 10 % půdy obhospodařované ekologickými postupy do roku 2000, nyní má země dosáhnout 20 % do roku 2005 [35].

Členství v EU domácím statkům umožňuje přístup k agrienvironmentálním dotacím unie. Paradoxně přitom vstup do unie rozvoj ekologického sektoru ve Švédsku spíše zpomalil – efektivní a dobře fungující národní systém certifikace byl nahrazen podstatně byrokratičtější evropským, který zpočátku brzdil přírůstky dalších farem [36]. Tento problém ale země postupně překonala.

Švédsko má tedy nyní rychle se rozvíjející trh a rekordní relativní produkci, která však není schopna adekvátně pokrývat růst poptávky. Země proto musí importovat značnou část své spotřeby. Poměrně značná vzdálenost od některých producentů, respektive z ní vyplývající mimořádně vysoké dopravní náklady, otevírá dveře pro země bližší a s nižšími náklady výrobními (tedy středoevropské státy).

Švýcarsko

Podobně jako ve Švédsku, také zde byly ekologické důvody primárním motivem pro poměrně časný rozvoj sektoru. Příznivá agrární politika ale podpořila také příčiny ekonomické. Trh byl v tomto případě převážně lokální a zaměřoval se na růst domácí produkce pro pokrytí stoupající poptávky.



Kombinace různých normativních a ekonomických opatření podporujících domácí zemědělství a ekologické metody hospodaření způsobila rozsáhlou konverzi švýcarských farem. Roční růst plochy se pohybuje kolem 20-30 procent [37]. Podíl ekologického zemědělství na obdělávané půdě tvoří 6 %, očekává se ovšem, že do roku 2005 dosáhne 15-20 %, optimisté mezi agrárními analytiky hovoří dokonce o 25-30 % [38]. Relativní plocha se ale liší, pohybuje se od 10-30 % v horách po zhruba 5 % v nížinách [39].

Ani tento růst produkce ale nepostačuje k pokrytí deficitu. *„Propast mezi domácí nabídkou a poptávkou se během 90. let podstatně rozšířila“* [40]. Trh, který nyní představuje asi 2 % spotřeby potravin, se totiž podle prognóz má rovněž zvětšovat o 20-30 procent [41].

Navic země nemá přírodní podmínky, jež by umožňovaly pokrýt spotřebu takových komodit, jako jsou vinné hrozny nebo olejnin (deficit 60, respektive 90 %) [42]. Předpokládá se rovněž, že nová přísnější pravidla pro krmiva zvýší poptávku po obilninách [43].

České zemědělství by mohlo profitovat z přístupu řetězců Migros a Coop, jež kontrolují 75 % trhu a respektují politiku švýcarské certifikace biopotravin, podle které v případě *„nedostatku domácí produkce musí být zachovány co nejkratší dopravní vzdálenosti, tedy přednost dostávají sousední země a regiony“* [44]. Relativní blízkost se tak stává další komparativní výhodou pro vstup na švýcarský trh, zejména v případě obilnin a olejnin.

Velká Británie

Velká Británie je nejdramatičtější evropským případem rozdílu mezi nabídkou a poptávkou po potravinách z ekologického zemědělství.

Během jediného roku, mezi květnem 1999 a květnem 2000, se částka, kterou

průměrná domácnost utratí za toto zboží, zvýšila o polovinu a podíl domácností, jež jej kupují, vzrostl ze 43 % na 57 % – rozhodující měrou se na této změně podílely nákupy v supermarketech [45]. Očekává se, že tento trend bude v roce 2001 pod vlivem dalších potravinových skandálů, především nové vlny zájmu o BSE a epidemie slintavky a kulhavky, nadále pokračovat.

Rozšíříme-li analýzu z nákupních zvyků domácností na všeobecné podmínky na trhu, je růst poptávky ještě zřetelnější. V polovině 90. let se pohyboval kolem 20 % [46]. Ke konci dekády se ještě zvýšil, meziroční růst 2000-2001 už činil 55 procent [47]. Očekává se, že do roku 2005 by podíl na potravinářském trhu mohl dosáhnout 20 % [48].

V posledních 5 letech prudce rostla rovněž produkce – avšak ne dost na to, aby se stačila vyrovnat poptávce. Rychlost konverze zemědělců na ekologické hospodaření se ve druhé polovině 90. let dramaticky zvýšila a pravidelně činí více než 1 000 km² za rok [49].

Stále ale neodpovídá růstu poptávky. Příčinou tohoto rozdílu může být závislost producentů na intenzivním hospodaření, vinou které „mnozí farmáři nepřecházejí na ekologické hospodaření bez finanční podpory, i když jim hrozí bankrot, pokud změnu nepodniknou“ [50]. Setrvačnost navíc způsobí, že deficit po nějakou dobu přetrvává, i kdyby se konverze podstatně urychlila:

„Kvůli času nezbytnému ke konverzi (2-3 roky) a skutečnosti, že současný základ producentů je velmi nízký [2,5 %], bude závislost na importech v dohledné budoucnosti ještě pokračovat.“ [51]

Ve snaze zajistit neustále rostoucí poptávku se Británie obrátila na import. Mimořádný deficit domácí produkce se zvyšuje, v roce 2000 dosáhl už 75 % spotřeby [52]. Zejména silný je tento nedostatek v ovoci a zelenině, kde činí 80 % [53]. Podle Michelsena et al. už v letech 1997-98 Britové importovali 15 % obilnin – ale během několika let, do roku 2000, se deficit zvětšil na polovinu domácí spotřeby [54] -, 60 % brambor, 70 % zeleniny a 90 % ovoce [55]. Část spotřeby se dováží z Austrálie, Jižní Afriky a Střední Ameriky. Vysoké dopravní náklady z těchto zdrojů zvětšují potenciál britského trhu pro exportéry v méně vzdálených zemích s relativně nižšími výrobními náklady, tedy m.j. ve střední a východní Evropě.

Vývoz je přitom zanedbatelný a omezuje se především na velmi specializované zboží, jako jsou lososi či žampiony [56].

Současný britský trh proto představuje pro potenciální české vývozce významnou příležitost a prognózy naznačují, že se bude ještě zlepšovat. Kombinace trhu se 40 milióny obyvatel, 75 % deficitu produkce, růstu poptávky výrazně přesahujícího růst nabídky, pokračujících potravinových skandálů a zvětšujícího se zájmu veřejnosti o ekologická i zdravotní témata, stejně jako o kvalitu potravin, nabízí dobré exportní možnosti.

Silná produkce a opožděná poptávka: Španělsko, Itálie, Austrálie

Itálie

V Itálii se růst spotřeby oproti zemím severozápadní Evropy zpozdil. Přesto v posledních letech zažila bezprecedentně stoupající poptávku – ale i nabídku. Geografická poloha, teplé podnebí i úrodná půda řadí zemi mezi důležité exportéry potravin, zejména ovoce a zeleniny. Právě díky produkčnímu potenciálu a blízkosti důležitým evropským trhům v Itálii v posledních letech ekologické zemědělství rychle expandovalo. Trendy hovoří samy za sebe, nakořím jsou enormní, se ale zcela ukáže až po srovnání ze zbytkem Evropy. Compagnoni píše, že

„mezi roky 1992 a 1993 se rozloha ekologicky obhospodařované půdy a pozemků v konverzi v Itálii ztrojnásobila, zatímco počet farem stoupl na dvojnásobek. Od té doby se plocha zvětšila o 600 % a počet farem o 500 %. Naproti tomu ve zbytku Evropské unie růst – jakkoli působivý – činil jen asi 150 %“ [58].

Asi tři čtvrtiny domácí produkce jdou na export [59]. Italové vyvážejí převážně do dalších zemí EU, kde pokrývají rapidní růst poptávky.

Přesně odhadnout velikost domácího italského trhu není snadné. Co do absolutních čísel je ve srovnání s dalšími zeměmi EU poměrně malý, rychlost růstu ale podle některých autorů přesahuje kterýkoli jiný stát unie. Nejnížší údaje hovoří o 20 % ročně [60], ale podle ministerstva zemědělství USA

„spotřeba v Itálii se podle různých zdrojů zvětšuje o 20 až 100 % ročně. Ti, kdo dnes hovoří o 100% růstu, odhadují, že v budoucnosti bude činit jen asi 20-40 %“ [61].

Podle průzkumu trhu 55 % italských spotřebitelů pravidelně kupuje ekologicky produkované ovoce a zeleninu, 79 % těstoviny a 69 % obilniny a luštěniny [62]. O postojích Italů k ekologickému zemědělství ostatně vypovídá skutečnost, že už v roce 1990 celých 92 % voličů hlasovalo v referendu pro přísnější legislativu regulující pesticidy a další rezidua v potravinách [63].

Při rozvoji trhu sehrály patrně klíčovou roli řetězce. Některé potraviny z ekologického zemědělství, například mléčné výrobky a balené zboží, podle průzkumu nabízí 95 % supermarketů [64]. Zelenina a ovoce se však objevovaly pouze v 19 % těchto obchodů. Tato nízká úroveň prodeje čerstvé produkce se ale může změnit, protože

„velké národní firmy a italské dceřiné společnosti nadnárodních korporací mají velký zájem na ekologickém zemědělství a obchodu s [těmito] potravinami, uvádějí na trh nové značky bio-produktů nebo přebírají jiné podniky aktivní v tomto sektoru“ [65].

Podobný trend platí rovněž v případě drobných podnikatelů – v Itálii byly během posledního desetiletí otevřeny stovky restaurací, které nabízejí výhradně potraviny z ekologického zemědělství.

Ačkoli přišel poměrně pozdě, projevil se boom ekologického zemědělství v Itálii během posledních několika let exponenciálními trendy. Růst poptávky, stimulovaný vstupem tohoto druhu potravin na běžný trh i zájmem veřejnosti, už nyní překračuje křivky nabídky. Bude-li tento trend pokračovat – očekává se zvětšování poptávky asi o 20 % ročně [66] -, měl by se postupně zmenšovat podíl produkce, která je k dispozici na export. To by uvolnilo část importního trhu dvou hlavních dovozců italského ekologického zemědělství – Velké Británie a Německa [67]. Nicméně Itálie v příštích letech bude i nadále jedním z klíčových konkurentů českého ekologického zemědělství na trzích severozápadní Evropy.

Španělsko

Ekologické zemědělství bylo ve Španělsku až do konce 80. let bezmála neznámé. Reálný rozvoj začal v devadesátých letech. Potom ale zaznamenal značný růst rozlohy, pravděpodobně pod vlivem ostatních zemí Evropské unie.

V letech 1991-1999 se rozloha půdy obdělávané ekologickými postupy zvětšila na více než osmdesátinásobek: z 4 000

na 352 000 hektarů [68]. Bezmála 95 % tohoto růstu ovšem spadá do období po roce 1994.

Většina této produkce směřuje na export – vyváží se 80-90 % olejin, zeleniny, ovoce a vína [69]. Paradoxně dokonce první kroky ekologického zemědělství, totiž produkce rýže na prvních malých plochách v druhé polovině 70. let, byly v rozhodující míře ovlivněny vývozem [70]. Nárůst domácího odbytu podpořily nejen výhodné podmínky na trhu (t.j. hlavně růst poptávky v Evropě), ale rovněž záměrně příznivá agrární politika.

Od ledna 1995 jsou ekologické zemědělství a ochrana půdy dotovány. Producenti mohou maximálně po pět let dostávat dotaci na plochu, která se liší podle plošiny a dalších proměnných [71].

Ačkoli se zdá, že rozhodující roli sehrály evropské trendy, studie rovněž upozorňují na vliv domácí poptávky. Tento faktor může v budoucnu ovlivňovat dnešní výraznou převahu produkce nad spotřebou.

Ačkoli konkrétní odhady zůstávají poměrně nepřesné, zdá se, že spotřeba rovněž roste [72]. Escudero pozoruje „*expansi poptávky po kvalitních a „přírodních“ produktech*“ a „*solidní poptávku*“ [73].

Protože domácí ekologické zemědělství výrazně překračuje potřebu a orientuje se na vývoz do Británie, Německa a dalších zemí EU, příležitosti pro potenciální importéry se víceméně omezují na zpracované potraviny. „*Kolem 50 procent bioproduktů se dováží, převážně z Německa, Nizozemska, Francie, Belgie a Itálie.*“ [74] Potenciál mají především müsli, sušenky, džemy, sojové mléko, těstoviny, cereálie a dětské výživy. Přes poměrně vysoký španělský vývoz zde stále zůstávají příležitosti k importu – země totiž ve skutečnosti dováží některé potraviny, u kterých 90 % domácí produkce exportuje, včetně italských obilnin, francouzské a německé zeleniny, tureckého, řeckého či italského ovoce nebo italského a francouzského vína [75].

Austrálie

Protože Austrálie není evropská země, neodpovídá její zařazení na první pohled rozsahu této analýzy. Významně ovšem ovlivňovala vývoj trhu v Evropské unii a samotnou ji evropské trendy rovněž značně ovlivňují. Na rozdíl například od USA, kde je trh saturován především místními producenty a americké ekologické zemědělství se orientuje hlavně na domácí spotřebitele.

Rozloha půdy obhospodařované ekologickým zemědělstvím je v Austrálii enormní – v absolutních číslech se země se svými 7,7 milióny hektarů dostala na první místo na světě. Protože ale většinou jde o málo intenzivní pastviny s nízkou relativní produktivitou, není tento údaj příliš vypovídající: hektar v ekologickém zemědělství v Austrálii není ekvivalentní hektaru v ekologickém zemědělství Velké Británie či Dánska.

Podobně jako v případě Itálie a Španělska byl „*růst...iniciován silnou poptávkou po ekologické produkci v zahraničí spíše než spotřebou na trhu domácím*“ [76]. Austrálie zajišťovala významnou část spotřeby obilnin ve dvou hlavních evropských deficitních zemích, Německu (10 % importu) a Velké Británii (15 % importu) [77].

Analýzy trhu ovšem poukazují na růst domácí spotřeby. Kinnear poznamenává, že „*Austrálie bude podle očekávání následovat Evropu*“ [78]. Australský trh již nyní roste o 25 % ročně, tedy mírně nad světovým průměrem [79]. Od roku 1990 se poptávka zvětšila šestinásobně [80]. Trh se odhaduje na 120-150 miliónů amerických dolarů ročně [81].

Nicméně australská produkce je nadále schopna domácí spotřebu pokrývat.

Export i deficit: Rakousko, Dánsko a Nizozemsko

Rakousko

Minimálně po pět let poslední dekády bylo Rakousko zemí s největším podílem ekologického zemědělství na celkové ploše – už roku 1995 dosáhlo 10 % podílu [82]. Po ukončení dočasného dotačního programu se ale rozloha od roku 1998 snížila [83]. Mimořádný růst způsobilo několik faktorů – vyšší dotace, rozvoj prodeje ve velkých řetězcích a větší zájem veřejnosti o ekologická témata a zdravé potraviny.

Ačkoli produkce v dlouhodobém srovnání stoupá, zaměření rakouského ekologického zemědělství a přírodní podmínky brání pokrytí poptávky z domácích zdrojů.

Rakousko vyváží rovněž maso a mléčné výrobky. Celkově exportuje asi třetinu produkce, zejména do Německa, Velké Británie a Švédska [84]. Má ovšem významný deficit ovoce, zeleniny, sóji a obilnin. Hlavními dodavateli ovoce a zeleniny jsou severní Itálie, Česká republika, Maďarsko, Francie, Belgie a Izrael. [85]

Prodej v supermarketech poznamenala především ostrá konkurence mezi dvěma největšími řetězci Billa a Spar, které v polovině 90. let soutěžily o získání kontroly nad trhem. To spotřebitelům zajistilo kvalitní nabídku a poměrně nízké ceny.

Rakouský trh nadále patří mezi největší v Evropě. Roční obrát se odhaduje na asi 220 miliónů euro [86] a očekávaný růst činí asi 15 procent ročně [87]. Mělo to několik příčin – zájem veřejnosti, vstřícnou agrární politiku a rozvoj nových subjektů na trhu. Země podstatnou část své produkce exportuje, zároveň má ale značný deficit některých komodit.

Dánsko

Dánsko má, podobně jako Rakousko, dlouhou historii veřejné i politické podpory ekologickému zemědělství. Jako jedna z prvních zemí na světě dalo už v roce 1988 ekologickému zemědělství specifický právní rámec. Konverzi stimuluje různými finančními nástroji. Aktivně podporuje rovněž prodej biopotravin [88]. V roce 2000 se ekologické zemědělství podílelo na celkové ploše půdy 6 procenty, země tedy byla na třetím místě v Evropské unii [89]. Agrární politika předpokládá, že do roku 2005 dosáhne 10 % [90].

Tomu odpovídá rozvoj poptávky. V některých komoditách tvoří biopotraviny kolem 20 procent trhu [91], představují asi 4 % celkového obrátu dánského obchodu s potravinami [92]. Desetina obyvatel utrácí více než 10 % rozpočtu své domácnosti na toto zboží [93]. Očekává se, že poptávka nadále poroste o 20-30 procent ročně [94].

Řetězec FDB očekává, že v roce 2001 budou tyto komodity představovat 11 % jeho prodeje – roku 1996 to byla 3 procenta [95].

Dánsko ročně exportuje potraviny z ekologického zemědělství v hodnotě kolem 15 miliónů dolarů [96]. Přesto není schopno pokrýt domácí poptávku [97]. V celkové bilanci vyváží jen dvě skupiny komodit – zeleninu (asi 25 % produkce jde na export) a obilniny (asi 20 %), převážně do jiných skandinávských států. Importuje ale 100 % vína a olejin, 90 % ovoce a 10 % vepřového masa i brambor [98]. Dovoz pochází převážně ze zemí Evropské unie.

Nizozemsko

Koncem 90. let se počet nizozemských farem hospodařících ekologickými postupy zvyšoval o 12-25 % ročně [99]. Tento

trend významně podpořila aktivní vládní politika, především program podpory ekologického zemědělství a biopotravin z roku 1996. Země by měla dosáhnout 10 % podílu ekologického zemědělství na obhospodařované půdě do roku 2010 [100].

Spotřeba se jen v roce 1999 zvětšila o 17 %, důležitou roli při tom hrál právě státem financovaný marketing, spolu se vstupem supermarketů na trh [101]. V příštích letech se očekává růst poptávky kolem 15-20 procent [102].

Důležitým katalyzátorem jsou v Nizozemsku právě supermarket. Už v roce 1997 se na prodeji podílely 20 %, z toho 40 % tvořila čerstvá produkce [103]. Svoji nabídku hodlají rozšiřovat, podle dvou hlavních řetězců (Albert Heijn a Dekamart) tomu ovšem brání nedostatečná produkce [104]. V roce 2000 Albert Heijn dosáhl podílu na trhu, který měly o tři roky dříve všechny supermarkety dohromady [105]. Ostatní se mu snaží konkurovat snižováním cen.

Hlavní bariéru na nizozemském trhu představuje nechuť spotřebitelů platit vyšší cenu za biopotravinu než za běžné zboží. Vzniká tak paradoxní situace, kdy supermarket trpí deficitem nabídky způsobeným nikoli nedostatkem těchto komodit jako takovým, nýbrž nedostatkem levné produkce. Pro domácí zemědělce je výhodnější odbyt exportovat než nabízet za nízkou cenu na holandském trhu. Proto například „jablka a hrušky musí být importovány ze zemí jako Izrael, Argentina, Chile, Nový Zéland a Jižní Afrika, kde jsou nižší výrobní náklady“ [106].

2.2. Evropské trendy

Už samotný přehled údajů pro jednotlivé klíčové země (kap. 2.1.) naznačuje rychlý růst poptávky po potravinách z ekologického zemědělství v západní Evropě – převážně tedy v zemích EU. K hodnocení jeho relevance pro české producenty je ale nezbytná analýza struktury, stability a příčin tohoto trendu.

Hodnoty růstu

Souhrnná, unifikovaná metodikou zpracovaná oficiální statistika spotřeby v Evropské unii neexistuje. Kompilací národních dat lze ale získat věrohodné výsledky se značnou vypovídací hodnotou.

Ekologické zemědělství se na potravinovém trhu Evropské unie podílí asi 3 % [107]. Obdobná je situace ve státech

EFTA. Reálný podíl se ale výrazně mění v závislosti na zemi. Ve skutečnosti totiž jde o široké spektrum hodnot pro různé státy, jež se liší až o řád – od 0,5 % v některých středomořských zemích po 4 – 5 % ve Skandinávii [108]. Mezi komoditami nejvyšších hodnot podílu na trhu dosahuje především mléko a mléčné výrobky v Rakousku a Dánsku a zeleniny ve Švýcarsku – pohybují se již kolem, někdy i překračují, 10 % [109].

Obecně klíčovou roli na trhu s potravinami z ekologického zemědělství hrají zelenina, obilniny, mléčné výrobky, brambory a ovoce [110].

Nejvíce za biopotravinu utrácí (útrata na obyvatele) Dánové, Švýcaři, Rakušané, Švédové, Nizozemci, Němci a Američané; nejrychleji tato hodnota roste ve Švédsku a na Novém Zélandě [111].

Světová spotřeba byla pro rok 1998 odhadována na 13-13,5 miliard [112] a v roce 2000 měla dosáhnout 20 miliard [113] [114] [115]. Dvanáct nejvýznamnějších evropských trhů (Švýcarsko a EU bez Řecka, Portugalska, Lucemburska a Irska) představovalo v roce 2000 celkem 6 miliard dolarů [116].

Zdaleka největší měrou – asi třetinou – se na evropském trhu podílí Německo, které následují Francie, Velká Británie a Nizozemsko [117].

Absolutní objemy nejsou samy o sobě příliš dramatické. Za pozornost ovšem stojí především enormní růst spotřeby. Ten se v posledních letech minulé dekády pohyboval v různých zemích mezi 10-40 procenty za rok [118]. Převažují přitom státy, kde činí více než 20 %. Nejvyšších hodnot dosahuje v Dánsku a Švédsku, následuje Velká Británie, Švýcarsko a Francie – poslední data však ukazují, že v Británii už překročil 50 procent.

V roce 2005 by ekologické zemědělství podle nových prognóz mohlo pokrývat kolem 5-10 % trhu [119].

Tyto odhady ovšem pocházejí z doby před poslední sérií potravinových skandálů v západoevropských zemích (nová vlna zájmu o BSE na přelomu let 2000/2001, do značné míry také epidemie slintavky a kulhavky). Ty se pravděpodobně projeví dalším zvýšením zájmu o produkci ekologického zemědělství a ještě výraznějším přesunem zákazníků, tedy v konečném důsledku opět akcelerovaným růstem poptávky. Obavy z rizikových potravin patřily doposud mezi hlavní příčiny růstového trendu, jak diskutujeme dále.

Povaha růstu

Podstatné ale nejsou jen absolutní hodnoty, ale především změna povahy trendů a trhu samotného.

Trh s produkty ekologického zemědělství se totiž v posledních letech dramaticky změnil. V úvodní „pionýrské“, fázi, která v některých evropských zemích trvala až desítky let, mu výrazně dominovala produkce. Fakt existence ekologicky hospodařících zemědělců byl primární příčinou, rozhodující o velikosti trhu, a nabídka provokovala zájem spotřebitelů. Nyní se ale determinujícím faktorem stává poptávka, která za sebou táhne produkci. [120]

Zároveň se tak postupně etabluje trh v pravém slova smyslu. V některých evropských zemích totiž doposud dost dobře nelze hovořit o skutečném trhu, převážně vinou regionální fragmentace a malého počtu dodavatelů [121]

Rozhodující obrat znamenaly politické a legislativní kroky na začátku 90. let (kroky k extenzifikaci zemědělství tehdejšího EHS na konci 80. let; evropské direktivy 2092/91 EC, regulující unifikované standardy, certifikaci a značení, a 2078/92/EC, jež zajišťuje podporu ekologickému zemědělství). Ne všude ale tato změna už beze zbytku proběhla. Například v Portugalsku stále ještě trhu dominuje produkce, v Itálii a Španělsku se zvýšila nabídka, nedošlo ale ještě k dramatické změně poptávky a významnou roli hraje export [122].

Důležitý faktor rovněž představuje skutečnost, že největší růst je koncentrován do několika klíčových zemí [123]. Většinou jde o státy s větší relativní produkcí, tedy podílem ekologického zemědělství na celkové ploše obhospodařované půdy. Existuje tedy korelace mezi rozvojem produkce a trhu, do značné míry daná patrně shodou preferencí spotřebitelů a tvůrců agrární politiky v té které zemi. Proto nepřekvapí, že tato souvislost je podstatně zřetelnější například u obilnin než u ovoce (protože u něj obvykle hraje významnější roli import).

Příčiny růstu spotřeby

Dramatický růst poptávky, který v takové míře (široké spektrum komodit) nemá v potravinářské produkci obdobu, není způsoben jedinou příčinou. Promítá se v něm několik faktorů různé povahy. Podle WTO a UNCTAD, které dnešní boom označují za „spektakulární“,

„[o]čekávání růstu je podepřeno nejen silným a stoupajícím zájmem spotřebitelů o zdravotní a ekologická témata, ale také cílevědomějším i agresivnějším marketingem a reklamou“ [124].

Příčiny se mohou v detailech nebo významu různých faktorů v jednotlivých zemích lišit. Například v Dánsku hrál důležitou roli zájem supermarketů, způsobený důrazem veřejnosti na ekologické dopady zemědělství, zatímco v Británii příčinou téhož jevu byla snaha řetězců získat obecně zelený profil. V dalších zemích je role supermarketů vůbec relativně malá. Nicméně spektrum hlavních příčin bývá zhruba stejné.

Kulturní změny: klíčovým a také nejvíce dlouhodobým trendem je postupná změna kulturních vzorců veřejnosti. Ta v průmyslových zemích klade stále větší důraz na ekologická témata a zdravý životní styl. Biopotraviny jsou přitom spotřebiteli vnímány jako „zdravější“.

K tomu se přidává rovněž zájem o sociální rozměr obchodu (tzv. fair trade), regionální a lokální specifika produktů či tradiční postupy výroby. Tato kritéria komodity ekologického zemědělství časem splňují.

Tento trend je ovšem pouze projevem širší proměny preferencí spotřebitelů, kteří obecně kladou větší důraz na kvalitu potravin a přísné standardy. Tyto priority zatlačují do pozadí cenu či konzumní atraktivitu zboží.

Produkty, jako jsou potraviny z ekologického zemědělství, proto přestávají být specialitou úzkého okruhu tzv. zeleně orientovaných zákazníků. Zájem o ně se rozšiřuje, především mezi příslušníky střední třídy (která sama navíc roste a bohatne).

Hlavní motiv pro nákup produkce ekologického zemědělství představuje přesvědčení zákazníků, že jsou zdravější či dokonce chutnější: potvrzují to data z Velké Británie [125] [126] i ze Švýcarska [127]. Ekologické a sociální aspekty hrají až sekundární roli, respektive rozhodující měrou ovlivňují jen relativně malou skupinu spotřebitelů – podle citovaných průzkumů 27, respektive 10 procent. Reflektují to rovněž prodejci, kteří při marketingu argumentují ve většině případů právě zdravím, zatímco ekologickými nebo sociálními aspekty až sekundárně [128].

Obavy z rizikových potravin: v druhé polovině 90. let poptávku po

zboží ekologického zemědělství významně podpořila série potravinových skandálů. Bezprostřední a velmi dramatický účinek měly na spotřebitele dvě vlny zájmu o BSE. Britský ministr zemědělství konstatoval, že „do značné míry v důsledku událostí kolem BSE došlo ke významnému poklesu důvěry veřejnosti v bezpečnost potravin a příslušné standardy“ [129].

Ale podobným efektem se projeví také případy kontaminace drůbeže dioxiny, listeriózy ve Francii, kontaminace potravin salmonelózou či bakteriemi *Escherichia coli*, prudká reakce evropské veřejnosti na geneticky modifikované plodiny a nakonec také epidemie slintavky a kulhavky.

Tyto skandály jsou spojovány s intenzivním zemědělstvím, ve které spotřebitelé ztrácejí důvěru. Podporují je rovněž obavy z dalších rizikových látek v potravinách, zejména pesticidů či antibiotik. Zároveň zákazníci ve stále větší míře kladou důraz na zdravé potraviny, mimo jiné proto, že skandály přispěly k zájmu o intenzivní zemědělství a tedy také povědomí veřejnosti o jeho praxi – které ovšem dále prohloubilo obavy spotřebitelů. Obojí se projevuje tím, že přecházejí na produkty ekologického zemědělství.

Například jen během jedné ze špiček několikileté kontroverze nad geneticky modifikovanými organismy v únoru 1999 ve dvou předních britských supermarketech (Tesco a ASDA) vyskočil prodej biopotravin o 20 % [130].

Bezprostřední příčina je primární: obavy z rizikových potravin, za které mají zákazníci tendenci produkty intenzivního zemědělství považovat, a přesun k poměrně snadno dostupné alternativě.

Potravinové skandály se ale projeví také v tendencích ke změně agrární politiky,

což se ovšem sekundárně promítá rovněž do trendů na trhu s potravinami. Vliv tohoto faktoru diskutujeme dále.

Vstup supermarketů na trh: nezanedbatelnou roli hrál také vstup supermarketů na trh.

Trhu s potravinami z ekologického zemědělství tradičně dominovaly malé, specializované obchody zaměřené na zeleně orientované spotřebitele nebo zdravou výživu, popřípadě přímý prodej (trhy, přímé dodávky od zemědělců). Během 90. let na něj ve stále větší míře vstupují supermarkety [131]. Dnes většina významnějších evropských řetězců biopotraviny nabízí [132].

Přístup různých společností k biopotravinám se ovšem liší. Některé řetězce (britský Planet Organic, německá Alnatura či Wild Oats a Whole Foods ve Spojených státech) se programově zaměřují výhradně na toto zboží a hrají tedy roli jakési modernější verze specializovaných obchodů [133].

Kvantitativně větší význam ale má prodej v konvenčních supermarketech. Míra, v jaké přecházejí na potraviny z ekologického zemědělství, se mezi řetězci dramaticky liší. Některé je prodávají pouze jako marginální, luxusní zboží pro specializované zákazníky a omezují se především na suché zboží (čaj, káva, cereálie). Jiné nabízejí celé široké spektrum artiklů, řádově vyšší stovky. [134] Obecně vzato nesespecializované obchody hrají obvykle důležitější roli při prodeji zeleniny a brambor [135].

Ve Velké Británii se poměrně vysoká úroveň prodeje (přes 450 artiklů) stává standardem mezi hlavními supermarkety [136]. Progresivní řetězce hrají roli inovátora, reflektujícího spotřebitelské trendy v předstihu před konkurencí, která je postupně následuje. Postupně se tak mění celý trh.



Rovněž „obecně vzato data ukazují, že cenové zvýhodnění ekologických základních potravin se rostoucí měrou snižuje tak, že se přibližují konvenčnímu zboží“, konstatují Richter et al. [137].

Obecně lze identifikovat trend rozrůstajícího se supermarketového trhu a rozšiřování nabídky jednotlivými společnostmi. Nyní už začíná zasahovat i do specifických komodit, jako je mražené nebo připravené zboží či limonády [137].

Prodeji odpovídá také angažovanost supermarketů. Ty, které toto zboží zařazují ve velké míře, jej obvykle také intenzivně inzerují a ekologickou orientaci zařazují do svého image [138]. To dále zvyšuje respekt spotřebitelů k těmto komoditám a tedy přispívá k rozšiřování trhu. Někde, například ve švýcarském řetězci Coop, jde navíc o součást širšího kombinovaného marketingu ekologického zboží [139].

Naproti tomu společnosti, které těmto potravinám ponechávají jen marginální pozici v nabídce, celkem pochopitelně také nevyvíjejí žádnou specifickou marketingovou aktivitu.

Intenzivní marketing a nabídka zboží ve formě přijatelnější pro masového zákazníka, kterými se supermarkety liší od specializovaných obchodů a přímého prodeje, učinily potraviny z ekologického zemědělství akceptovatelnějšími pro běžné spotřebitele. Zároveň supermarkety, stejně jako přímý prodej, přispívají k diverzifikaci obchodu s těmito komoditami a zvyšují hustotu prodejních míst. Geier se domnívá, že pod vlivem řetězců by se trend na trhu mohl změnit z růstu na jev, který označuje termínem „velký třesk“ [140].

Význam supermarketů se ovšem výrazně liší v závislosti na zemi. Rozhodující jsou především ve většině skandinávských

států, kde s podíly kolem 90 % prakticky kontrolují trh, v Rakousku a Velké Británii. V Německu, na málo rozvinutých trzích (Středomoří) či v Nizozemsku doposud převažují malé specializované obchody. To ostatně přispívá k pomalejšímu růstu trhu v Německu ve srovnání s ostatními západoevropskými státy. Ale i například v Itálii se podíl supermarketů na trhu v průběhu druhé poloviny 90. let zvětšil z 10 na 45 procent [141].

Rozvoj ekologického zemědělství: podobně dramaticky jako poptávka roste v západoevropských zemích také produkce.

Rozloha ekologicky obhospodařované půdy se v dnešních zemích EU a EFTA (Švýcarsko, Norsko, Lichtenštejnsko, Island) v letech 1985-2000 zvětšila na 43násobek, z 94 000 na více než 4 milióny hektarů [142].

V průměru EU činí růst plochy v ekologickém hospodářství během poslední dekády kolem 28 % ročně, reálně ale překračuje 30 %, s výjimkou Velké Británie, Francie, Německa, Lucemburska a Nizozemska [143]. Nejsilnější byl tento trend ve skandinávských a středomořských zemích [144]. Akceleroval přitom ve druhé polovině 90. let.

V některých zemích (Švédsko, Rakousko, Švýcarsko) se tak plocha ekologicky obhospodařované půdy blíží nebo i překračuje 10 % zemědělských pozemků. Rovněž tento údaj ale není zcela vypovídající – ve skutečnosti totiž existují značné rozdíly mezi regiony, neboť v některých oblastech již podíl dosáhl 30 procent [145].

V příštích letech bude tento trend dále akcelerovat, především proto, že díky potravinovým skandálům, hlavně BSE, získává oficiální podporu a stále silněji se promítá rovněž do agrární politiky.

BSE vytvořila v evropských médiích, mezi politiky i spotřebiteli „náladu revolty proti intenzivnímu zemědělství“ [146] a „bude žít nově hlasy požadující radikální reformu evropské zemědělské politiky“ [147]. Společná zemědělská politika EU (CAP) i jednotlivé členské země budou pravděpodobně v příštích letech klást větší důraz na ekologické aspekty.

Proto Franz Fishler, evropský komisař pro zemědělství, v lednu 2001 v reakci na rozšiřující se skandál s BSE řekl, že unie by měla „podporovat a prosazovat ekologické metody [zemědělské] produkce, které [zároveň] respektují potřeby zvířat“. Krátce nato následoval první balíček konkrétních návrhů. Další opatření se očekávají v blízké budoucnosti.

Nová spolková ministryně zemědělství zase v únoru 2001 oznámila, že vláda hodlá do roku 2010 dosáhnout cíle 20 % podílu ekologické produkce na ploše zemědělské půdy v Německu. Zároveň chce radikálně změnit orientaci CAP. The Economist komentuje, že německá iniciativa „má zajištěnou dobrou průchodnost v celé Evropě“ [148]. Reálně se také začíná diskutovat o větší roli národních vlád v rozdělování dotací, což by v praxi rovněž posílilo ohled na ekologické aspekty.

Tento trend se ovšem zpětně promítá na trh, a to dvojím způsobem.

Za prvé zvětšující se nabídka umožňuje lépe pokrývat poptávku, která nyní trpí nedostatkem. Dovoluje tedy, aby se růst spotřeby skutečně realizoval. Přínejmenším potenciálně by tento trend měl vést také k poklesu cen.

Zároveň se ovšem projevuje efekt nepříjemný. Široká politická podpora přispívá k akceptovatelnosti produktu a důvěře zákazníků v něj. Zboží přestává být v očích spotřebitelů marginální komoditou, vnímanou jako specialita, jež nepatří mezi běžné zboží. „Produkce ekologického zemědělství ztratila svůj esoterický image a stává se snadno dostupnou alternativou pro běžného spotřebitele“, popsala tento trend bývalá evropská komisařka pro životní prostředí Ritt Bjerregaardová [149]. Oficiální trendy a komentáře politiků k němu významnou měrou přispívají. To ovšem dále rozšiřuje trh.

Podobně se ostatně očekává, že nový federální standard pro certifikaci produktů ekologického zemědělství, zavedený v USA na začátku roku 2001, podpoří americký trh [150].



Nedostatečná produkce

Většina klíčových evropských trhů čelí nedostatku potravin z ekologického zemědělství [151], jak ostatně pro některé země diskutuje již kapitola 2.1. Podle WTO a UNCTAD proto

„[v] krátko– až střednědobé perspektivě bude hlavním problémem nepostačující nabídka ekologických produktů, spíše než nedostatek poptávky. Ačkoli domácí produkce rychle roste, na mnoha trzích, například ve Francii, poptávka stoupá ještě rychleji. To otevírá příležitost pro dodavatele, včetně exportérů..., a to nejen ty, kteří již produkují, ale rovněž pro další, kteří by vyrábět teprve chtěli začít.“ [152]

Deficit neznamená jen ztrátu příležitosti pro domácí zemědělce, kterých mohou využít importéři. V některých zemích představuje determinující faktor trhu, protože efektivně brání rozvoji jeho plného potenciálu. Důležitý je tento trend hlavně pro masové prodejce bez vlastního produkčního zázemí nebo úzkého, dlouhodobého vztahu ke konkrétním producentům, tedy supermarketům. Ale ve Spojených státech označili při průzkumu „Nedostatečnou nabídku na trhu“ za hlavní bariéru především respondenti z řad specializovaných distributorů [153].

Například Velká Británie importuje kolem 75 % domácí spotřeby. Ani prudce stoupající domácí produkce není schopna pokrýt roční pětapadesátiprocentní růst poptávky. Supermarkety v Británii prodávají 67 % biopotravin [154]. Krize motivovala několik významných řetězců k tomu, aby oficiálně podpořily návrh zákona, který stanoví cíl 30 % podílu ekologického hospodaření na britské zemědělské půdě do roku 2010 [155]. Největší rozdíl mezi spotřebou a domácí výrobou je u nápojů, ovoce a zeleniny [156].

Zástupci supermarketů rovněž apelovali na farmáře, aby přešli na ekologické hospodaření [157]. Podobně v Dánsku patří supermarketům mezi hlavní zastánce rozvoje ekologické produkce [158].

Stabilita trendů

Otázkou ovšem zůstává stabilita těchto trendů. Pokud představují pouze bezprostřední reakci spotřebitelů na potravinové skandály, mohly by časem odeznít a nemusí tedy pravděpodobně mít dlouhodobou perspektivu.

Tato hypotéza je ovšem nepravděpodobná. Ministerstvo zemědělství Spojených států se ve své analýze uzavírá, že „*je silná pravděpodobnost pokračování [tohoto] růstu během celé nadcházející dekády*“ [159].

Boom ekologického zemědělství, respektive poptávky po jeho produkci, není pouze reakcí na potravinové skandály, ale projevem dlouhodobé kulturní změny, kterou události posledních let pouze akcelerovaly. Dokládá to několik skutečností.

Trend trvá již delší dobu: potravinové skandály byly otázkou posledních několika let. Sérii otevřela první vlna zájmu o BSE v roce 1996, skutečně intenzivní obavy spotřebitelů se objevily dokonce ještě později v druhé polovině 90. let.

Naproti tomu prudký růst poptávky po potravinách z ekologického zemědělství je podstatně staršího data. První prognózy, hovořící o růstu kolem 25 % ročně, se týkaly už první poloviny začínající dekády a pocházejí z roku 1991: byly tehdy považovány za nejen realistické, ale dokonce konzervativní [160].

Prognózy odhadují, že růst bude pokračovat a do roku 2010 by objem světového trhu měl dosáhnout asi 100 miliard dolarů [161].

Trend není specificky evropský: potravinové skandály se soustředily na Evropu a významným veřejným tématem se staly převážně zde. Boom ekologického zemědělství přesto není omezen na jediný kontinent. Ve skutečnosti „*trh...rapidně roste ve většině zemí*“ [162].

Ekvivalentní vývoj lze sledovat například ve Spojených státech, včetně velmi podobných hodnot – spotřeba se ročně zvětšuje asi o 20 % [163] [164], v posledních letech dosahuje až 25 % [165]. V některých komoditách (například mražené potraviny, mléko a mléčné výrobky, obilniny a pečivo) ale výrazně překračuje 30 % [166]. Přitom pro obchod s potravinami jako celek činí míra růstu pouze 2,5 % [167]. Marketingový výzkum Hartman Group zároveň zjišťuje, že se podstatně rozšiřuje skupina zákazníků nebo potenciálních zákazníků, respektive rychle mizí spotřebitelé, kteří o toto zboží a priori nemají zájem. Dospívá k závěru, že

„postupný růst...je součástí dlouhodobého trendu v amerických stravova-

cích návycích. Biopotraviny už nenakupuje pouze úzká skupina nadšenců.“ [168]

V roce 2003 by tak prodej v USA měl překročit hodnotu 13 miliard dolarů, tedy dnešní objem světového trhu [169].

Podobně roste poptávka rovněž v Japonsku, které přitom nehraje marginální roli, jak by se mohlo zdát. Japonský trh se už v roce 1997 pohyboval kolem 1 miliardy dolarů a je po USA a Německu třetí největší na světě [170]. FAO očekává, že trh v Japonsku a Singapuru poroste v příštích letech o 20 % ročně [171]. Existují dokonce názory, podle kterých by Japonsko mohlo během 10 let dosáhnout spotřeby ve výši 30-40 miliard dolarů a zaujmout první místo [172]. Ekvivalentní trendy lze sledovat například v Austrálii, na Novém Zélandě i jinde.

Trend má ekvivalent v dalších oblastech: „*fenomenální*“ [173] růst spotřeby není jevem specifickým pro tento sektor. Podobně mimořádně úspěšné jsou také další ekologické alternativy konvenčních produktů.

Haestová poznamenává, že

„růst se nese na krátkodobé vlně zájmu o zdraví a bezpečnost potravin; důležitější ale je, že také reaguje na dlouhodobý zájem o společenská témata“ [174].

Například podobně stoupá počet klientů tzv. sociálně odpovědných investicních či penzijních fondů. Objem prostředků, se kterými hospodaří tyto instituce v USA, se v letech 1997-99 zvýšil o více než 100 procent, ve srovnání s konvenční konkurencí tedy zaznamenaly dvojnásobný růst [175]. Stejně roste spotřeba dřeva a dřevěných výrobků, certifikovaných mezinárodní značkou šetrného lesního hospodářství Forest Stewardship Council (FSC). Certifikované ekologicky produkované dřevo pokrývá ve většině západoevropských zemí kolem 5 % trhu. Jejich podíl rapidně roste: trh se ročně zvětšuje o 100-150 procent. [176]

Růst ekologické orientace veřejnosti se tedy promítá ve větší spotřebitelské preferenci „zelených“ sektorů, nejen konkrétně ekologického zemědělství. Podobný je rovněž trend rostoucího zájmu velkých producentů či řetězců o tyto trhy.

3. Exportní příležitosti pro české zemědělství

Kapitola 2 demonstrovala, že poptávka po produkci ekologického zemědělství rychle roste a tento trend je dlouhodobě stabilní. Diskutovány byly rovněž vzájemné interakce mezi trhem a nabídkou, t.j. rozvojem ekologického zemědělství. V této kapitole analyzujeme relevanci těchto trendů pro český agrární sektor.

3.1. Potenciál rozvoje

Význam západoevropského trendu je pro české zemědělství významný ze tří důvodů.

Preference českých spotřebitelů pravděpodobně postupně budou kopírovat zahraniční trend. Producenti se mu musí přizpůsobovat, pokud nechtějí ztrácet stále významnější část domácího trhu.

Zároveň musí trend reflektovat kvůli zachování své konkurenceschopnosti na mezinárodním, zejména evropském trhu.

Ale především rostoucí zájem o potraviny z ekologického hospodaření představuje mimořádnou příležitost pro získání dalších, nových pozic na trhu – a tedy nikoli jen zachování, ale rozvoj exportního potenciálu českého zemědělství.

Poptávka po těchto potravinách v evropských státech – ale také jinde – nadále poroste. Do konce dekády by objem světového obchodu mohl dosáhnout 100 miliard dolarů ročně, Evropská unie přitom bude největším jednotlivým trhem. Domácí producenti v klíčových zemích nejsou schopni požadavky spotřebitelů pokrýt, což vyžaduje značný import. Analýzy očekávají, že tato situace se v příštích letech nezmění a nedostatek nabídky bude představovat hlavní bariéru rozvoje tohoto sektoru.

To představuje příležitost pro české exportéry. Nabízí se zde již nyní poměrně významný a rychle se zvětšující trh, který trpí nedostatkem produkce a může být pokryt. Tohoto potenciálu už využívá dokonce i řada zemí třetího světa [177].

Formulování exportní strategie přitom musí brát v úvahu, že evropský trh není uniformní. Země se liší nejen absolutní i relativní velikostí spotřeby či skladbou produkovaných komodit, ale také mírou saturace poptávky z domácích zdrojů.

Situaci hlavních států diskutuje kapitola 2.1. Klíčové země závislé na dovozu jsou Velká Británie, Švédsko, Švýcarsko, Francie a Německo; v některých komoditách

rovněž Dánsko a Rakousko. Deficitu ale čelí rovněž menší Lucembursko a Norsko [178]. Hlavní importéry představují Velká Británie a Německo, ačkoli německý trh díky regionalizaci a menší úloze supermarketů podstatně větší měrou pokrývají místní producenti.

Ovšem třeba Itálie, obecně významný exportér, také dováží množství mléka a mléčných výrobků [179].

Rakousko, země s poměry v mnoha charakteristikách podobných českým (geografická poloha, částečně i přírodní podmínky) a přitom jeden z vedoucích států tohoto sektoru, exportuje především do Německa, Velké Británie a Dánska, důležitou roli ve vývozu hrají maso a mléčné výrobky [180].

Důležitými vývozci jsou Dánsko a Nizozemsko [181]. V případě Nizozemska, kde sídlí řada významných společností podnikajících v mezinárodním obchodu s potravinami, však pravděpodobně jde do značné míry o reexport a data tedy nemusí příliš vypovídat o skutečném importním potenciálu země.

Nejčastěji importované komodity jsou v evropských zemích ty objemově důležité – obilniny, zelenina a ovoce, brambory. V dovozu olejin hrají důležitou roli olivy, ale potenciál existuje také pro další druhy, pěstované v českých podmínkách. Naproti tomu poměrně minimální je podle dostupných údajů import živočišných produktů. [182]

Význam pro české exportéry rovněž klesá s rostoucím podílem přímého prodeje, který z podstaty věci kontrolují lokální zemědělci. Stojí za zmínku, že komoditou s nejvyšším počtem zemí, kde přímý prodej hraje důležitou roli, je opět hovězí maso (více než 30 % v Belgii, Španělsku, Itálii, Švýcarsku a Lucembursku) [183].

Agrární politika vlády ekonomicky a exportní potenciál tohoto sektoru příliš nereflektuje. Ekologické zemědělství uvažuje pouze jako prostředek ke snížení negativních vlivů produkce, tedy jeden – nota bene nejvíce marginální – environmentální program [184].

Politika předpokládá, že v horizontu konce roku 2002, případně vstupu do Evropské unie, by rozloha takto obhospodařovaných ploch mohla dosáhnout 20-50 tisíc hektarů [185]. Necháme-li stranou otázku kvalitativní (devadesátiprocentní podíl trvalých travních porostů), tuto

hodnotu ale překročila už v roce 1998, kdy ministerstvo zemědělství dokument připravilo, a dnes činí 166 000 ha [186].

Relativně malá domácí poptávka zde přitom nehraje důležitou roli. Neplatí, že vysoké produkce potravin z ekologického zemědělství musí nutně dosahovat země se značnou spotřebou. Třeba Itálie se na spotřebě Evropské unie podílí méně než 14 %, zatímco na produkci více než 26 % [187] [188]. Novozélandský export bezmála z 50 % směřuje do Japonska, hned na druhém místě jsou ale evropské země s 33 % [189].

3.2. Komparativní výhody českého zemědělství

Zároveň má české zemědělství některé přednosti, které jej v konkurenci o trh s potravinami z ekologické produkce staví do výhodnější pozice než další země.

Relativně nízká spotřeba agrochemikálií: české zemědělství spotřebuje na hektar zřetelně méně agrochemikálií, než země Evropské unie. Příčinou je nízká kupní síla domácích zemědělských subjektů.

Průměrná spotřeba pesticidů činí 0,97 kg/ha. Země Evropské unie se navzájem značně liší, s výjimkou dvou (Švédsko a Finsko) mají ovšem vyšší spotřebu než Česká republika, většinou poměrně výrazně (pouze dvě další země, Španělsko a Dánsko, vykazují méně než dvojnásobek české hodnoty). Podrobně tento rozdíl ilustruje tabulka 2.

Podobná situace je u průmyslových hnojiv, kde nižší relativní spotřeby dosahuje pouze jedna země Evropské unie (Portugalsko) a další jedna či dvě (Švédsko, případně Španělsko) jsou srovnatelné (viz tabulka 3).

Nižší spotřeba agrochemikálií pochopitelně přechod na ekologické zemědělství, které jejich použití vylučuje, poněkud usnadňuje. Čeští producenti tedy mohou být v určité výhodě.

Image čisté země: s nízkou spotřebou agrochemikálií souvisí rovněž image země s relativně čistou a zdravou zemědělskou produkcí, které Česká republika získala.

Zemi téměř minuly evropské potravinové skandály. Především se zde vyskytly pouze dva případy BSE, což hraje klíčovou roli: české zemědělství proto může být spotřebiteli vnímáno jako poměrně

bezpečné a zdravé. Podobný efekt ale má rovněž skutečnost, že se zemi vyhnuly další podobné problémy, a potenciálně také nízká spotřeba agrochemikálií.

Toto pozitivum není doposud evropskými spotřebiteli vnímáno. Ve spojení se silnou orientací na ekologické zemědělství a při efektivní marketingové strategii jej ale země může získat a obchodně z něj profitovat.

Transformace: domácí zemědělství doposud není stabilizováno, během příštích let navíc k transformaci přibude další vlna změn, souvisejících se vstupem do Evropské unie. Předpokládá se, že intenzivnější konkurence bude mít spíše negativní dopady. Vstup do unie bude tedy dále komplikovat postavení českého zemědělství a učiní jej ještě zranitelnějším.

Rozvoj ekologického hospodaření se přitom v Evropě opakovaně ukázal být efektivní strategií reagující na období nestability, kterou zemědělství reagovalo na přechodně obtížnou situaci. V Rakousku došlo k boomu tohoto sektoru v období kolem vstupu do Evropské unie, kdy se, podobně jako v českém případě, výrazně zvýšila konkurence. Velká Británie zažila prudký nárůst konverzí na ekologické hospodaření po roce 1996, kdy se farmáři ocitli v krizi způsobené kombinací BSE, silné libry komplikující export a snižujících se cen i dotací; naproti tomu v období relativní prosperity v letech 1992-95, jehož příčinou byla reforma CAP a nízká hodnota libry, docházelo ke změnám jen minimálně. Sjednocení Německa vedlo k rozvoji ekologického zemědělství v nových spolkových zemích. [193]

Podobně české zemědělské subjekty mohou orientací na perspektivní sektor snížit dopady nových obtíží, které vstup do Evropské unie vyvolá.

Kompatibilita certifikace s EU: výraznou výhodu má přitom český zemědělský sektor rovněž ve srovnání s konkurenty ve většině kandidátských zemí. Česká certifikace ekologického zemědělství je uznávána Evropskou unií jako kompatibilní. Domácí produkci je tedy možné v zemích EU nabízet jako výrobek ekologického zemědělství splňující normy unie.

Podobné postavení má pouze pět dalších zemí – Maďarsko, Švýcarsko, Argentina, Austrálie a Izrael. Čeští producenti tak získávají poměrně exkluzivní postavení, výrazně je zvýhodňující oproti dodavatelům z dalších kandidátských i jiných zemí.

3.3. Rizika

Zároveň je ale nezbytné poukázat na některá rizika, jež v sobě výrazná orientace českého zemědělství na rozvoj ekologického hospodaření skrývá. Problém přitom nepředstavuje strategie samotná, nýbrž způsob její realizace.

Přemrštěná očekávání: není realistické očekávat, že všichni evropští spotřebitelé v dohledné době bezezbytku přejdou na biopotravinu.

Stejně tak tato orientace není samospásným řešením veškerých problémů českého agrárního sektoru. Nejen, že není reálné očekávat konverzi všech nebo většiny domácích zemědělských subjektů v průběhu jedné nebo dvou dekád. Především by taková neselektivní transformace sice možná dlouhodobě antipocipovala, avšak výrazně předběhla spotřebitelský trend. Záměr stoprocentní či většinové konverze v této časové perspektivě by tedy, přes nesporná ekologická pozitiva, byl přemrštěně ambiciózní.

Navíc by některé problémy českého agrárního sektoru neřešila. Je proto nezbytné určit realistický cíl, odpovídající možnostem zemědělství, trendům na trhu a očekávané poptávce evropských spotřebitelů.

Tabulka 2. Spotřeba pesticidů v zemích Evropské unie, Švýcarsku a České republice (tis. kg/ha obdělávané půdy)

Velká Británie	3,4
Švédsko	0,4
Španělsko	1,4
Portugalsko	3,1
Nizozemsko	11,7
Itálie	4,1
Irsko	2,3
Řecko	2,4
Německo	2,9
Francie	4,3
Finsko	0,4
Dánsko	1,9
Belgie a Lucembursko	5,8
Rakousko	2,1
Švýcarsko	3,7
Česká republika	1,0

Zdroj: ProNatura/FoE Europe [190], MŽP [191]

Lze proto, jak už diskutujeme výše, doporučit, aby vláda v agrární politice usilovala o přechod 20 % půdy na ekologické zemědělství do roku 2010. Podobný cíl stanovila spolková vláda v Německu, Švédsko jej hodlá dosáhnout v roce 2005.

Rozvoj na papíře: české zemědělství může mimořádné příležitosti, kterou představuje prudce rostoucí zájem evropských spotřebitelů o potraviny z ekologického hospodářství, využít ke svému rozvoji. Nestačí k tomu ale deklarace, která by se neopírala o další opatření.

Nezbytná je aktivní podpora konverze, spočívající především v úpravě dotačního systému, kvalitním poradenství a informačním servisu. Případně by měla být součástí balíčku nejen dotačních, ale také jiných fiskálních a informačních opatření, podporujících mimo jiné také více ekologickou orientaci konvenčních producentů. Za zvážení stojí například daňová stimulace nižší spotřeby agrochemikálií a podmínění přidělování dotací splněním určitých minimálních standardů.

Jednostranná orientace: české ekologické zemědělství trpí téměř výlučnou orientací na jeden typ kultur – trvalé travní porosty, jež tvoří přes 90 % certifikovaných ploch [194].

Tabulka 3. Průměrná spotřeba průmyslových hnojiv v zemích Evropské unie (mimo Lucemburska), Švýcarsku a České republice v letech 1995-97 (kg/ha obdělávané půdy)

Velká Británie	343
Švédsko	113
Španělsko	123
Portugalsko	84
Nizozemsko	821
Itálie	227
Irsko	533
Řecko	133
Německo	250
Francie	262
Finsko	147
Dánsko	167
Belgie	1475
Rakousko	168
Švýcarsko	258
Česká republika	107

Zdroj: WRI/UNEP/UNDP/World Bank 2000 [192]

Udržování této jednostranné skladby způsobí závislost českého ekologického zemědělství na úzkém okruhu komodit. Zároveň se tím ztrácí exportní příležitosti na ostatních segmentech trhu s těmito potravinami.

Skok bez rozmyslu: tato studie se zabývá obecným trendem rostoucí spotřeby potravin z ekologického zemědělství. Výzkum specifických národních podmínek by ale překračoval její možnosti. Přitom situace jednotlivých států v Evropě se poměrně výrazně liší co do saturace domácí poptávky i významu různých komodit na trhu.

Přitom efektivní marketingová strategie musí tyto rozdíly reflektovat. Nezbytný je proto výzkum jednotlivých národních trhů, který českým zemědělským subjektům poskytne základní informace nejen o poptávce a exportních možnostech, ale také například o specifických legislativních odlišnostech, spotřebitelských preferencích či struktuře prodejců nebo přímo kontakty na importéry.

Zároveň by ministerstvo zemědělství mělo české producenty aktivně informovat

o exportních příležitostech, které ekologické hospodaření představuje.

Ekologická negativa: přeprava potravin na velké vzdálenosti s sebou nese nezanedbatelné ekologické dopady, především atmosférické emise způsobené dopravou, popřípadě spotřebu energie na uchování zboží v kvalitním stavu.

Očekává se, že v letech 1992-2004 naroste mezinárodní doprava zboží o 70 procent, potraviny na tom mají značný podíl [195]. Britský výzkum ukázal, že dovoz jihoafrických jablek způsobuje ve srovnání se zbožím ze zdrojů vzdálených do 30 kilometrů celkem 600násobně větší emise oxidů dusíku [196]. Na každý kilogram kiwi importovaného z Nového Zélandu připadá 5 kg oxidu uhličitého [197].

Nezbytná je proto podpora opatření, jež budou stimulovat zmenšování vzdáleností mezi produkcí a spotřebou potravin. Exportní orientace ekologického zemědělství v tomto kontextu může mít poněkud kontraproduktivní efekt.

Přesto několik důvodů toto negativum snižuje. Protože na hlavních evropských trzích je nedostatek potravin z ekologického zemědělství, případný český vývoz v praxi nebude znamenat konkurenci lokální produkci, ale jiným importérům nebo konvenčnímu zemědělství. Nepříznivé dopady dopravy do určité míry omlouvají vznikající pozitivní – konverze na ekologické hospodaření. V některých případech dokonce dojde k substituci importované, nikoli domácí konvenční produkce, takže efekty v samotném zemědělství budou pozitivní, zatímco dopady dopravy stejné.

Nicméně by čeští producenti z ekologických důvodů neměli usilovat o obsazení trhů na jiných kontinentech – přinejmenším potravinami, které v daných přírodních podmínkách lze získávat z domácích zdrojů. Taková komerční strategie by poškozovala charakter ekologického zemědělství v očích spotřebitelů a mohla tedy, především v dlouhodobé perspektivě, vést paradoxně ke ztrátám pozic na potravinovém trhu.

4. Prameny

- [1] Zemské noviny 25.8.2001
- [2] ČTK 21.6.2001
- [3] Compagnoni, A.: 1989 to 1999. Ten years that changed bio-Italy, Ecology and Farming September 1999: 19-20
- [4] Italy: organic food products, US Department of Agriculture Foreign Agricultural Service, Milan 1999
- [5] Willer, H., et Yussefi, M.: Ökologische Agrarkultur Weltweit 2001 – Organic agriculture worldwide 2001. Statistiken und Perspektiven – Statistics and perspectives, Stiftung Ökologie & Landbau, Bad Dürkheim 2001
- [6] Gauthier, R.: Organic food market potential and regulations, US Department of Agriculture Foreign Agricultural Service, Paris 1996
- [7] Gauthier, R.: French demand for organic food is skyrocketing, US Department of Agriculture Foreign Agricultural Service, Paris 1997
- [8] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [9] Reynaud, M., et Schmidt, W.: Organic agriculture in France, www.organic-europe.net/country_reports/pdf/2000/france.pdf, 17.8.2001
- [10] Gauthier, R.: Update on French organic consumers & market, US Department of Agriculture Foreign Agricultural Service, Paris 1998
- [11] Gauthier, R., cit. 10
- [12] The University of Wales Organic Centre Wales: Certified and policy-supported organic and in-conversion land area in Europe (ha), www.organic.aber.ac.uk/eur%20land%20area%20july2001.htm, 16.10.2001
- [13] Schmidt, G., et Willer, H.: Ökologischer Landbau in Europa – Statistik 2001 vorläufig, www.soel.de/inhalte/oekolandbau/statistik_europa.html, 21.8.2001
- [14] Sharpless, M.R., et Gauthier, R.: France: organic farming increased during 1998, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, Paris 1999
- [15] Gauthier, R., cit. 10
- [16] Sharpless, M.R., et Gauthier, R., cit. 14
- [17] The University of Wales Organic Centre Wales, cit. 12
- [18] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [19] Achilles, D.: Germany organic, U.S. Department of Agriculture GAIN report, Bonn 1999
- [20] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [21] Achilles, D.: A guide to exporting food and beverage products to Germany. The organic market, U.S. Department of Agriculture, Bonn 1998
- [22] Achilles, D.: Market Brief – organic market, U.S. Department of Agriculture, Bonn 1996
- [23] Tamtéž
- [24] Achilles, D., cit. 21
- [25] Tamtéž
- [26] Colman, N.A.: Organic foods report. Information request for market opportunities for U.S. organic products, US Department of Agriculture special request report, Stockholm 1996
- [27] The University of Wales Organic Centre Wales, cit. 12
- [28] Market brief – product Sweden: organic products, US Department of Agriculture Service Foreign Agriculture Information Network, Stockholm 1998
- [29] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [30] Michelsen, J., Hamm, U., Wynen, E., et Roth, E.: The European market for organic products: growth and development, (Organic farming in Europe Economics and Policy Vol. 7), University of Hohenheim, Hohenheim/Stuttgart 1999
- [31] USDA, cit. 28
- [32] Tamtéž
- [33] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [34] USDA, cit. 28
- [35] Současný stav ekologického zemědělství, finanční podpora a její strategie v zemích EU, Ministerstvo zemědělství, nedatováno
- [36] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [37] Niggli, U.: Organic farming in Switzerland, www.organic-europe.net/country_reports/pdf/2000/switzerland.pdf, 17.8.2001
- [38] Wyler, A.: Market development reports: Swiss organic market, US Department of Agriculture voluntary report, Bern 1998
- [39] Niggli, U., cit. 37

- [40] Tamtéž
- [41] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [42] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [43] Wyler, A., cit. 38
- [44] Wyler, A., cit. 38
- [45] Jones, J.: UK organic food: product brief, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, London 2000
- [46] Chapman, C.T.: Agricultural situation: organic food market – update, U.S. Department of Agriculture voluntary report, London 1997
- [47] Organic food and farming report 2000 – summary, fact sheet, Soil Association, Bristol 2001
- [48] Memorandum submitted by the Soil Association (F62), in: House of Commons Agriculture Committee Second Report: Organic Farming, January 2001, www.publications.parliament.uk/pa/cm199900/cmselect/cmagric/681/0110103.htm, 13.3.2001
- [49] The University of Wales Organic Centre Wales, cit. 12
- [50] PA News 25.10.2000
- [51] Jones, J., cit. 45
- [52] Organic facts and figures – October 2001, Soil Association, Bristol 2001
- [53] Organic farming in the UK, www.organic-europe.net/country_reports/pdf/2000/britain.pdf, 17.8.2001
- [54] Tamtéž
- [55] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [56] Stiftung Ökologie & Landbau, cit. 53
- [57] Compagnoni, A., cit. 3
- [58] Compagnoni, A., Pinton, R., et Zanoli, R.: Organic farming in Italy, www.organic-europe.net/country_reports/pdf/2000/italy.pdf, 17.8.2001
- [60] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [61] Market brief – sector Italy: organic food products, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, Milano 1999
- [62] Pinton, R.: Appunti sul mercato biologico italiano, www.organic-europe.net/country_reports/italy/downloads/pinton1999.pdf
- [63] Compagnoni, A., cit. 3
- [64] Tamtéž
- [65] Tamtéž
- [66] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [67] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [68] Picazos, J., et Parra, A.: Organic farming in Spain, www.organic-europe.net/country_reports/pdf/2000/spain.pdf, 17.8.2001
- [69] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [70] Picazos, J., et Parra, A., cit. 68
- [71] Escudero, M.: Spain organic: Spain's organic product market, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, Madrid 1999
- [72] Tamtéž
- [73] Tamtéž
- [74] Tamtéž
- [75] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [76] Crothers, L.: Australia organic products: organic market continues to expand, US Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, 2000
- [77] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [78] citován v Crothers, L., cit. 76
- [79] Crothers, L., cit. 76
- [80] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [81] Kinnear, S.: Organic & biodynamic farming background paper, www.ofa.org.au/ofa/ofa.nsf/dd687f72-cfb0d192ca2569c50045c274/c27c15db28fc037ca256978003-f38f6!OpenDocument, 12.9.2001
- [82] The University of Wales Organic Centre Wales, cit. 12
- [83] Tamtéž
- [84] Mustard, A., et Krucsay, W.: Austria – organic production and marketing of organic products 1999, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, Wien 1999
- [85] Mustard, A.: Organic agriculture and food in Austria, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service, Wien 1996
- [86] Pohl, A.: Organic farming in Austria, www.organic-europe.net/country_reports/pdf/2000/austria.pdf, 17.8.2001
- [87] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [88] Letarte, P., et Scandurra, L.: Denmark organic: Danish minister formally announces Action Plan II for organic production, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, Copenhagen 1999
- [89] The University of Wales Organic Centre Wales, cit. 12
- [90] Norfelt, T.F.: Organic agriculture in Denmark, www.organic-europe.net/country_reports/pdf/2000/denmark.pdf, 17.1.2001
- [91] Tamtéž
- [92] Tamtéž
- [93] Tamtéž
- [94] Organic Denmark: Sales in organic products, www.organic-export.dk/inhold/1.htm, 5.9.2001
- [95] Tamtéž
- [96] Guardian 28.2.2001
- [97] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [98] Tamtéž
- [99] The University of Wales Organic Centre Wales, cit. 12
- [100] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [101] Kolkman, W.: The Netherlands organic products: market for U.S. apples & pears, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, Haag 2000
- [102] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [103] Scandurra, L.: The Netherlands: update – the Dutch organic food market is poised for growth, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, Haag 1999
- [104] Scandurra, L.: Netherlands organic: Albert Heijn goes organic, US Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – Global Agriculture Information Network, Haag 1998
- [105] Kolkman, W., cit. 101
- [106] Kolkman, W., cit. 101
- [107] The Common Agricultural Policy 1999 review, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg 2000
- [108] Zanoli, R.: Economic performance & potential of organic farming, conference Organic Farming in the European Union – Perspectives for the 21st Century, Baden/Wien, 27.-28.5.1999
- [109] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [110] Tamtéž
- [111] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [112] Organic food and beverages: world supply and major European countries, International Trade Centre UNCTAD/WTO, Geneva 1999
- [113] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [114] Memorandum submitted by Brookes West (F17), in: House of Commons Agriculture Committee Second Report: Organic Farming, January 2001, www.publications.parliament.uk/pa/cm200001/cmselect/cmagric/149/149ap15.htm, 13.3.2001
- [115] Implications of U.S. and global organic dairy, livestock and poultry production for international trade, U.S. Department of Agriculture Foreign Agricultural Service, Washington, D.C., 2000
- [116] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [117] Kortbech-Olesen, R.: Market prospects for organic food and beverages, Committee on Commodity Problems Intergovernmental Groups on Citrus Fruit Twelfth session, Valencia 22.-25.9.1998
- [118] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [119] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [120] Zanoli, R., cit. 108
- [121] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [122] Tamtéž
- [123] Tamtéž
- [124] ITC, cit. 112
- [125] Organic facts and figures – October 2001, Soil Association, Bristol 2001
- [126] tisková zpráva Institute of Grocery Distribution, 22.5.2001
- [127] Wehrle, F.: Coop NATURAplan, přednáška, 2nd International Seminar „Organic in the supermarket“, 21.8.-2.9.2000
- [128] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [129] Financial Times 9.3.2001
- [130] The Independent 8.3.1999
- [131] První britský supermarket, Safeway, nabízel biopotravinu již v roce 1981 (Safeway: History of organic farming, www.safeway.co.uk/food/organics/history_main.asp, 13.3.2001). Británie ale se svým velmi raným rozvojem prodeje tohoto zboží v supermarketech představuje specifickou výjimku (Michelsen, J., et al., cit. 30). Významnější podíl konvenčních řetězců připadá až na 90. léta.
- [132] McDonald, P.: The organic food market in Europe. An overview of Europe's fastest growing niche food market, Queensland Government Trade and Investment Office Europe, nedatováno

- [133] Richter, T., Schmidt, O., Damary, P., van den Berge, P., Meier, U., et Halpin, D.: International study of retail chains with regard to their activities in the marketing of organic products, 2nd International Seminar „Organic in the supermarket“, Basel 21.8-2.9.2000
- [134] Tamtėž
- [135] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [136] Multiple retailers and organic food, briefing sheet, Soil Association, Bristol 2000
- [137] Richter, T., et al., cit. 133
- [138] Tamtėž
- [139] Swiss chain anything but neutral on organics, Natural Foods Merchandiser, November 2000
- [140] citováno ve Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [141] Pinton, R.: Some notes about organic market, in: Proceedings: Organic food and farming. Towards partnership and action in Europe, Ministry of Food, Agriculture and Fisheries, Copenhagen 2001
- [142] The University of Wales Organic Centre Wales, cit. 12
- [143] analýza dat podle European Commission DG Environment: Organic farming, http://europa.eu.int/comm/agriculture/envir/report/en/organ_en_report_en.htm, 9.3.2001
- [144] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [145] Lampkin, N.: Converting Europe – the potential for organic farming as mainstream. Paper presented to 11th National Organic Farming Conference, Cirencester, January 1999
- [146] Financial Times 24.2.2001
- [147] Financial Times 28.2.2001
- [148] The Economist 1.3.2001
- [149] Bjerregard, R.: The organic way to a better environment – the European perspective, conference Organic Farming in the European Union – Perspectives for the 21st Century, Baden/Wien, 27.-28.5.1999
- [150] New organic rule should translate to growth, eventually, Natural Foods Merchandiser, June 2000; Vandeman, A.M., et Hayden, B.: New law paves way for expanding organic market, FoodReview, May-August 1997
- [151] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [152] Kortbech-Olesen, R., cit. 117
- [153] Richman, N.J.: The natural foods market. A national survey of strategies for growth, Henry A. Wallace Institute for Alternative Agriculture, Greenbelt 1999
- [154] Memorandum submitted by the National Farmers' Union of England and Wales, in: House of Commons Agriculture Committee Second Report: Organic Farming, January 2001, www.publications.parliament.uk/pa/cm199900/cmselect/cmagric/681/0071202.htm, 13.3.2001
- [155] tisková zpráva Friends of the Earth England/Wales/NI 25.10.2000
- [156] NFU, cit. 154
- [157] tisková zpráva Soil Association 5.6.2001
- [158] Twyford-Jones, P., et Doolan, R.: The international market for organic food, Queensland Department of Primary Industries, Brisbane 1998
- [159] USDA FAS, cit. 115
- [160] Tate 1991 ex Michelsen, J., et al., cit. 30
- [161] USDA FAS, cit. 115
- [162] Kortbech-Olesen, R.: Export potential for organic products, Ecology and Farming September 1999
- [163] Vandeman, A.: Price premiums for organic fresh and processed foods, in: Organic farming and marketing – new partnerships and priorities. Proceedings of the workshop, Organic Farming Research Foundation, Santa Cruz 1999
- [164] USDA FAS, cit. 115
- [165] Richman, N.J., cit. 153
- [166] USDA FAS, cit. 115
- [167] Richman, N.J.: The growing natural foods market: opportunities and obstacles for mass market supermarkets, The Retail Food Industry Center – University of Minnesota, St.Paul 2000
- [168] Natural Sensibility 4/2, 30 November 1999
- [169] USDA FAS, cit. 115
- [170] Kortbech-Olesen, R., cit. 163
- [171] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [172] The market for organic product, Queensland Department of Primary Industries, Brisbane 2000
- [173] House of Commons Agriculture Committee Second Report: Organic Farming, January 2001, www.publications.parliament.uk/pa/cm200001/cmselect/cmagric/149/14904.htm, 13.3.2001
- [174] Haest, C.: Organic agriculture, a durable trend, 2nd International Seminar „Organic in the supermarket“, Basel 21.8-2.9.2000
- [175] Kerr, M.: The Financial Services Reform Bill. Submission to the Parliamentary Joint Statutory Committee on Corporations and Securities, Australian Conservation Foundation, nedatováno
- [176] Rezek, M.: Certifikace šetrně obhospodařovaných lesů, Hnutí DUHA, Brno 2001
- [177] Scialabba, N.: Factors influencing organic agriculture policies with a focus on developing countries, IFOAM 2000 Scientific Conference, Basel 2000
- [178] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [179] Tamtėž
- [180] USDA FAS, cit. 115
- [181] Michelsen, J., et al., cit. 30
- [182] Tamtėž
- [183] Zanolli, R., cit. 108
- [184] Koncepcie agrární politiky na období před vstupem ČR do Evropské unie, Ministerstvo zemědělství, Praha 1999
- [185] Tamtėž
- [186] Výroční zpráva 2000 – Annual report 2000, Kontrola ekologického zemědělství, o.p.s., Brno 2001
- [187] Willer, H., et Yussefi, M., cit. 5
- [188] The University of Wales Organic Centre Wales, cit. 12
- [189] Organic Pathways: Strong growth in exports to Europe, www.organicpathways.co.nz/story.cfm?storyid=5, 23.3.2001
- [190] Pretty, J., et Verschuur, G. (eds.): Agriculture, environment and rural sustainability in Europe, Friends of the Earth Europe/Pro Natura, Brussels/Basel 2000
- [191] Zpráva o stavu životního prostředí České republiky v roce 1999, Ministerstvo životního prostředí, Praha 2000
- [192] World resources 2000-2001. People and ecosystems: the fraying web of life, UNDP/UNEP/World Bank/World Resources Institute, Washington, D.C., 2000
- [193] Lampkin, N., cit. 145
- [194] KEZ, cit. 187
- [195] Simms, A., Kumar, R., et Robins, N.: Collision course. Free trade's free ride on the global climate, New Economics Foundation, London 2000
- [196] Tamtėž
- [197] Tamtėž



Výrobky certifikované KEZ, o.p.s. pro použití v ekologickém zemědělství – rok 2001

Název firmy	Kontakt	Druh a obchodní název výrobku	Osvědčení platné do:
A.L.S. BIOLOGI, s.r.o.	Topolany 1 682 01 Vyškov Tel.: 0507/362 405	<i>Pomocný rostlinný přípravek</i> Vermisol-1	25.4.2002
EKO-HUM, spol.s.r.o.	Přemyslovců 60 747 07 Opava Tel.: 0653/622 260	<i>Hnojivo</i> Agrohum	11.6.2002
Jamenská a.s.	Jamné nad Orlicí 289 561 65 Jamné n. O. Tel.: 0446/649 146 jamenskajamne@worldonline.cz	<i>Krmné doplňky</i> Kusová krmná sůl Lisovaná krmná sůl – Lisal Minerální lizy*: - „Mg“ pro skot, - „Ca“ pro skot, - „Reka-Míral“ pro skot, - „Mg-P“ pro skot, - „LZ-O“ pro ovce a kozy, - „LZ-1“ pro spárkatou zvěř, - „LZ-1+“ pro spárkatou zvěř, - „LZ-2“ pro spárkatou zvěř, - „LZ-3“ pro spárkatou zvěř, - „LZ-K“ pro koně* *) Minerální lizy jsou nabízeny ve variantách obohacených selenem a zinkem.	5.4.2002
INDIAN HERBS (CZ), s.r.o.	S. K. Neumanna 2009/3 180 00 Praha 8 Tel.: 02/688 1267, 0602/655 845 indian-herbs@czn.cz	<i>Krmné doplňky</i> Livol Classic - Premix Zycox - Premix Nebsui - Premix Asim - Premix Animon - Premix HB Strong - Premix MegaCal - Premix	5.4.2001
Jihočeská obchodní a stavební společnost, a.s.	Kostelní 34 370 04 České Budějovice Tel.: 0602/474 313, 0724/003 067	<i>Hnojivo</i> Amalgerol	17.4.2002
SCHAUMANN ČR, s.r.o.	Náměstí Svobody 35 387 01 Volyně Tel.: 0342/372 376 Fax: 0342/372 157 jiri.kunik@strakonice.cz	<i>Krmné doplňky</i> BIOPHOS: F, M, VM, ZUCHT, MH, LH DETAMIN: GA, GE, SPEZIAL, LF, TMR	19.9.2002

Možno použít v ekologickém zemědělství – značka kvality



KONTROLOVANÉ EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ JE POZITIVNÍ INVESTICÍ DO BUDOUCNOSTI, NA KTERÉ SE MŮŽE PODÍLET I VAŠE FIRMA.

Vážení výrobci,
obracíme se na Vás s novým programem, jehož prostřednictvím budete moci zákazníkům doložit ekologickou kvalitu Vašich výrobků. U výrobků vhodných pro použití v ekologickém zemědělství Vám nabízíme jejich certifikaci a označení logem BIO:

Proč označovat výrobky?

- Pro zviditelnění ekologické kvality Vašich výrobků splňujících předpoklady pro použití v ekologickém zemědělství.
- Pro usnadnění orientace Vašich zákazníků – ekologických zemědělců a poradců na domácím trhu se zemědělskými přípravky a technologiemi.
- Pro omezení rizika výběru nevhodného prostředku, jehož použití znamená pro ekologického zemědělce porušení zákona a ohrožení osvědčení jeho podniku nebo produkce.

Co Vám to přinese?

- Podporu prodeje Vašich výrobků, které budou certifikovány.
- Zviditelnění aktivní účasti Vaší firmy v ekologickém programu.
- Zvýšení povědomí o Vaší firmě u perspektivní cílové skupiny ekologických zemědělců.
V roce 2000 bylo v ČR certifikováno 563 podniků a výměra ekologicky obhospodařované půdy činila 165,7 tis. ha, tj. 3,86 % ze zemědělského půdního fondu České republiky. Dle současných trendů by za 10 let mohly ekologicky obhospodařované pozemky činit 20–25% ploch.
- Každoroční uvedení Vaší firmy a osvědčených výrobků ve Zpravodaji KEZ, o.p.s. a na adrese www.kez.cz

Právo k užívání této známky můžete získat na základě kontroly a osvědčení KEZ, o.p.s. a uzavření licenční smlouvy. Další informace Vám rádi poskytneme na adrese: KEZ, o.p.s., Mezírka 1, 602 00 Brno, Tel.: 05/ 41 21 10 54, kezbm@kez.cz



EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ = NÁVRAT K ROZUMU

zdravá půda • zdravé rostliny • zdravá zvířata

zdravé potraviny • zdraví lidé • zdravá krajina