

Revue

POTRAVINÁŘSKÁ



ODBORNÝ ČASOPIS PRO VÝŽIVU, VÝROBU POTRAVIN A OBCHOD

1/2013

Veselá kráva Lahodná 140g

Nejprodávanější tavený sýr v ČR!





**Lučina**

Čistá chuť přírody



Lučina **Osteo-aktiv**,
jedinečná kombinace
Lučiny + vápníku
a vitamínu D



Lučina **Jogurtina**,
lahodná kombinace
Lučiny + živého
jogurtu



Lučina **Biaktiv**,
jedinečná kombinace
Lučiny + probiotických
kultur

**Lučina** **PLUS**

plus pro Vaše zdraví

Milí čtenáři,



vstupujeme do dalšího roku, a než jsme se v něm stačili zorientovat, je jeden měsíc pryč. Měsíc leden však byl hodně nabitý řadou potravinářských akcí, včetně berlínského Grüne Woche, ale i obchodními jednáními a řadou odborných akcí. Je na místě zmínit i spory obchodu a jejich dodavatelů o marže a ziskovost obou stran. Potravináři argumentují neúměrností marží obchodu

a obchod se brání. Průměrná ziskovost obchodních sítí kolem jednoho procenta je jistě málo. Ale dodavatelé potravin si dost často ani na tuto výši zisku nesáhnou. Skutečnost je však taková, že obě skupiny dosahují v posledním období menších obrátů, protože spotřebitel nejenže méně kupuje, ale šetří a poptává v první řadě výrobky levnější, především ty, které jsou nabízeny v cenových akcích. Původní záměr akcí nalákat spotřebitele na levný výrobek a očekávat koupi těch dražších se naprosto míjí účinkem. Jak z toho ven je v současné době velkým „oříškem“ obchodování potravinami u nás. Snaha o řešení metodou nabídky potravin s vyšší mírou „lahůdkovosti“ je spíše vzdálená hudba budoucnosti. Našemu spotřebiteli „stačí“ většinou ten hodně laciný průměr, přičemž změnu tohoto principu poptávky po potravinách bude u nás velmi nesnadné nastolit. A pro naše potravináře ještě jeden velký handicap k tomu, takřka pětina podíl spotřeby polských potravin, které právě dost často (ale ne vždy) patří k těm horším.

V tom větším než potravinářském rybníčku nás poznamenala jednak amnestie vyhlášená minulou hlavou státu a pak zejména přímá volba prezidenta republiky. Hodnotit amnestii by bylo příliš populistické, v podstatě s ní nesouhlasí, kromě osob jí zvýhodněných, jejich blízkých a vyhlášovatele samého, nikdo. Takže za největší politikum prvního měsíce roku je nutné považovat přímou volbu prezidenta občany samými, což je nejen naprosté novum systému prezidentství v naší zemi, ale lze očekávat, že jeho výsledek poznamená dost dlouhé další období žití v naší zemi. Takže po Havlově a Klausově prezidentském období nastalo období Zemanovo. Jaké bude, to lze nyní těžko předvídat, ale odhodlání nové hlavy státu se zdá být neochvějné a dost razantní. Nynější vládě bude nejspíše dost šlapáno na paty, jsou-li však „prezidentské fousy“ tak dlouhé, o to už se nyní přou právníci při výkladu naší ústavy. Není však pochyb o tom, že mandát daný přímou volbou je podstatně silnější než delegovaná volba prezidenta. A v tomto duchu by měla být ústava upravena, a to naprosto jednoznačně. Jinak dost běžná vágní ustanovení našich zákonů rozčilují každého, ale tímto nedostatkem by v žádném případě neměla být postížena ústava naší země. Přejme si, aby nová hlava státu s tímto silným mandátem vládla úspěšně a s prestiží, a to nejen v politikách zahraničních a domácích, ale aby měl pan prezident Miloš Zeman přirozenou autoritu a úctu většiny našich lidí.

Předkládáme vám tedy první číslo vydání časopisu Potravinářská Revue v roce 2013. Určitě v něm najdete řadu statí, které vás zaujmou. Naše vydavatelství vám přeje dobré počtení, poučení, ale třeba i inspiraci. A vám čtenářům můžeme prozradit, že nás velmi těší vám tyto stránky pravidelně přinášet.

Ing. František Krontorád, CSC., vydavatel

www.seoulfood.or.kr



SEOUL FOOD 2013

Květen 14 ▶ 17, 2013 KINTEX

SEOUL FOOD-HOTEL · SEOUL FOODTECH · SEOUL INT'L CULINARY ACADEMY

OBJEVTE MOŽNOSTI KOREJSKÉHO TRHU

Největší mezinárodní
potravinářský veletrh v Jižní Koreji
zaměřený na potraviny, technologie
a nové trendy.

76 122 m², 1 450 vystavovatelů, 2 500 stánků,
60 000 návštěvníků

Bližší informace poskytnete
česká pobočka KOTRA v Praze



kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency

Korea Business Center, Praha
Škrétova 12, Praha 2
Tel: +420 245 005 650
e-mail: kotra@kotra.cz



Potravinářský obchod současnosti

MARTIN DITMAR,
generální ředitel SPAR Česká obchodní společnost
a viceprezident Svazu obchodu
a cestovního ruchu ČR

Vsoučasné době plné nových trendů vyžadují zákazníci jednoduché nakupování a zároveň maximální úsporu času. Vzhledem k tomu, že Česká republika je trhem s jedním z největších podílů moderních nákupních formátů v celém regionu střední a východní Evropy, mohou si čeští zákazníci tento luxus již bez problémů dopřát. Vývoj v poslední době je však poznamenán skutečností, že lidé mnohem více šetří a chování zákazníků obecně se výrazně změnilo.

Krátké ohlédnutí

Historie českého moderního obchodu je poměrně krátká, o to však barvitější. Od počátku devadesátých let minulého století ušel český trh značný kus cesty a za svůj krátký život zaznamenal prudký rozvoj a prošel mnoha fázemi, na které měly země na západ od našich hranic celé poválečné období.

Po roce 1989 se obchod zařadil mezi nejdynamičtější rostoucí odvětví ekonomiky. Rostl počet prodejen, prosazovala se intenzivní modernizace a objevovaly se nové prodejní formáty, především v souvislosti se vstupem velkých mezinárodních řetězců na český trh. Velké mezinárodní společnosti vnímaly ČR jako poměrně bohatou, moderně orientovanou a stabilní

ekonomiku. Od počátku 90. let tak do ČR jen v oblasti širokosortimentního obchodu vstoupilo na 15 silných řetězců. Konkurenční síla mezinárodních obchodních sítí postupně vytlačila z českého trhu velké subjekty vzniklé za přispění českého kapitálu z privatizované obchodní sítě. Počet řetězců na trhu rostl až do roku 1998, kdy se ukázalo, že český trh je pro takové množství obchodníků malý, a tak od roku 2006 některé velké řetězce opouštějí český trh, ten se více koncentruje a dělí se mezi několik nejsilnějších hráčů.

Nové nákupní formáty

Na český trh spolu s mezinárodními řetězci vstoupily první moderní formáty prodejen, především supermarkety a diskontní prodejny, které si brzy získaly velkou oblibu mezi zákazníky a v průběhu 90. let postupně vytlačily samoobsluhy a pultové prodejny. S rokem 1996 se v ČR objevuje další nákupní formát, který dosud chyběl – hypermarkety. V roce 1997 byl také otevřen první hypermarket INTERSPAR v Českých Budějovicích. Hypermarkety během několika málo let svou oblibou mezi zákazníky předběhly supermarkety a společně s diskontními prodejny se staly dominantním formátem. Malé prodejny provozované českými obchodníky se staly především doplňkovým nákupním místem a jako hlavní nákupní místo fungují především v menších obcích.

Současný zákazník a nové trendy v nakupování

V současnosti se český trh v mnohém vyrovná vyspělým západoevropským trhům. Chování zákazníka se však postupně mění, zákazník je více než dřív citlivý na cenu a trendem je také co nejpohodlnější nakupování při maximální úspoře času.

Lidé nechtějí za nákupy jezdit daleko, což se projevuje návratem k menším prodejnám, které mají v blízkosti svého bydliště a kde mohou realizovat své každodenní nákupy. Umístění provozovny pro ně hraje důležitou roli, stejně jako atmosféra a čistota prodejny, přehlednost a logicky rozmístěné regály. Právě proto se naše společnost zaměřuje ve své další expanzi především na menší provozovny, jako jsou supermarkety SPAR a nové prodejny malého formátu SPAR City, které začal SPAR ČOS realizovat v uplynulém roce na základě pozitivních zkušeností ze zahraničí.

Fenomén slevové spirály

Minulý rok byl pro obchodníky jedním z nejobtížnějších období za uplynulých 15 let. Zákazníci více šetří, mnohem více zvažují, jaké zboží koupí a za co utratí své peníze, zajímají se o původ a složení výrobků. Citlivost zákazníků na cenu vede k neustálému tlaku na obchodníky a k fenoménu slevové spirály, která obchod v ČR ovlivňuje, ať chceme nebo ne. Ač by obchodníci z tohoto kolotoče rádi vystoupili, bez nízkých cen a akčních nabídek to už bohužel nejde. Spotřebitelé si na akční nabídky rychle zvykli a jejich zrušení by mohlo vést ke ztrátě zákazníků, jejichž loajalitu je velmi těžké si získat. To samozřejmě žádný obchodník nechce riskovat, což vede k tomu, že více než 40 % zboží je k dostání v akcích za tak nízké ceny, že výrobce, dodavatel ani obchodník na něm nemohou vydělat. Ničemu navíc neprospívá ani zvýšení DPH. Výsledkem bude pouze růst cen, protože situace se stává neudržitelnou a nikdo, od výrobců přes dodavatele až po obchodníky, nemá rezervy, aby mohl zvyšující se ceny kompenzovat ze svých marží.



Přestože i v síti prodejen SPAR ČOS nabízíme výrobky za akční ceny, ze zkušenosti víme, že není dobré zaměřovat se pouze na cenu. Proto je pro nás strategicky důležitá širší sortimentu a kvalitní výběr nejen u konvenčních výrobků, ale i u privátních značek, což se u zákazníků setkává s pozitivním ohlasem.

Privátní značky a cesta ke spokojeným zákazníkům

Zákazníci sítě SPAR ČOS oceňují široký výběr od levnějších až po skutečně prémiové výrobky a speciality, které jinde nekoupí, a to nejen u čerstvého zboží. Podle studie Retail Brands společnosti Incoma GFK je faktor „prodejna nabízí speciality, které jinde neseženou“ jednou z nejsilnějších vnímání výhod společnosti SPAR ČOS.

SPAR ČOS je jedním z obchodních řetězců s nejvyšším počtem privátních značek napříč sortimentem. Kromě konvenčních výrobků tak má v nabídce 24 privátních značek, které širokému spektru zákazníků nabízejí více než 1000 potravinářských i nepotravinářských výrobků. Privátní značky však zaujímají největší podíl v čerstvém segmentu, tedy v sortimentu pečiva z vlastní pekárny, mléčných výrobků a masa.

U privátních značek SPAR nejde primárně o nízkou cenu, ale především o uspokojení širokých a často specifických potřeb zákazníků. Ti velmi oceňují ucelené řady výrobků určené pro konkrétní potřeby, například značku SPAR Free From, která nabízí výrobky určené celiakům a osobám s nesnášenlivostí laktózy. Novinkou mezi privátními značkami je SPAR Veggie, která nabízí pokrmy nejen pro vegetariány, ale i pro všechny ty, kteří si čas od času v rámci zdravého životního stylu dopřejí bezmasý den. Stejně jako ostatní specializované řady, i značka SPAR Veggie je vytvořena ve spolupráci s odborníky, v tomto případě Evropskou vegetariánskou unií, která garantuje její kvalitu a to, že výrobky skutečně neobsahují maso.

Několik dalších privátních značek je zaměřeno na špičkovou kvalitu, ať už jde o značku biovýrobků SPAR Natur*pur nebo značku SPAR Premium, která loni oslavila první rok na českém trhu a je skutečně značkou prvotřídní kvality. Více než polovinu výrobků této značky tvoří ryze české produkty od tuzemských dodavatelů.

Značka SPAR Premium vznikla díky dlouhodobé spolupráci s nejlepšími dodavateli z České republiky i zahraničí a představuje výběr nejchutnějších a nejkvalitnějších potravin, které mohou prodejny SPAR ČOS nabídnout. V současné době nabízíme pod touto značkou celkem 78 výrobků, z nichž 47 je od tuzemských dodavatelů. Právě díky SPAR Premium naši zákazníci zjišťují, kolik skvělých a kvalitních výrobků nabízejí čeští výrobci. Díky úspěchu značky jsme

mohli v minulém roce ve spolupráci s našimi partnery představit zákazníkům další novinky, jako nové šunky od české společnosti LE&CO či kvalitní telecí a hovězí maso od české společnosti Aspius, které doporučuje i šéfkuchař Zdeněk Pohlreich.

České vs. zahraniční výrobky a spolupráce s dodavateli

Díky značce SPAR Premium může SPAR ČOS nabídnout zákazníkům skutečně prémiové, převážně české výrobky. Čeští dodavatelé navíc nabízejí často jedinečné produkty, na něž jsou zákazníci v daném regionu zvyklí. Pokud se podaří podpořit vnímání kvality a zájem spotřebitelů o domácí produkty, pak je budeme velmi rádi nabízet stále ve větším měřítku. Sami se proto snažíme ve spolupráci s českými dodavateli o určitou osvětu mezi zákazníky. Snažíme se je učit, aby upřednostňovali nákup českých a regionálních potravin. A to nejen pro jejich nespornou kvalitu. Nákup českého zboží s sebou nese i další důležité aspekty, jako je podpora zaměstnanosti v regionech a ekologický aspekt. Každý ví, že tuzemské výrobky nemusejí cestovat dlouhé vzdálenosti přes půlku světa, aby se dostaly ke spotřebiteli, a zbytečně tak nezatežovaly životní prostředí. Je nutné, aby si lidé pomalu uvědomili, že nejlepší zboží mají často doslova „po ruce“. To se také snažíme ve SPAR ČOS podporovat propagací tuzemských výrobků v našich pobočkách. Regionální výrobky jsou v obchodech viditelně označeny a v každém hypermarketu jsou tyto výrobky u vchodu prezentovány jako „Potraviny z vaší blízkosti“. Zákazník tak má přehled a snadno najde požadované zboží.

Nediktujeme, ale diskutujeme & strategická partnerství SPAR ČOS

V dnešní době panuje všeobecně rozšířený názor, že vztah mezi obchodníky a dodavateli je nerovný. Jak ale vyplývá z naší široké nabídky českých produktů a z úspěšné spolupráce s tuzemskými dodavateli, SPAR ČOS svým dodavatelům nediktuje. Naopak s nimi diskutuje, jak co nejlépe prodat, protože oběma stranám jde především o věrnost a loajalitu zákazníků. Naším mottem není „drancuj“, ale řídíme se heslem „slušně a poctivě pracuj“. SPAR ČOS vsadil na filozofii kvality, čerstvosti a inovace, což se v dnešní době neustálých kontrol a pranýřování obchodníků ukázalo jako velice prozíravé. O nadstandardních vztazích s obchodními partnery ve společnosti SPAR ČOS vypovídají také uzavřená strategická partnerství, protože aby obchod fungoval, musí být vztahy mezi obchodníky a dodavateli v pořádku. Jedním z příkladů je moderní koncept prodeje piva, tzv. Pivní svět, který



byl loni zrealizován ve spolupráci s Plzeňským Prazdrojem. Pivní svět umožňuje zákazníkům pohodlný a příjemný nákup piva a zároveň pomáhá zorientovat se v nabídce a pro danou příležitost vybrat správný nápoj. Vzhledem k tomu, že význam prodejtů baleného piva stále vzrůstá a na celém pivním trhu se prodá okolo 55 % celkového objemu piva v obchodech, je potřeba zákazníkovi vyjít maximálně vstříc, což by se bez vzájemné spolupráce s dodavatelem jen těžko podařilo.

Další expanze SPAR ČOS a on-line nakupování



V následujícím roce bude SPAR ČOS pokračovat v další expanzi, která se zaměří především na supermarket. Chybět nebude ani nový prodejní formát SPAR City, jehož první prodejna byla otevřena již minulý rok v květnu. Momentálně provozujeme v České republice 44 obchodů, jejichž řady byly rozšířeny loni na podzim o supermarket v Opavě, v Praze na Lhotce a v Letňanech. Mezi projekty, které nás v příštím roce čekají, je například supermarket SPAR v Teplicích a ve Slavkově u Brna a Interspar v nákupním centru Šantovka v Olomouci.

V souvislosti se zrychlujícím životním tempem řada lidí vítá možnosti on-line nakupování, při němž mohou řešit

své nákupy v klidu doma bez nutnosti návštěvy kamenné prodejny. Proto v letošním roce v horizontu několika měsíců chystáme zprovoznění e-shopu. Ten bude mít v nabídce nejen zboží dostupné v kamenných prodejnách, ale také některé speciality nabízené a prodávané pouze on-line.

Předzvěstí e-shopu je služba SPARty servis, kterou jsme spustili v loňském roce. Ta nabízí zákazníkům zajištění občerstvení na objednávku. Služba, která před tím dva roky fungovala konvenčním způsobem, se velmi osvědčila. Za krátkou dobu jejího fungování on-line byl zaznamenán až trojnásobný nárůst objednávek a velká spokojenost zákazníků. Do budoucna pravděpodobně toto číslo ještě poroste, proto uvažujeme o jejím rozšíření.

Výhledy do dalšího roku

Rok 2013 nebude pro obchodníky o mnoho jednodušší než ten letošní. Právě proto je velmi důležité udržet si nadstandardní vztahy s dodavateli a loajalitu zákazníků, kterou podpoří především široká a kvalitní nabídka a příjemné nákupní prostředí.

Naše vize se nám i v dnešní nelehké ekonomické situaci daří naplňovat a doufejme, že tomu tak bude i v letošním roce. Dlouhodobý pohled do budoucna, slušné jednání a ohledy na naše obchodní partnery se osvědčily, ač možná díky tomu nepatří SPAR ČOS k nejdravějším společnostem na trhu. Díky usilovné práci se k nám však vrací stále více zákazníků, a proto se i do budoucna budeme této strategie držet.

Použité zdroje: Zdeněk Skála

– Vývoj českého vnitřního obchodu a jeho image, SOCR 2010

SPAR
veggie

Nejen vegetariáni
milují Veggie!



Exkluzivně v **INTERSPAR** Praha (Arkády Pankrác, Europark, Galerie Harfa, Metropole Zličín, Park Hostivař) a Brno (Cejl, Vaňkovka, Videňská).
www.interspar.cz



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ

Kvalita potravin

Ing. JAROSLAVA BENEŠ ŠPALKOVÁ,
náměstkyně ministra zemědělství



Spotřebitelé v posledních letech začali stále více věnovat pozornost tomu, jaké potraviny kupují, tedy jaká je jejich kvalita a odkud pocházejí. Na tento trend navazuje preferování domácích a regionálních výrobků. Podle posledního průzkumu, který Ministerstvo zemědělství prezentovalo již v roce 2012, je pro 92 % spotřebitelů hlavním určujícím faktorem při výběru potravin jejich chuť, pro 73 % dotázaných je pak nejdůležitějším faktorem při výběru potravin cena. Pro 61 % dotázaných je podstatné složení výrobku, 48 % považuje za důležitý tuzemský původ potravin.

Kvalita potravin se podle subjektivního názoru 28 % dotázaných zhoršila a 82 % spotřebitelů by chtělo, aby stát stanovil minimální požadavky na složení všech potravin. Nejvíce by to lidé uvítali u masných výrobků. Ministerstvo zemědělství proto bude v kontextu legislativních a ekonomických možností i nadále podporovat výrobu a prodej kvalitních potravin.

Zvýšený zájem spotřebitelů se ale také promítá do kontroly potravin, a to především nárůstem počtu podnětů a stížností zaslaných dozorovým orgánům. Úřední kontroly dlouhodobě zjišťují, že problémem není bezpečnost potravin, problémem však dlouhodobě zůstává kvalita potravinářských výrobků a také s tím do velké míry související klamání spotřebitele.

V reakci na řadu kontrolních zjištění ze strany dozorových orgánů, spotřebitelské poptávky a v neposlední řadě i požadavků samotných výrobců Ministerstvo zemědělství v současné době provádí konzultace se zástupci

potravinářského průmyslu ve věci nastavení režimu odlišení tříd jakosti pro vybrané druhy potravinářských výrobků. Mělo by se jednat o legislativní stanovení specifických kvalitativních parametrů pro potraviny, jejichž jakost je na trhu odlišná a spotřebitel tuto skutečnost na první pohled nerozliší. V současné době je tento režim stanoven např. pro šunku nejvyšší jakosti, šunku výběrovou a šunku standard – odlišný v podílu použitých surovin.

Potravinářské výrobky nejvyšší jakosti by se obecně měly vyrábět bez nebo s omezeným použitím přídatných látek, bez přídavku škrobu, bez strojně odděleného masa, s vysokým podílem masa apod. Výrobky vyráběné bez zásadní regulace složení a použití surovin by byly považovány za standardní produkt, který je vyráběn a uváděn do oběhu plně v souladu s platnou legislativou. Před legislativním vymezením těchto potravinářských výrobků, resp. jejich kvalitativních parametrů, je nutné provést důkladnou analýzu výběru produktů, pro které by se požadavek na deklarování tříd jakosti stanovil.

Značky kvality potravin

Ministerstvo zemědělství se snaží prostřednictvím různých kampaní a projektů upozornit spotřebitele na výrobky, které mají jednak přidanou kvalitativní hodnotu nebo tradiční regionální původ. Na celonárodní úrovni bude i v roce 2013 pokračovat udělování národní značky kvality „Klasa“ a na regionální úrovni bude pokračovat projekt „Regionální potravina“.

Cílem národní značky kvality Klasa je od roku 2003 zajištění podpory a propagace kvalitních výrobků. V současné době toto logo lze nalézt v obchodní síti cca na 1210 výrobcích od 216 výrobců. V roce 2012 bylo celkem posouzeno 374 žádostí, u 92 nových žádostí bylo doporučeno udělení značky Klasy, u 240 výrobků bylo navrženo prodloužení značky Klasa.

I nadále bude Ministerstvo zemědělství podporovat a realizovat projekt „Regionální potravina“, jehož cílem je vyzdvihnout zejména malé a střední výrobce ve vazbě na daný region (výroba, zpracování, podíl surovin z regionu atd.). V loňském roce se přihlásilo celkem 347 výrobců s 1021 výrobky, ze kterých vybraly hodnotitelské komise v devíti kategoriích 103 potravinářských výrobků. V rámci projektu „Regionální potravina“ bylo za 3 roky oceněno již 273 regionálních výrobků.

I u režimů jakosti zemědělských produktů a potravin na evropské úrovni si Česká republika stojí velmi dobře. Jedná se o „chráněné zeměpisné označení“ (CHZO), „chráněné označení původu“ (CHOP) a „zaručené tradiční speciality“ (ZTS), kterých má ČR zapsáno již 32. V letošním roce očekáváme další kroky v procesu zápisu výrobku „Pražská šunka“. V průběhu ledna také proběhla kontrolní mise Evropské komise na tyto systémy značení jakosti.

Nová legislativa týká se potravin

Legislativní rámec zabezpečující péči o zdravotní nezávadnost potravin je v ČR poměrně široký. Do gesce Ministerstva zemědělství spadá zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, v platném znění, který nyní prochází novelizací. Mezi klíčové motivy rozsáhlé novelizace zákona o potravinách patří posílení ochrany zdraví spotřebitelů

a jejich informovanost na straně jedné a zvýšení efektivity výkonu dozoru na straně druhé. Návrh je nyní po meziresortním připomínkovém řízení a předložení vládě předpokládáme do konce února 2013.

Kvalita a bezpečnost potravin jsou stále jedním z hlavních priorit ministerstva, kdy je cílem nalézt model, který poskytne veřejnosti co nejvyšší ochranu a efektivní informovanost o potravinách a současně nebude mít za následek nárůst administrativní zátěže pro podnikatele v oblasti zemědělství a potravinářství. Navržená novelizace je nejrozsáhlejší změnou v potravinovém právu za 15 let od přijetí zákona o potravinách. Za tuto dobu se shromáždila řada zkušeností jak na straně ministerstva a kontrolních orgánů, tak i na straně provozovatelů potravinářských podniků a samotných spotřebitelů, na které návrhy reagují. Další změny spíše technického charakteru jsou pak vyvolány změnami evropské legislativy.

V legislativním procesu je také prováděcí vyhláška č. 329/1997 Sb., pro škrob a výrobky ze škrobu, luštěniny a olejiny, v platném znění. Zde je navržena např. úprava obsahu morfinových alkaloidů v semeni máku, a to z důvodu odlišení potravinářského máku od technického, nově jsou také doplněny parametry pro některé doposud neupravené sójové výrobky.

Změny jsou také navrženy ve vyhlášce č. 77/2003 Sb. pro mléko a mléčné výrobky, zmrzlinu a oleje a tuky, v platném znění, a to zejména v souvislosti s úpravou termínu „pomazánkové máslo“.

Jednání se zástupci obchodu

V loňském roce se uskutečnilo několik jednání Ministerstva zemědělství se zástupci rozhodujících velko- a maloobchodních společností na trhu v České republice. Cílem diskusí bylo zahájení vzájemné spolupráce, společné hledání cest k navýšení podílu českých potravin v prodejních sítích, například výrobků oceněných v projektu Regionální potravina a Klasa, a vzájemná informovanost o aktuálních problémech v oblasti dozoru nad trhem s potravinami. Další vzájemná jednání budou probíhat i v roce 2013.

Národní dotační titul DT 13

V roce 2012 byla pro dotační titul DT 13 „Podpora zpracování zemědělských produktů“ vyhrazena částka téměř 132 mil. Kč. Celkem bylo podáno 36 žádostí s celkovým požadavkem dotace ve výši 223 mil. Kč, a to od 31 potravinářských podniků s požadavkem dotace ve výši 196 mil. Kč a od 5 krmivářských podniků s požadavkem dotace ve výši 27 mil. Kč. Po přezkoumání předložených účetních dokladů byla vyplacena podnikům dotace 132 mil. Kč, což představuje 23,82 % uznaných nákladů.

Realizace programu DT 13 se předpokládá i v roce 2013 a předpokládá se vyčlenění stejného objemu finančních prostředků. Pro potravinářské podniky bude program zachován ve stávajícím režimu. Krmivářským podnikům bude vyplácen formou de minimis (max. 7500 eur během 3 let). Na základě vyhodnocení a získaných zkušeností budou také pro letošní rok navrženy některé úpravy Zásad pro poskytování dotací.

Program rozvoje venkova

Pro podporu zpracování zemědělských produktů z Programu rozvoje venkova bude rok 2013 znamenat ukončování současného programového období, tedy vyhlášení posledních kol příjmu žádostí. 18. kolo proběhne v březnu a kromě jiných bude otevřeno i podopatření I.1.3.2 Spolupráce při vývoji nových produktů, postupů a technologií (resp. inovací) v potravinářství. Zpracovatelské podniky v něm budou moci požádat o dotaci na spolupráci s výzkumným subjektem, která by jim měla pomoci zavést inovativní výrobní postup či na trh uvést zcela nový výrobek. Základní podmínkou zůstává, že zpracování se musí týkat surovin uvedených na příloze I Smlouvy o fungování EU, resp. že se jedná o prvotní zpracování zemědělských surovin, jako je např. mléko, maso, ovoce, zelenina či obiloviny. Protože se většinou jedná o nákladnější a časově náročné projekty, mohou o dotaci požádat podniky bez ohledu na velikost. Ani ostatní podmínky nebyly ve snaze o zachování kontinuity zásadním způsobem změněny. Inovativnost projektů opět posoudí hodnotitelská komise složená z odborníků a výběr projektů ke spolufinancování se bude řídit preferenčními kritérii. Zvýhodněny budou např. projekty zaměřené na zpracování strategických surovin – mléka a masa. Preferenční body mohou získat také žadatelé, jejichž výrobky mají registrovanou značku kvality potravin KLASA či uplatňují certifikovaný systém bezpečnosti a jakosti potravin. S ohledem na zkušenosti z dosavadního příjmu žádostí však bude nově povinností žadatele mít vybraný výzkumný subjekt, se kterým bude v rámci projektu spolupracovat, již k datu podání Žádosti o dotaci.

V současné době je také předběžně plánován příjem žádostí na podopatření I.1.3.1 Přidávání hodnoty zemědělským a potravinářským produktům, o které je dlouhodobě ze strany zpracovatelů velký zájem. Dotaci až 50 % zde může získat malý nebo střední podnik na pořízení nových technologií na zpracování zemědělských produktů. Příjem žádostí v plánovaném 19. kole, tedy v červnu, však bude záviset na množství disponibilních prostředků v opatření, resp. na úspěšnosti realizace již schválených projektů. S velkou pravděpodobností by však měl v tomto termínu proběhnout příjem žádostí na toto podopatření zaměřený na projekty výjimečně realizované na území hl. města Prahy. Ministerstvo zemědělství totiž hodlá využít prostředky, které se nepodařilo v tomto regionu vyčerpat v rámci jiných opatření PRV. Hlavní podmínky pro získání dotace by měly být zachovány, konkrétní znění ale bude záležet na výsledku jednání s Evropskou komisí i ostatními dotčenými institucemi.

V tomto roce také vyvrcholí přípravy následujícího programového období 2014–2020, ve kterém Program rozvoje venkova zaznamená řadu změn. Opatření zaměřená na podporu zpracování zemědělských produktů však nepatří k těm, kde by byly plánovány zásadní změny podmínek, či dokonce přehodnocení podpory daného odvětví jako celku. V souladu s nově stanovenými prioritami rozvoje venkova je v plánu celá řada podpor, jež budou moci zpracovatelé využít. Jedná se zejména o podporu přenosu znalostí, resp. využití nových poznatků vědy a výzkumu v praxi, či odborné vzdělávání. Kromě vzdělávacích akcí tak bude rozšířena podpora spolupráce subjektů v rámci zemědělsko-potravinářského řetězce s cílem zvýšit konkurenceschopnost odvětví s důrazem na kvalitu vyráběných produktů. Zachována by měla být i podpora přímých investic do zpracovatelských provozů, nadále s omezením na zpracování produktů uvedených na Příloze I Smlouvy o fungování EU. ■



Světový mlékárenský summit IDF 2012 v Jižní Africe

Ing. JIŘÍ KOPÁČEK, CSc.,
Českomoravský svaz mlékárenský



Ve dnech 4.–8. 11. 2012 se uskutečnil poprvé v historii na africkém kontinentu, v jihoafrickém Kapském Městě, výroční „Světový mlékárenský summit“ Mezinárodní mlékařské federace (IDF). Konal se pod ústředním heslem „Svět v jedné zemi“ a předcházel mu čtyřdenní pracovní zasedání stálých výborů federace, tajemníků a předsedů národních komitétů a také se uskutečnila 100. valná hromada IDF. Ta byla tentokrát volební a zvolila pro příští čtyřleté funkční období nového prezidenta federace.



Celkový pohled na Kapské Město, místo konání World Dairy Summit 2012. V pozadí slavná Stolová hora.

Co vše dnes znamená IDF?

Především se jedná o přední světovou organizaci sdružující prvovýrobce, zpracovatele, vědce, marketéry, legislativce a normotvorce a další zainteresované odborníky z celého mlékárenství. Tato organizace spolupracuje s 1200 experty z celého světa a podstatné je, že v současnosti pokrývá 85 % světové produkce mléka. V organizaci pracuje 18 stálých výborů a akčních týmů v celkem 9 oblastech působení:

- zdraví zvířat a welfare,
- mlékárenská věda a technologie,
- ekonomika, marketing a mlékárenská politika,
- životní prostředí,
- management prvovýroby,
- potravinářské standardy,
- hygiena a potravinová bezpečnost,
- metody analýzy a vzorkování,
- výživa a zdraví.

U příležitosti valné hromady, která se sešla 4. 11. 2012, byl na příští čtyřleté volební období většinou přítomných hlasů zvolen dr. Jeremy Hill, který se své funkce ujal 9. listopadu. Nahradil tak dosavadního prezidenta Mezinárodní mlékařské federace pana Richarda Doyleho z Kanady.

Nový prezident dr. Jeremy Hill je současným ředitelem pro výzkum, vědu, technologii a rozvoj jedné z nejvýznamnějších světových mlékařských společností Fonterra Cooperative Group. V Mezinárodní mlékařské federaci působí tento skvělý odborník již více než dvacet let. Má novozélandské a britské státní občanství.

Při prvním vystoupení v roli prezidenta nastínil své představy o dalším směřování IDF. Klíčovým bude udržení a posilování významu světové organizace mlékařů, další rozšiřování členské základny (dnes má IDF 47 členů), což je důležité ve stále více se globalizujícím světě, mezinárodním obchodování a stejně tak v prostředí zvyšující se poptávky po mléčných výrobcích. Nosnými pracovními tématy i nadále budou výživa, potravinová bezpečnost, zajištění potravin a analytické metody, ale také environmentální problematika.

Dr. Hill se podělil také o myšlenky, jak řešit některé z těchto témat s účastí členských zemí federace. Plně podporil současnou vizi IDF, ale zdůraznil, že se federace bude muset přizpůsobovat novému prostředí, aby mohla úspěšně řešit své úkoly. „Proces změn již nastartoval společný projekt v činnosti IDF nazvaný *SWIFT* (*Speed = rychlost, Worldwide visibility = celosvětová viditelnost, Impact = dopady, Focus = zacílení a Transparency = transparentnost*). Ten nám dává příležitost, aby naše organizace poskytovala své výstupy vždy



Nový prezident IDF pan Jeremy Hill z Nového Zélandu

včas a aby tyto výstupy odpovídaly očekávání odborné i laické veřejnosti. IDF musí být ale více dynamickou a flexibilní organizací. Musíme si cenit síly partnerství a zapojit všechny rozhodující a strategické strany a partnery, abychom zajistili finanční životaschopnost a zlepšení naší komunikace, což nám může zaručit úspěch v budoucnosti," prohlásil ve svém inauguračním projevu.

Nový prezident u příležitosti svého zvolení významně ocenil také práci svého předchůdce, pana Richarda Doyleho, za jeho přínos světovému mlékárenství a navrhl valné hromadě udělit bývalému prezidentovi čestné členství v IDF. Valná hromada tento návrh jednomyslně podpořila.

Slavnostní zahájení summitu

World Dairy Summit zahajoval ještě bývalý prezident IDF pan Richard Doyle z Kanady a přivítal na něm 1200 delegátů z 57 zemí světa. Neopomněl uvést, že se jedná o summit s nejvyšší účastí za posledních několik let. „Přejeme si, aby se tento summit stal katalyzátorem pro rozvoj strategického myšlení pro budoucnost mlékárenského průmyslu," řekl prezident Doyle při svém úvodním vystoupení. Dále připomněl, že výroční zasedání mlékařů bude diskutovat nutnost bezpečného, vysoce kvalitního, a zejména udržitelného světového mlékárenství. Zmínil rovněž rostoucí nároky na hygienu, rozvoj mlékaření u malorolníků v rozvojových zemích, dotkl se témat souvisejících s řešením cenové volatility, ale neopomněl také připomenout otázky environmentální, např. globální oteplování a emise skleníkových plynů, ke kterým přispívá nemalou měrou i mlékárenský sektor. Jedním z nových předmětů zkoumání vědců je v současnosti studium



Obrázky ze zahajovacího ceremoniálu WDS IDF 2012



Ministryně pro zemědělství, lesnictví a rybolov Jihoafrické republiky paní Tina Joemat-Pettersson při svém vystoupení

mléčných bílkovin z pohledu jejich nutričního významu. Nedávno bylo například vědecky prokázáno, že mléčné bílkoviny jsou pro organismus o 20–30 % výhodnější než bílkoviny nemléčné. To je samozřejmě významné i s ohledem na výživu starých lidí a lidí trpících především v rozvojových zemích podvýživou.

Na zahájení summitu vystoupila krátce i ministryně pro zemědělství, lesnictví a rybolov Jihoafrické republiky paní Tina Joemat-Pettersson, která uvedla, že její země je vlastně zastoupena dvěma naprosto odlišnými ekonomikami. Tu první tvoří skupina zámožných osob, tou druhou, dalece početnější, je chudý národ reprezentující tak zvaný „třetí svět“. „Pokud bude každé děcko Afriky pít jednu sklenici mléka denně, musí to zákonitě přispět k ozdravení celé africké populace," uvedla ministryně. Velice ocenila, že se summit zabývá mimo jiné i farmařením malých zemědělců, vzděláváním spotřebitelů v rozvojových zemích a podporou dovedností pro zemědělce černého kontinentu. Vyjádřila přesvědčení, že je to „naše naděje“ na zlepšení infrastruktury prvovýrobců i zpracovatelů mléka nejenom v Jihoafrické republice, ale i v dalších afrických zemích.

Organizátoři výročního rokování světových mlékařů připravili účastníkům velmi hodnotný odborný program sestávající se ze 13 sympozií a celé řady dalších setkání a workshopů.

Na program byly zejména tyto akce:

1. IDF SWIFT Forum o klíčových výsledcích práce federace za uplynulý rok,
2. World Dairy Leaders Forum – konference předních světových hráčů mlékárenství,
3. Konference: „Mlékárenská politika a ekonomika“ – 1. část věnovaná globálnímu světu, 2. část se pak zabývala mlékárenstvím v Africe,
4. Konference „Prvovýroba mléka“,
5. Konference „Potravinová bezpečnost“,
6. Konference „Analytické metody a vzorkování“,
7. Sympozium o kvalitě mléčných bílkovin,
8. Konference „Mlékárenství v rozvojovém světě“,
9. Konference „Výživa a zdraví“,
10. Konference „Udržitelnost a zelená ekonomika“,
11. Konference „Mlékárenská věda a technologie“,
12. Konference „Zdraví zvířat a welfare“,
13. Konference o marketingu v mlékárenství.

Široce obsazená byla také posterová sekce prezentující výsledky 102 vědeckých prací, uspořádaná do odborných sekcí podle uskutečněných konferencí.

Kromě toho nabídli pořadatelé účast na celé řadě zajímavých technických exkurzí do podniků zemědělské prvovýroby,

mlékáren a sýráren, výroben potravinářských ingrediencí, distribučních potravinářských center, ale také do pracovišť mlékárenského výzkumu.

Součástí summitu byla také odborná výstava, na které se prezentovali vedle jihoafrických mlékárenských společností dodavatelé strojních a obalových technologií, zástupci výzkumných pracovišť i marketingových agentur.

World Dairy Leaders Forum

První odbornou akcí summitu bylo uspořádání World Dairy Leaders Forum, na kterém vystoupili přední zástupci mlékárenství ze všech kontinentů. Podle nich patří mezi současné nejzávažnější problémy zejména volatilita, nejistota, složitost a udržitelnost životního prostředí.

Nicola Shadbolt, ředitelka společnosti Fonterra z Nového Zélandu, zmínila mega-trendy v současném světovém mlékárenství, kterými jsou: globalizace, vzestup rozvíjejících se trhů, sociální demografie (například stárnutí populace zemí OECD a Číny), urbanizace a rostoucí poptávka po nutričních výhodách mléka a mléčných výrobců. Ve svém vystoupení poznamenala, že poptávka po mléčných výrobcích dramaticky vzrostla za posledních 10 let a očekává se, že poptávka, zejména v rozvinutém světě, brzy převyšší nabídku. To s sebou přináší značné problémy, jako např. nedostatek vody, investice do infrastruktury a výzkumu a vývoje, ale také zlepšování produktivity. „Výhled pro mlékárenství je pozitivní zejména v Asii, na Středním východě a v Africe. Ale musíme nejenom více produkovat v celosvětovém měřítku, ale v globálním světě využít lokální přístup,“ uvedla paní Shadbolt.

Podobně se vyjádřila i paní Louise Cooke, generální ředitelka společnosti Parmalat Jižní Afrika. „Předpokládá se, že poptávka po mléčných výrobcích v rozvojovém světě bude třikrát větší než ve vyspělém světě,“ řekla. „Jinými slovy, 95 % budoucího růstu pochází z rozvíjejících se trhů.“ Paní Cooke dále zdůraznila nerovnováhu nabídky, která vychází především z vyspělého světa, a poptávky, která vychází zejména z rozvojového světa. „Co je povzbudivé,“ řekla, „je to, že Afrika zaznamenala v posledních letech rychlý rozvoj obchodu stejně jako zvýšení počtu obyvatel.“ Poukázala na to, že o africkém kontinentu je k dispozici poměrně málo statistických údajů a analytici by se měli vyvarovat toho, aby všechny africké země hodnotili stejně, protože mezi nimi jsou skutečně značné rozdíly.

Z pohledu HDP jsou problémové zejména Ghana, Mosambik, Etiopie, Nigérie a Demokratická republika Kongo, zatímco významnými producenty mléka



Účastníci World Dairy Leaders Forum 2012 v Kapském Městě. (Třetí zprava je Richard Doyle, úspěšný končící prezident IDF.)

na kontinentu jsou Súdán, Keňa, Egypt, Jihoafrická republika a Tanzanie.

Cooke uvedla příklad Brazílie, země, kde příjem na hlavu byl blízký Jižní Africe (\$ 12 000), ale v Brazílii je naopak spotřeba mléka na jednoho obyvatele oproti JAR dvojnásobná. V JAR v posledních letech došlo k výraznému růstu výroby jogurtů. Ostrý kontrast mezi „prvním“ a „třetím“ světem byl patrný z vystoupení pana Jay Waldvogela ze společnosti Dairy Farmers of America a naopak pana Deepak Tikku z indického NDDB Dairy Service.

Waldvogel uvedl, že v USA došlo k redukcí chovatelů mléčného skotu ze 130 000 před deseti lety na pouhých 50 000 dnes. „Asi polovina naší produkce mléka pochází z farem, které mají stáda 1000 krav a více,“ řekl. „Naši tři největší američtí výrobci produkují více mléka než celý Nový Zéland.“

Naopak v Indii jsou miliony malých producentů mléka, kteří chovají jen dvě nebo tři krávy. Nicméně země učinila významný technologický pokrok v poslední době, včetně zavedení dojíacích automatů a budování systému mléčných sběrů, uvedl Tikku. „V posledních 20 až 30 letech roste poptávka po mléce o 4 % ročně, což je více než růst populace.“ Přestože je dnes Indie největším producentem mléka na světě, jsou její hospodářské výnosy v mléčném sektoru velmi ubohé v porovnání s rozvinutým světem. V Indii byl proto nyní zaveden Národní mléčný plán, který je spolufinancovaný Světovou bankou a indickou vládou a má za cíl zvýšit produkci mléka v Indii ze 125 miliard na 200 miliard. Součástí této strategie je také zvyšování genetického potenciálu zvířat, což by posílilo objem výroby.

Konference o mlékárenské politice a ekonomice

Na tradiční konferenci byla opět představena zpráva o světové mlékárenské situaci za rok 2011. Ten byl s ohledem na příznivé počasí, rostoucí celosvětovou poptávku a ceny označen za „zlatý rok mlékárenství“. Takto jej hodnotil dr. Adriaan Krijger z Nizozemí (na obrázku), který v hodinovém vystoupení seznámil účastníky s nejvýznamnějšími fakty o vývoji.

Na následující straně uvádíme několik zajímavých grafů:

Z grafu 1 je jasně patrné, jak významně stoupla světová produkce mléka za uplynulý rok. Modrý graf uvádí celkový objem mléka, zelený se týká mléka kravského a oranžový mléka buvolího.

Graf 2 popisuje současnou situaci ve zpracování mléka. Další názorný graf 3 popisuje vývoj světové spotřeby mléka v kontextu růstu světové populace. Spotřeba se tedy zvýšila o 1,1 kg v hodnotě mléčného ekvivalentu.

A nakonec ještě zajímavý graf 4 srovnání vývoje spotřeby na jednotlivých kontinentech, resp. oblastech světa. Je z něho patrné, jak poklesla spotřeba v rozvinutém světě a jak naopak dochází k neuvěřitelnému růstu v rozvojových zemích.



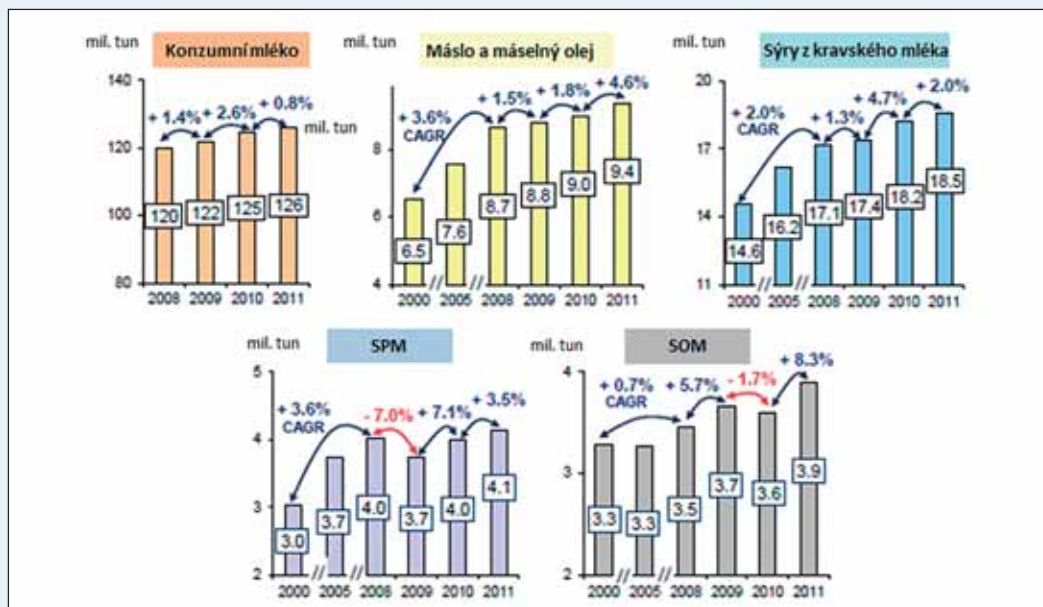
Dr. Adriaan Krijger z Nizozemí představuje Zprávu o současném stavu světového mlékárenství.

Vývoj světové výroby mléka

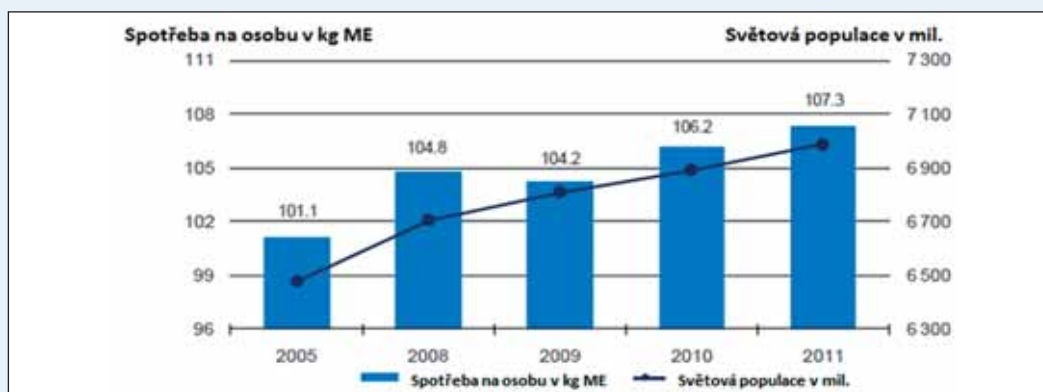
Graf 1



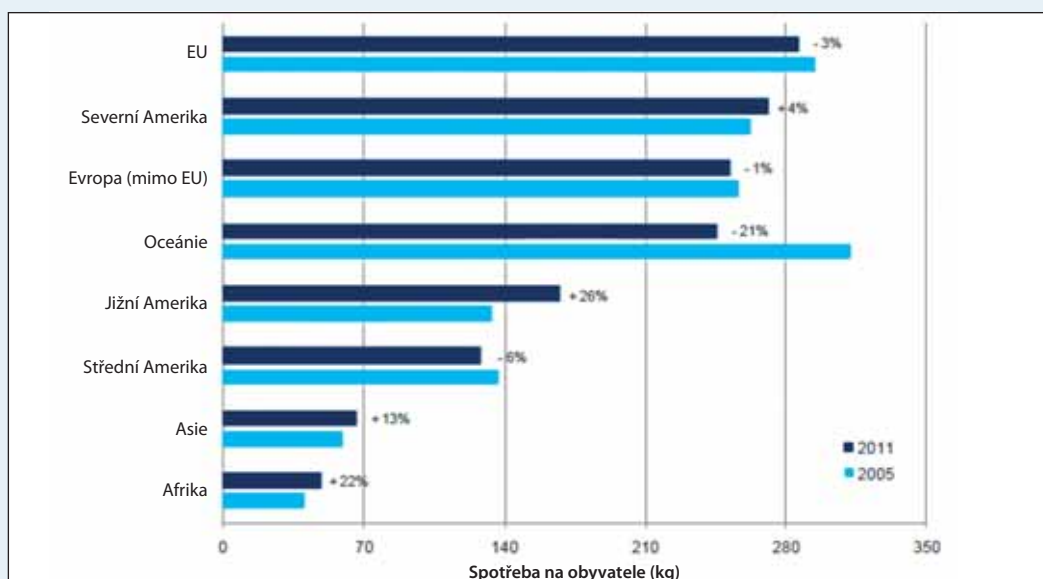
Graf 2



Graf 3



Graf 4





Dojnice Jersey z farmy Melhout v oblasti Overberg

Konference o prvovýrobě mléka

„Chovatelé mléčného skotu jsou dnes po celém světě pod extrémním tlakem nižších nákupních cen a naproti tomu vysokých cen obilí.“ Ve svém úvodním vystoupení na konferenci o mlékařské prvovýrobě se takto vyjádřil dr. Thorsten Hemme z německého ústavu IFCN (International Farm Comparison Network), který sdělil delegátům, že cena krmiv je nyní celosvětově vyšší než výkupní cena mléka. Ceny krmiv se jenom od dubna 2012 do konce roku zvýšily o více než 30 %. A to bude znamenat vysoký tlak na produkci mléka v následujících letech.

Podle brazilské mlékařské ekonomky dr. Kennya Siqueri zazívá podobný stav v současnosti i celá Jižní Amerika.

Zástupce Jihoafrické republiky a moderátor konference dr. Koos Coetze seznámil posluchače s jihoafrickou prvovýrobou a poznamenal, že jihoafričtí farmáři jsou z pohledu úrovně spíše nad světovým průměrem a mohou konkurovat prvovýrobě v celé řadě hlavních produkčních mlékařských zemí. Lokální i exportní trhy mají rostoucí tendenci, což místním farmářům přináší více příležitostí. Marže prvovýrobců jsou ale nyní pod silným tlakem rychle rostoucích vstupních nákladů a stagnujících nebo jen pomalu stoupajících nákupních cen.

Další tři vystupující se podělili o své poznatky o pokroku ve farmářských technologiích prvovýroby mléka, který umožní být více konkurenceschopným.

Keith Heikes (USA) mluvil o nových poznatcích v genetice, zatímco Jay Johnson z Kanady vysvětloval, jak by mohli zemědělci využít nové technologie pro zvýšení ziskovosti. Švéd Lior Yaron v tomto směru zdůraznil význam kontroly užitkovosti.

Většina současných prvovýrobců mléka z celosvětového pohledu hospodaří na rodinných farmách. To má velký význam v předávání posloupnosti farmářského hospodaření. Význam rodinného podnikání v mlékařské prvovýrobě zdůraznil také prof. Elmarie Venter z Metropolitní univerzity Nelsona Mandely z Kapského města. Jihoafrický farmář Philip Blackenberg, který na své farmě pokračuje již v třetí generaci, se s delegáty na toto téma podělil o osobní zkušenosti. Nástup nové generace v mlékařské prvovýrobě je dnes v řadě zemí velmi důležitou prioritou. Jeff Every z Jižní Afriky nastínil hospodářský model, který je využitelný právě při zahájení podnikání u nově začínajících farmářů.

Konference: Výživa a zdraví

„Udržitelné mléčné živiny jsou nezbytné pro lidské zdraví v průběhu celého životního cyklu člověka.“ Pod tímto mottem

se uskutečnila 7. 11. 2012 další významná konference na World Dairy Summit.

Nové vědecké poznatky odhalují procesy a roli mléka, které hraje významnou roli při snižování onemocnění nebo poruch souvisejících s nevhodnou výživou, a to jak v zemích rozvinutých, tak rozvojových.

Jestliže podvýživa v rozvojovém světě odhadem způsobuje dnes až 30 % dětských úmrtí, prevalence obezity v rozvinutém světě je naopak na vzestupu. V jednotlivých oblastech světa existují značné rozdíly, které ovlivňují více chudé než bohaté. V důsledku toho se (nepřenosné) nemoci související s výživou stávají hlavní hrozbou v rozvojových i rozvíjejících se ekonomikách stejně jako ve vyspělých společnostech.

Konference „Výživa a zdraví“ na posledním světovém summitu mlékařů se proto velmi podrobně věnovala aktuálním tématům současné celosvětové výživy, zejména pak neopominutelné roli mléka a mléčných výrobků v udržitelné stravě. Diskutovány byly otázky přejídání, podvýživy i oblasti ekonomiky výživy a související oblasti životního prostředí.

Hlavním řečníkem na konferenci byla dr. Catherine Champagne z biomedicínského výzkumného střediska v americkém Pennigtonu, která zdůraznila mléčnou stravu jako součást tzv. stravovací diety DASH (Dietary Approaches to Stop Hypertension – dietologický přístup ke snížení hypertenze). Následující diskuze se pak věnovala vysvětlení role mléka ve výživě a odmítání omylů a nepravd o mléce ve vztahu k obezitě, a naopak podvýživě. Dr. Nelia Steyn z ústavu „Human Science Research Council“ z Jihoafrické republiky informovala delegáty o tom, že většina Jihoafričanů nekonzumuje pestrou stravu a pouze 56 % populace konzumuje každodenně mléčné výrobky. Dr. Este Vorster ze Severozápadní univerzity (North West University) z Jižní Afriky představil nový revidovaný jihoafrický stravovací model (Food-Based Dietary Guideline), který předpokládá každý den konzumaci konzumního mléka, zakysaného nápoje (afrikánsky „maas“) nebo jogurtu.

V závěrečné přednáškové sekci této konference zaznělo také, že zdravotnictví může uspořit tehdy, bude-li ve stravě v dostatečné míře zastoupena mléčná výživa, a také bylo připomenuto posílení mléčné stravy pro zajištění zdraví dětí a mládeže.

U autora tohoto reportážního článku jsou k dispozici anotace a jednotlivé prezentace všech odeznaných přednášek a souhrny posterových sdělení a řada dalších kongresových dokumentů.



Jiří Kopáček (vpravo) s prof. Pavlem Jelenem z kanadské univerzity v Albertě a s jeho paní Sylvou

Výživa školních dětí a její rizika

Mgr. ALEXANDRA KOŠŤÁLOVÁ,
MUDr. MICHAEL VÍT, Ph.D.



Již jednou jsme se na stránkách tohoto časopisu zabývali výživou dětí. Toto téma je stále aktuální, neboť s čím dál tím větším sortimentem potravin narůstá osob, u kterých je patrná nadváha a obezita. Ani děti nejsou výjimkou. V České republice se používají národní standardy BMI u dětí a mládeže ve věku 7 až 18 let. Tyto se interpretují jako hraniční hodnoty nadváhy a obezity. Hodnota BMI nad 90. percentilem znamená nadváhu, hodnota nad 97. percentilem znamená obezitu. Zajímavá data o způsobu života českých dětí a mládeže, získaná v roce 2010 od reprezentativního souboru 5686 českých dětí ve věku 11, 13 a 15 let, jsou uvedena v Národní zprávě o zdraví a životním stylu dětí a školáků¹⁾. Výskyt nadváhy a obezity u školáků byl zjištěn v průměru u 19 % chlapců a u 9 % dívek. Nejnižší výskyt byl zaznamenán u 13letých dívek (6,9 %). Podrobnější data jsou uvedena v následujícím grafu (data z HBSC studie, 2010).

Pojďme se tedy postupně podívat na jednotlivá období dětství, která jsou z výživového hlediska klíčová.

Jedním z těchto období je školní věk. Dítě přicházející z mateřské školy si s sebou přináší řadu správných stravovacích návyků, zejména pravidelnost ve stravování a také pestrost, kterou řada školek příkladně splňuje. Školní věk je charakteristický zpomalením růstu, ale překotně se začíná rozvíjet socializace a kognitivní, tedy poznávací funkce. Dítě vstupuje do světa dospělých. V mladším školním věku vzhlíží k autoritám, od nichž přijímá hodnocení, a zároveň hodnotí sebe sama vůči vrstevníkům. Již ve školce je dítě mnohdy motivováno vrstevníky a samo zkusí potraviny, které dříve nejedlo. I ve školním věku mohou příklady kamarádů táhnout, je však třeba dát pozor, aby tyto příklady byly ty správné.

To, že se zpomaluje u dítěte školního věku růst, neznamená, že by mělo jíst méně či méně kvalitně. Opak je pravdou. Sociální i kognitivní funkce lze do určité míry ovlivňovat stravou. Dítě unavené, bez energie jistě nepodá žádoucí výkon a i svými vrstevníky nebude vyhledáváno, protože není zdrojem zábavy.

Proto je nutné dbát, stejně jako celý život, na tzv. tři „P“ – pravidelnost, pestrost a přiměřenost. K těmto třem „P“ bych ještě přidala „I“ jako informovanost – v tomto věku jsou děti připraveny přijímat a vstřebávat nové informace, proto když se jim informace o výživě podají zajímavou a zábavnou formou, dobře si je zapamatují.

Pravidelnost

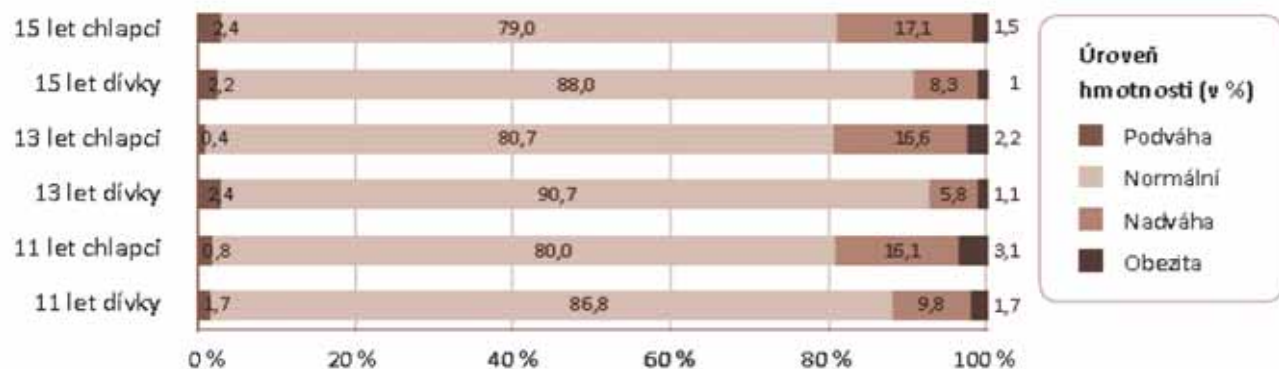
Školák by měl jíst pětkrát denně. Jeho jídelníček by se měl skládat ze tří hlavních jídel a dvou svačin. Jednotlivá jídla by za sebou měla následovat ve 3hodinových intervalech.

Na stravu dítěte školního věku by stále měli dohlížet rodiče. Měli by stravu dítěti připravovat či aktivně se podílet na výběru obědů ve školní jídelně.

Neustále je třeba připomínat důležitost **snídaně**.

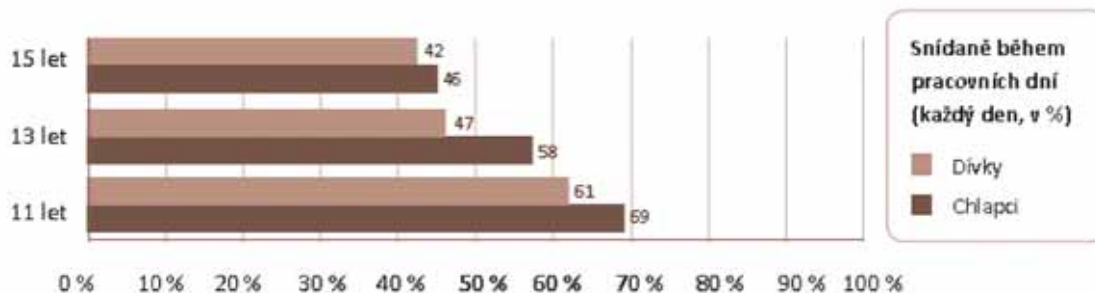
Podle různých studií je patrné, že mnoho dětí snídaní vynechává z důvodů časových nebo nemají chuť či nemají v rodině žádný správný příklad. Studie HBSC prováděná v ČR v roce 2010 ukazuje, že množství dětí, které snídají každý pracovní den, se pohybovalo v rozmezí od 42 % (15leté dívky) do 69 % (11letí chlapci). Ve všech věkových skupinách uváděli každodenní snídání během pracovních dní častěji chlapci.

Obr. 1 Výskyt nadváhy a obezity



HBSC – Česká republika – 2010 / Zdraví a životní styl školáků

Obr. 2 Děti, které uvedly, že snídají každý den během pracovních dní



HBSC – Česká republika – 2010 / Zdraví a životní styl školáků

Podrobnější data jsou uvedena v obrázku. Tendence snídat se snižuje s věkem. A obdobně je tomu i jinde ve světě. Platí tedy, že procento mladých lidí, kteří snídají, se s věkem snižuje, přičemž ve věku 6–11 let snídá 92 % dětí a ve věku 12–19 let snídá 77 % dospívajících (Obr. 2).

Ale připomeňme si, že když ráno člověk vstává, je to skoro 10 hodin od doby, kdy naposledy jedl. Mozek je orgán, který se živí pouze glukózou a tu spotřebovává i ve spánku, protože řídí celý chod organismu. Zásobárnou glukózy jsou játra a svaly. Glukóza je v nich uložena ve formě živočišného škrobu, kterému říkáme glykogen. Dětský mozek je podobně velký jako mozek dospělého člověka, ale játra i svaly jsou mnohem menší, tudíž i zásoby glukózy jsou malé a snadno se vyčerpají. Proto je důležité dodat tělu energii a živiny plnohodnotnou snídaní.

Anglicky se snídaně řekne „breakfast“, což v překladu znamená přerušování hladovění (půstu). Začínat den bez snídaně je jako jet autem s poloprázdnou nádrží – velmi brzo nám může dojít benzín – obzvláště ve chvíli, kdy ho nejvíce potřebujeme. Děti, které pravidelně snídají, jsou ve škole soustředěnější a mají lepší studijní výsledky. Rovněž se zvyšuje pravděpodobnost, že nebudou trpět nadváhou – proč – protože nebudou mít chuť se přecpávat večer.

I ráno nesmíme zapomínat na pitný režim. Dítě, které dá přednost delšímu spánku před rádnou snídaní a zároveň nemá čas se ráno ani napít, je ve škole velmi rychle unavené, roztěkané, nesoustředěné a často trpí bolestí hlavy. Pro nedostatečně zavodněný organismus jsou typické suché sliznice, které jsou náchylné k infekcím. Při plánování pitného režimu je možno použít odborná doporučení. Pro děti do 6 let by se denní množství přijatých tekutin mělo pohybovat od základního množství 1000 ml s tím, že na každých 10 kg tělesné váhy se přičítá 50 ml, u starších dětí od 7 do 15 let je doporučené množství 1500 ml a na každých 20 kg tělesné váhy se přičítá 20 ml.

Od dítěte, které není zvyklé snídat, nemůžeme očekávat změnu ihned. Pokud bychom znenadání zařadili bohatou snídaní, bylo by dítěti pravděpodobně spíše špatně a kýženého efektu bychom asi stěží dosáhli. Proto je třeba začít postupně po malých porcích. Nejdříve stačí například kysaný mléčný nápoj. K němu se pomalu může přidávat müsli a ovoce. Každá plnohodnotná snídaně by se měla skládat ze všech tří živin. Měly by být zastoupeny kvalitní tuky (pro děti je vhodné i obyčejné máslo), plnohodnotné bílkoviny a polysacharidy. Na příkladu to znamená – celozrnný plátek chleba, máslo, plátkový sýr, paprika, ovocný čaj (neslazený či slazený velice málo). Sladká varianta – bílý jogurt, nastrouhané jablko a skořice – smíchané dohromady, müsli, čaj.

Dalším jídlem, které by mělo následovat 3 hodiny po snídání, je **svačina**. Stále platí, že nejlepší je svačina „od maminky“. Téměř v každé škole je bufet a dítě má o přestávce možnost si zakoupit občerstvení. Avšak sortiment bufetu je jednotvárný a jsou zde zastoupeny především komodity, které se dobře prodávají a přinášejí zisk. Naopak chybí ty, které se rychle kazí – tedy ovoce a zelenina. V bufetu jdou na odbyt především cukrovinky a sladké nápoje. A dále pak někde bývá praxí, že bufet nabízí různé hamburgery, párky v rohlíku, dokonce i langoše. Takto by správná svačina vypadat neměla, jednak se jedná o velkou dávku energie najednou a za druhé je tato energie z jednoduchých cukrů a nekvalitních tuků. Dítě je tzv. rychle „nakopnuto“, ale poté dojde rovněž k rychlému poklesu aktivity a útlumu.

Tělo potřebuje takové potraviny, které uvolňují energii postupně a rovnoměrně. Takže správná svačina by měla vypadat například takto: dalašánek, pomazánkové máslo, šunka (kvalitní s vysokým % masa), rajče (celé), ředěný pomerančový džus (např. 1 : 1). A jako malinký pamlssek čokoládový bonbon, ovšem z kvalitní čokolády. Takto sestavená svačina by dítěti měla dodat energii na 3 následující hodiny a nemělo by mu po ní být těžko natolik, aby nemělo chuť na oběd.

Oběd je druhým hlavním jídlem dne. Daleko jsou časy, kdy se v jídelně podávala univerzální hnědá omáčka, šedý špenát a nerozžvýkatelné hovězí maso. Školní jídelny prošly v poslední době řadou změn. Prostory kuchyně musí odpovídat přísným hygienickým normám a většina kuchyní prošla nákladnou rekonstrukcí a vybavení je srovnatelné s vícehvězdičkovými hotely. Sestavování jídelníčku ve školní kuchyni se řídí dle spotřebního koše. Musí tedy být zastoupeny luštěniny, ryby, maso a další potraviny tak, aby byla zachována pestrost. V mnohých jídelnách je možno volit z několika jídel. Systém školního stravování má u nás dlouholetou tradici a vyzkoušenou praxi, která je, zejména v zahraničí, obdivována. Ale objevují se tendence školní stravu zkomercializovat. Do škol se začínají dostávat tzv. školní restaurace, které si nechávají zaplatit zvláště například za saláty, a rozbory byla zjištěna nedostatečná energetická hodnota oběda.

Mnozí školáci, zejména v pubertálním věku, na obědy ve škole nedocházejí. Mají řadu důvodů – chtějí se lišit a vyčnívat, nechtějí dělat to, co většina. Snaží se lišit například i názorem – příkladem je vegetariánství z důvodu ochrany zvířat atd. Mnohé dívky vynechávají oběd, protože si „hlídají“ postavu. Jiní dostávají peníze na obědy a utratí je za něco jiného nebo si koupí k obědu fast food ve školním bufetu či blízkém okolí školy. Další možností, proč děti nedocházejí na oběd do školní

jídelny, je ten, že obědvají doma. Domů však dorazí později, a pokud přímo doma někdo nevaří, pak mají pravděpodobně k obědu jídla, která zbyla z víkendů, případně od večere. To může být časem poněkud monotónní strava, pořád ale lepší než fast food.

Pokud je to tedy možné, dítě by mělo docházet na oběd do školní jídelny a rodiče by měli dohlížet na volbu jídel a rovněž by měli mít přehled o tom, zda-li si dítě přidává, či naopak velké množství jídla vrací. Do jídla by se dítě nemělo nutit či nutit jej vše dojídat, rovněž není výchovně správné objednávat dítěti oběd, který opravdu nemá rádo. Proto by vše mělo být na základě domluvy mezi dětmi a rodiči.

Jednoznačně by v jídelníčku školáka měly být alespoň 2 porce ryby týdně. Ryby jsou vhodné nejen kvůli plnohodnotné bílkovině, vitamínům a minerálním látkám, ale i kvůli obsahu velice cenných omega 3 mastných kyselin.

Po obědě děti dochází do družiny či různých kroužků. Tři hodiny po obědě by měla následovat druhá svačina. Některé děti svačí již doma, některé mají volnočasové aktivity do pozdních odpoledních hodin (mnohdy sportovního rázu), proto je nutné, aby měly zajištěnu i odpolední svačinu a dostatek tekutin.

Večere by měla být časem, kdy se rodina sejde u stolu. V mnohých rodinách to ale není možné, protože jeden z rodičů přichází domů později. Není proto úplně nevhodnější, aby na něj všichni s večerí čekali. Dítě pak může být unavené, přetažené a na jídlo už nemusí mít chuť, nebo se naopak přejí těsně před ulehnutím ke spánku.

K večerí by měla být lehce stravitelná jídla. Poslední jídlo by mělo být 2–3 hodiny před spaním. Před spaním je možné podat ještě hrnek mléka – v noci je čas vápník více vstřebat a teplé mléko večer děti uklidní. Nicméně i po něm by si dítě mělo rádně umýt zuby. Péče o chrup by měla být nejméně 2x denně, ale po každém mlsání by se měla ústa alespoň vypláchnout čistou vodou. V lepším případě by se měly zuby vyčistit. Zuby se čistí cca 2 minuty. Kartáček by měl mít malou hlavičku s měkkými rovně striženými štětinami. Do 8 let by rodiče měli zuby po dítěti ještě přečistit. Kartáček by se měl obměňovat každé dva měsíce, avšak po každé infekci či viróze je lepší dát kartáček nový.

Pestrost

Dětský organismus je organismem rostoucím, proto potřebuje přijímat stravou všechny živiny, řadu minerálních látek a vitamínů. Pestrost stravy je zaručena tehdy, pakliže v jídelníčku nechybí žádná potravinová skupina. Velice hezkou pomůckou jsou graficky znázorněná výživová doporučení formou potravinové pyramidy (Obr. 3).

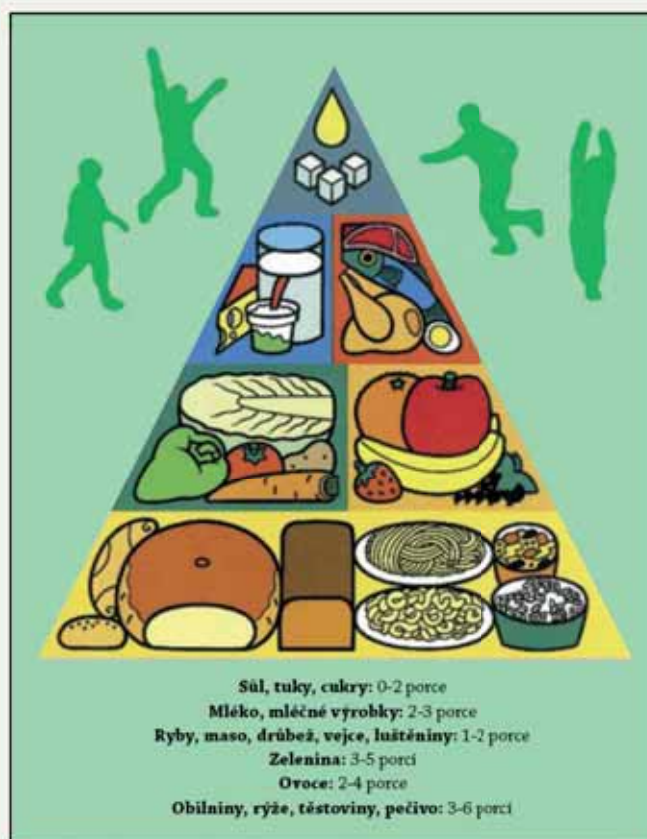
Jednotlivé potravinové skupiny jsou v pyramidě seřazeny do pater, a to následovně. Základnu pyramidy tvoří potravinová skupina, kterou bychom měli jíst nejvíce, a naopak na vrcholu je to, co bychom měli omezit na minimum.

U každé této skupiny je přesně definováno doporučené množství, jaké bychom měli denně sníst. Jednotku množství je porce. Porce je přesně definované množství pro konkrétní potraviny.

Čili konkrétně platí:

Obiloviny jsou základnou potravinové pyramidy. Znamená to, že by měly být základem jídelníčku. V případě obilovin je 1 porce = 1 krajíc chleba nebo 1 rohlík či houska nebo 1 miska ovesných vloček či müsli nebo kopeček rýže či těstovin.

Obiloviny jsou bohaté na minerální látky, vitamíny, ale zejména na sacharidy.



Obr. 3 Potravinová pyramida má 4 patra a skládá se celkem z 6 potravinových skupin:

1. obiloviny
2. ovoce
3. zelenina
4. mléko a mléčné výrobky
5. maso, masné výrobky, ryby, vejce, luštěniny
6. cukr, sůl, tuky

Ovoce a zelenina – tyto dvě potravinové skupiny sdílí společně druhé patro potravinové pyramidy. Znamená to, že po obilovinách by měly být v našem jídelníčku zastoupeny hned na druhém místě. Zeleniny bychom měli jíst nepatrně více, neboť má o trochu méně energie než ovoce. Ale to spíše platí pro lidi, kteří mají problémy s nadváhou.

Ovoce a zeleninu potřebujeme jíst ve vysokém množství, protože díky svým vitamínům a minerálním látkám napomáhají udržovat organismus v dobré kondici.

- **1 porce zeleniny** = 1 paprika nebo 1 mrkev nebo 2 rajčata nebo miska čínské zelí či salátu nebo půl talíře brambor nebo sklenice neředěné zeleninové šťávy.
- **1 porce ovoce** = 1 jablko, pomeranč či banán, miska jahod, rybízu či borůvek nebo sklenice neředěné ovocné šťávy.

Obiloviny, ovoce a zelenina jsou potraviny, které jsou velmi bohaté na sacharidy.

Ve třetím patře sídlí opět dvě potravinové skupiny: mléko a mléčné výrobky a s nimi maso, masné výrobky, ryby, vejce, luštěniny. Tyto potraviny nám poskytují zejména plnohodnotné bílkoviny a v případě mléčných výrobků i nenahraditelný prvek vápník.

- **1 porce mléka a mléčných výrobků** = sklenice mléka (250 ml), 1 jogurt (200 ml), 55 g syra.
- **1 porce masa, masných výrobků, ryb, vajec, luštěnin** = 125 g drůbežího, rybího či jiného masa, 2 vařené bílky...

Čtvrté patro pyramidy obsadila skupina, na kterou si musíme dávat pozor, a tou jsou tuky, jednoduché cukry (sladkosti) a sůl. Tato skupina potravin tělu dokáže pořádně škodit, když se to s ní přehání. 1 porce = 10 g cukru nebo 10 g tuku. Nenalou pozornost je nutné věnovat i spotřebě soli. Poslední data publikovaná za ČR ukazují, že spotřeba soli u mužů činí 16,6 g/den, u žen 10,5 g/den a relativně vysokou mírou se podílí na vysokém výskytu vyššího krevního tlaku se všemi negativními následky. Tato data jsou dva až třikrát vyšší než doporučená denní spotřeba, tj. 5 g/den. National Health and Medical Research Council v Austrálii doporučuje pro děti a adolescenty spotřebu mezi 2,5 g až cca 5 g soli na den.

V mladším školním věku se ještě stále můžeme setkat s neofobií, i když už tento jev není tak frekventovaný jako v batolecím a předškolním věku. Jedná se o strach z nových jídel, která jsou například odlišná barvou, konzistencí a texturou. Mnozí rodiče po prvním nezdaru přestanou pokrm servírovat v domnění, že je neoblíbený. Řešením je právě opačný postup, pravidelně jídlo servírovat nebo jej různě obměňovat, a hlavně netrestat a nekárat dítě za to, že jídlo nezkusí. Chce to někdy opravdu pořádnou dávku trpělivosti.

Ve starším školním věku, kdy se dostavuje puberta, se rizikem stávají různé alternativní směry výživy – vegetariánství, veganství, makrobiotika atd. A dále pak různé druhy diet. Každý takový směr či dieta je nedostatečná v určité složce. U vegetariánů a veganů je to například nedostatek železa, vitamínu B₁₂ či plnohodnotných bílkovin, které jsou pro rostoucí organismus naprosto nepostradatelné.

Dospívání je charakteristické prudkým růstem, zvyšuje se nejen výška, ale i hmotnost, a to je dáno hormonálními změnami. Právě tento faktor může některé dívky vyvést natolik, že se začnou stravovat dle různých diet. Kýžený efekt se však nedostavuje, naopak se může stát, že se z dívek vyvinou chronické dietárky. Ty mohou být i obézní, neboť v určité fázi diety přestane mít dívka motivaci a vůli a dietu poruší a dopřeje si vše, na co má chuť. Vyhladovělé tělo si pak velice lehce vytvoří zásoby v podobě tuku a objeví se tzv. jo-jo efekt. Nebo může dojít k druhé variantě a tou je rozvoj poruch příjmu potravy. Sem řadíme mentální anorexii a mentální bulimii. Je to děsivé, ale poruchy příjmu potravy se objevují již v mladším školním věku. Dívky nacházejí zálibu ve snižování hmotnosti (mnohdy pouze na základě nemístné poznámky či po vzoru blízké osoby), ze záliby se vyvine posedlost a diety jsou jen nástrojem, jak uspokojit tuto potřebu. Následky těchto onemocnění bývají nezřídka fatální. Dochází k zprětrhání sociálních vazeb, objevují se

chronické karence. Tato onemocnění mají velice plíživý charakter, a než jsou patrné okolí, dívka jimi trpí třeba již řadu let.

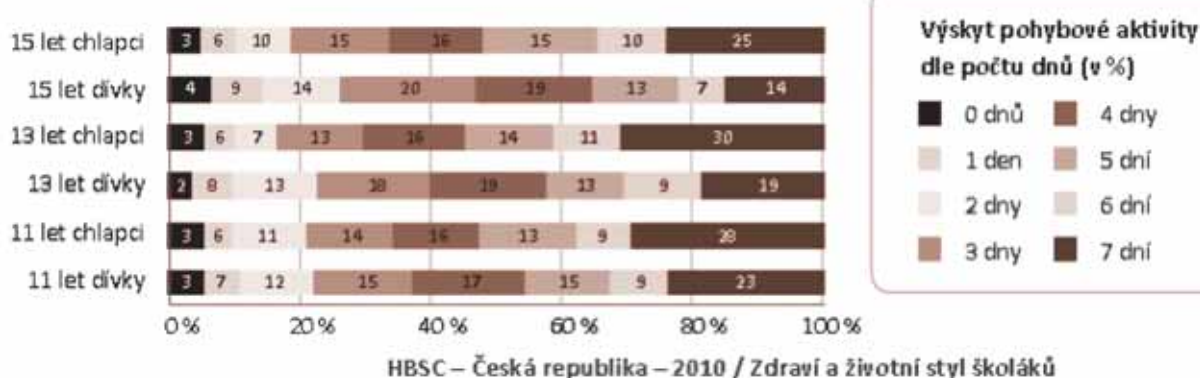
Proto je nutné, aby rodiče, vychovatelé, učitelé, kamarádi byli ostražití. Mladý organismus si nemá zahrávat s dietami ani s alternativními směry výživy, nemá k tomu dostatek informací, na základě kterých by se byl schopen správně rozhodovat. Naopak, hezkou postavu si lze uchovat pravidelnou, pestrou a přiměřenou stravou a samozřejmě pravidelným pohybem. Školák by se měl fyzické aktivitě věnovat minimálně jednu hodinu denně. Počet dětí, které v HBSC studii uváděly každodenní pohybovou aktivitu alespoň 1 hodinu, se pohyboval mezi 30 % (13letí chlapci) a 14 % (15leté dívky). Dívky výrazně zaostávaly za chlapci v realizaci pohybové aktivity ve všech věkových skupinách. Podrobnější data jsou uváděna v grafu (Obr. 4).

Přiměřenost

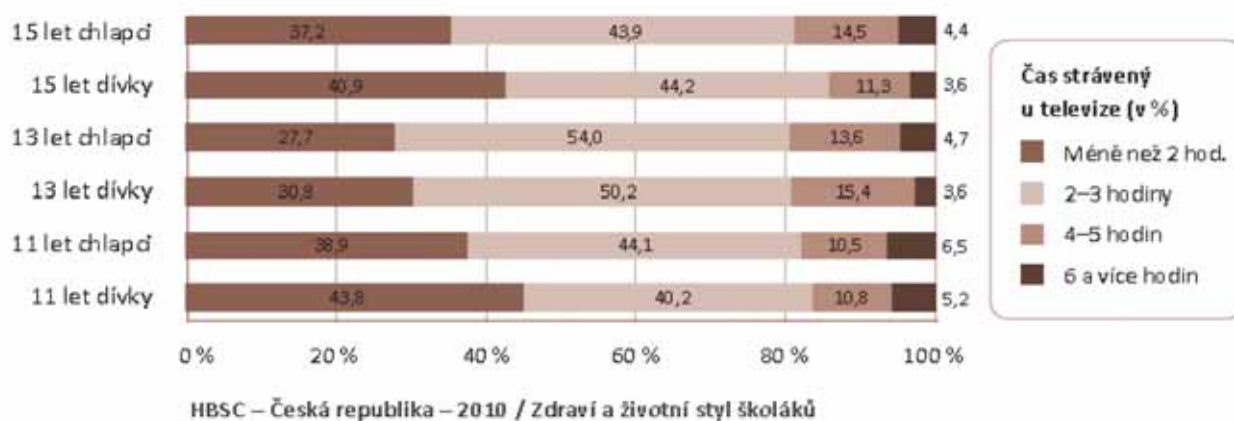
Je třeba vždy myslet na to, že energetický příjem by se měl rovnat energetickému výdeji. Je tedy samozřejmé, že dítě sportovně založené, které se sportu věnuje denně, bude mít jiný energetický příjem než šachista, který rád vyseďává u počítače. Právě u počítače, televize, DVD a v neposlední řadě u sociálních sítí tráví mládež velké množství času. Tráví tak i svůj volný čas s rodiči. Pohybová inaktivita je jednou z klíčových determinant nadváhy a obezity školních dětí. Sledování televize spolu se sezením u počítače a při učení patří mezi nejčastěji uváděné inaktivní chování u českých adolescentů. U českých adolescentů se nicméně struktura sedavého (inaktivního) chování za posledních 10 let změnila. Sledování televize bylo z části nahrazeno sezením u počítače. Přijatelná denní doba sledování televize by neměla přesahovat 2 hodiny denně. Více než polovina dětí dotazovaných ve studii HBSC uvádí, že tráví u televize nebo DVD během pracovních dní více než dvě hodiny denně (Obr. 5).

Za posledních deset let byl u českých adolescentů zjištěn nárůst času stráveného u počítače, který také koresponduje s nárůstem domácností s počítačem a internetovým připojením. Čas strávený sezením u televize, počítače nebo při učení patří mezi nejčastěji udávané sedavé chování v České republice. U nás více než polovina respondentů tráví u počítače více než dvě hodiny denně během pracovních dní, jak ukazují data shrnutá v grafu (Obr. 6) na další straně.

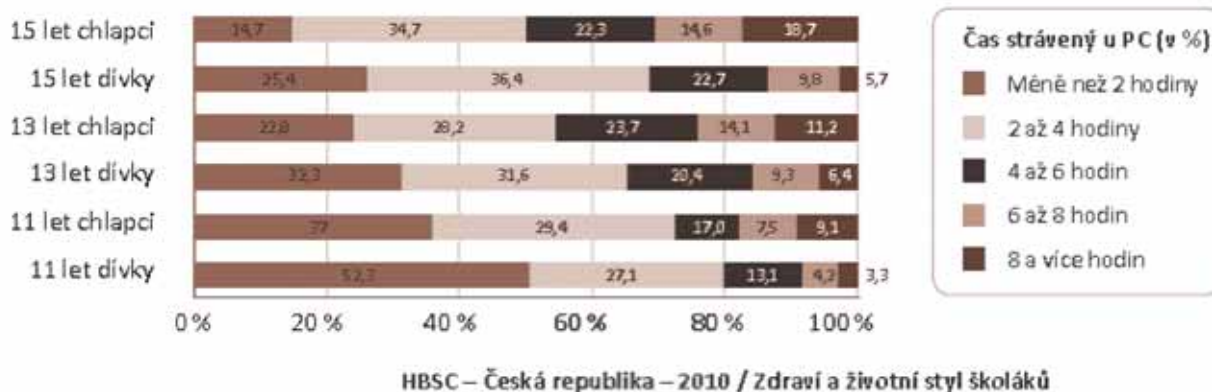
Obr. 4 Výskyt pohybové aktivity podle počtu dnů v týdnu



Obr. 5 Počet hodin strávených u televize denně



Obr. 6 Počet hodin strávených u počítače denně během pracovních dní



Ve volném čase s rodinou sportuje jen 20 % chlapců a cca 17 % dívek. Rovněž asi jen polovina chlapců a ještě méně dívek sportuje alespoň hodinu denně. Není proto s podivem, že roste počet dětí s nadváhou či obezitou.

Pokud bychom tedy shrnuli všechny výše zmíněné informace, pak největším nešvarem ve stravování dětí je vynechávání snídaně a příjem nadměrného množství energie v odpoledních a večerních hodinách, kdy už tělo není tolik aktivní a nadbytečná energie se ukládá do tukových zásob.

Konzumace jídel na nevhodných místech – u televize, počítače. Tělo je zahlceno jinými podněty a není schopno přijímat informace o snědeném jídle a jeho množství, signál o sytosti je přebit silnějšími podněty z okolí.

Dále je u dětí patrná nadměrná spotřeba jednoduchých cukrů. Čím více dítě přivyká sladké chuti, tím méně je schopno rozeznávat chutě jemnější. To samé platí i o chuti slané. Proto dítě, které je zvyklé pít slazené nápoje a jíst sladkosti ve velké míře, najde těžko zálibu v ovoci či zelenině, jednoduše proto, že pro něj jejich chuť není dostatečně intenzivní.

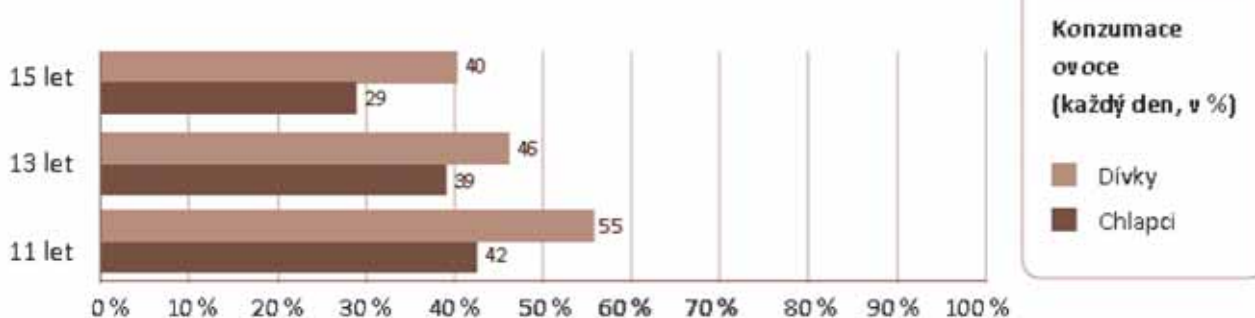
Děti stále jedí málo ovoce a zeleniny, a nedosahují tak doporučených porcí za den. Na základě doporučení WHO se za dostačující považuje denní konzumace alespoň 2–3 porcí ovoce a zeleniny. Část odborníků na zdravou výživu doporučuje konzumovat ovoce nebo zeleninu dokonce minimálně 5krát denně. Dostatečný příjem zeleniny a ovoce jako potravin s nízkou energetickou hodnotou a vysokým obsahem komplexních sacharidů je významný i z hlediska prevence obezity. Aktuální data ze studie HBSC v ČR ukazují, že kromě

11letých dívek uváděla každodenní konzumaci ovoce méně než polovina dotazovaných dětí. Nejnižší výskyt byl u 15letých chlapců (29 %) a nejvyšší výskyt byl u 11letých dívek (55 %). Výskyt každodenní konzumace ovoce se s rostoucím věkem snižuje. Podrobnější data uvádí následující graf (Obr. 7).

Nutno zdůraznit i význam zeleniny ve výživě dětí a mládeže, který spočívá ve vysokém obsahu vitamínů a minerálních a jiných látek, které příznivě ovlivňují fyziologické procesy v organismu člověka. Ze zdravotního hlediska je u zeleniny zvláště významný obsah vlákniny a vitamínů, nejvíce vitamínu C, provitaminu A a kyseliny listové. Z minerálních látek je to železo, vápník, draslík, hořčík a mangan. V HBSC studii jen menší část respondentů uváděla každodenní konzumaci zeleniny. Nejnižší výskyt byl u 15letých chlapců (21 %) a nejvyšší u 11letých dívek (43 %). Konzumace zeleniny byla vyšší u dívek ve všech věkových skupinách. Každodenní konzumace zeleniny se u chlapců s věkem snižuje. Podrobnější data jsou uvedena v následujícím grafu (Obr. 8).

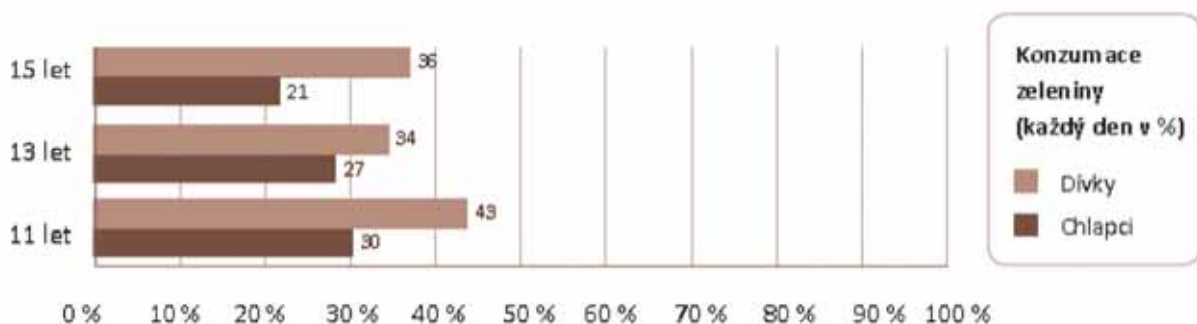
Školní věk je období, kdy se vnímání dítěte začíná přibližovat vnímání dospělého. Dítě je schopno se orientovat v čase i prostoru, zdokonaluje se ostrost všech smyslů. Představitelství je bouřlivá, ale nekritická. A právě těchto vlastností využívá reklama zaměřená na děti. Již děti předškolního věku poznávají v obchodech komodity, které se objevují v reklamě. Je pak jasné, že dítě nutně potřebuje právě tu potravinu (či jinou věc), která je v reklamě glorifikována. Je proto na rodičích, aby tyto pseudopotreby usměřovali, aby dětem

Obr. 7 Děti, které uvedly, že konzumují ovoce alespoň 1krát denně



HBSC – Česká republika – 2010 / Zdraví a životní styl školáků

Obr. 8 Děti, které uvedly, že konzumují zeleninu alespoň 1krát denně



HBSC – Česká republika – 2010 / Zdraví a životní styl školáků

vysvětlili smysl reklamy, aby poukázali na klamavá místa, a rovněž, aby sami byli kritičtí k daným výrobkům, pečlivě studovali obaly a porovnávali je s výrobky podobnými.

Rodiče jsou pro školní děti stále ještě příkladem a toho by si měli být vědomi. Pro zdraví své i svých dětí by měli volit potraviny kvalitní a upřednostňovat kvalitu před kvantitou. V dnešní době je jasné, že mnoho lidí se dívá především na cenu a nezajímá je složení potravin. Velice lehce se tak stane, že si zaplatí, a dokonce i přeplatí nekvalitní suroviny, z nichž se potravina skládá.

Správná výživa dětí je velice důležitá pro jejich rovnoměrný růst a vývoj. Navíc „co se v mládí naučíš, ve stáří jako když najdeš“. V tomto článku jsme upozornili na nejdůležitější pravidla výživy člověka a rizika, která plynou z jejich porušování. Nakonec je třeba připomenout, že ve školním věku jsou to stále rodiče, kteří by měli mít výživu svého dítěte pod kontrolou, a i když jsou pod tlakem samotných dětí, reklamy a různých populárních článků o „zdravé“ výživě, měli by se podle těchto zásad řídit a nepolevit v důslednosti. Pakliže mají jakékoli pochybnosti, je dobré se zavčas obrátit pro radu na kvalifikované odborníky.

Autoři děkují Mgr. M. Kalmanovi (hlavnímu řešiteli HBSC studie pro Českou republiku) za poskytnutí dat pro tento článek.

Tento článek byl vytvořen v rámci projektu „Posílení odborného potenciálu výzkumných týmů v oblasti podpory pohybové aktivity na Univerzitě Palackého (CZ.1.07/2.3.00/20.0171)“.

Literatura:

Národní zpráva o zdraví a životním stylu dětí a školáků na základě mezinárodního výzkumu uskutečněného v roce 2010 v rámci mezinárodního projektu „Health Behaviour in School-Aged Children: WHO Collaborative Cross-National Study (HBSC)“

Projekt IDEFICS (Identification and prevention of Dietary – and lifestyle – induced Health Effects in Children and infants). <http://www.ideficsstudy.eu/Idefics/>, 2006

European Commission: Implementation of the EU Salt Reduction Framework - Results of Member States surfy, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2012, 16 pp, ISBN 978-92-79-23821-5

Salt intake assessed by 24-hr urine collection in Australian school children aged 5–13 years: CA Grimes, KJ Campbell, LJ Riddell, CA Nowson, Centre of Physical Activity and Nutrition Research, School of Exercise and Nutrition Sciences, Deakin University, Melbourne, Victoria, Australia, Australasian Medical Journal [AMJ, 2011, 4, 12, pp. 811–812]

Sendvič, nebo chlebíček?

MVDr. PAVEL POLÁK, CSc.



Proces integrace ekonomiky ČR do hospodářského prostoru ekonomicky vyspělé Evropy s sebou přinesl nutnost vyrovnat se mj. i s cizojazyčnou terminologií mnoha oborů po léta běžně používanou ve „starých“ členských státech EU. Vzhledem k dominanci angličtiny v mezinárodní obchodní sféře jde především o pochopení významu či přebírání řady slov právě z tohoto jazyka. Přestože tento proces probíhal v menší míře a plynule i v předchozím období, teprve v posledních letech jsme svědky výrazné intenzifikace zmíněného trendu. Nevyhnul se ani oboru potravinářství. Aktivita zahraničních firem v oblasti výroby potravin i veřejného stravování tak výrazně obohatily nejen náš jídelníček, ale i terminologii tohoto oboru.

Jedním z původně anglických výrazů, který sice zevšedněl i v našem mateřském jazyce před mnoha lety, ale teprve nedávno mohl rozkošatět do mnoha dalších mutací, je *sandwich* – **sendvič**. Snad každý v Česku bude mít nějaký názor, co si pod tímto slovem představit. Dávna i současná historie a proměny tohoto výrobku si však zaslouží více naší pozornosti.

Co to vlastně *sandwich* je a jaká je jeho historie? *Webster's Ninth New Collegiate Dictionary*¹⁾ jej definuje jako plátek chleba (*bread*) pokrytý náplní (masem, sýrem, rybou nebo různými směsmi), který je přikryt dalším plátkem chleba.



Obr. 1

Rovněž se může jednat o částečně rozpůlený podlouhlý nebo kulatý rohlík či housku naplněné nádivkou. Velmi podobně jej opisuje i Wikipedia²⁾. Sendviče jsou velmi populárním typem lehkého poledního jídla (v angličtině je pro něj výraz *lunch*). Obecně obsahují, kromě různého druhu pečiva, kombinace zeleniny, masa, sýrů a řady různě ochucených a kořeněných omáček a pomazánek nebo tzv. „*filler*“. Dva z mnoha podobných příkladů takových náplní jsou na obr. 1. Jedná se o výrobky distribuované pod privátní značkou retailového řetězce Waitrose ve Velké Británii.

Základní formulace složení sendviče však může nabývat neuvěřitelných proměn a variací nejen co do počtu jeho složek, ale i jeho titulů. V samotné zemi původu slova *sandwich* je tento výrobek např. v severních oblastech nazýván slovem „*butty*“, a to především ve spojení s konkrétními typy, např. „*chip butty*“, „*bacon butty*“ nebo „*sausage butty*“ (viz dále). „*Sarnie*“ může být dalším hovorovým označením téhož, výraz „*sanger*“ pochází z australské angličtiny, i když jej lze nalézt i v receptech právě z Velké Británie.

Potravina popsaného složení a stylu ale není v pravém smyslu slova původním britským vynálezem. Již v prvním století př. n. l. si totiž židovský mudrc Hillel starší údajně dopřál maso z pesachového beránka vložené s bylinami mezi plátky nekvašeného chleba macesu.²⁾ Později, v období středověku, se v Evropě plátky ztvrdlého chleba používaly namísto talíře. Po hostině u bohatých rodin se chléb nasáklý šťávami z pokrmu přenechal psům nebo zůstal pro žebráky. Plátky takového pečiva se v angličtině nazývaly „*trenchers*“ a byly předchůdci pro tzv. „*open-face*“ sendviče (viz dále). Ve střední Evropě byly alternativou pro „*trenchers*“ tzv. „*topinky*“ mající však jiný než dnešní význam.³⁾ První doložené použití výrazu „*sandwich*“ je datováno do roku 1762, ze kterého pochází právě písemná zmínka o této formě občerstvení. Britové tedy v loňském roce oslavili 250 let existence sendviče (obr. 2).⁴⁾

Obr. 2



Převzato z <http://www.sandwich.org.uk/>

Proč ale slovo „*sandwich*“? Sir Edward Montagu, prominentní velitel královského námořnictva, byl v roce 1660 povýšen do šlechtického stavu a za sídlo hraběcího rodu si zvolil Sandwich, tehdy přední anglický přístav. Jeden z jeho potomků, John Montagu (obr. 3), čtvrtý hrabě ze Sandwiche, britský státník, významný diplomat, a jak zlí jazykové tvrdí, i vášnivý karetní hráč, jednou neměl kvůli hře čas na jídlo, a tak požádal služebníky, aby mu připravili plátek masa mezi krajice chleba.⁵⁾ Tak mohl údajně pokračovat bez přerušení

1. Webster's ninth new collegiate dictionary. Merriam-Webster Inc., 1990, ISBN 0-87779-509-6
2. <http://en.wikipedia.org/wiki/Sandwich>
3. Beranová, M. (2011): Jídlo a pití v pravěku a středověku. Academia, Praha, 512 s., ISBN 978-80-200-1991-2
4. <http://www.bbc.co.uk/news/uk-england-kent-18010424>
5. http://en.wikipedia.org/wiki/John_Montagu,_4th_Earl_of_Sandwich

Obr. 3



Převzato z <http://www.bbc.co.uk/news/uk-england-kent-18010424>

hry. Ostatní spoluhráči si po jeho vzoru objednali „to stejné, co Sandwich...“ – a sendvič byl na světě. Skromnější verze okolností vedoucích k vynálezu sendviče popsána životopisem Johna Montagua udává však vznik sendviče jako důsledek pracovního zaneprázdnění významného státníka a dodání rychlého a jednoduchého občerstvení na talíři až na jeho pracovní stůl. Pokud by však Sir Edward tehdy zvolil namísto Sandwicha sídlem rodu např. Portsmouth, mohli jsme dnes jíst namísto sendviče portsmouth.

Ještě jedna zajímavost je spojena se jménem hrabat ze Sandwicha. Havajské ostrovy jsou pro mnoho našinců symbolem klidu a luxusní dovolené v nádherné přírodě. Do roku 1840 však byly ostrovy nazývány Sandwich Islands. Původní jméno jim totiž dal v roce 1778 jejich objevitel, mořeplavec kapitán James Cook jako hold hlavnímu mecenášovi plavby, prvnímu lordovi Admirality, Johnu Montaguovi.⁶⁾

Ať už byly podmínky vzniku této populární formy občerstvení jakékoliv, její obliba dosáhla celosvětové úrovně a v zemi svého vzniku dnes představuje významný segment potravinářské výroby a stravovacích služeb. Svědčí o tom i existence samostatného svazu výrobců sendvičů, *The British Sandwich Association (BSA)*⁷⁾, i vlastní veletrh *The Total Sandwich Show*. Podle údajů BSA spotřeba sendvičů ve Spojeném království za posledních 10 let dramaticky vzrostla. Sendvičů, ať už průmyslově nebo doma připravených, se zde ve všech formách spotřebuje téměř 11 miliard kusů ročně. Hlavním důvodem oné mimořádné popularity je všeobecný názor, že v původní formě se jedná o zdravější verzi stravování než jiné formy rychlého občerstvení (obr. 4). Vzhledem k sílící pozornosti věnované vlastnímu zdraví není pochyb o tom, že zájem o sendviče u spotřebitelů i nadále poroste. Tomuto trendu vyhovují mnohé používané typy chlebě a dalšího pečiva – celozrnného, vícezrnného, žitného, chlebových placek (naan), pečiva s ořechy a varianty v organické (BIO) kvalitě. Podle BSA si více než 62 % populace Británie koupí sendvič alespoň jedenkrát ročně za průměrnou cenu 1,66 libry a téměř 20 % je jich zakoupeno v zaměstnání. Průměrná cena sendviče plynule roste podle požadavků spotřebitelů na nové a netradiční náplně a chutě, typy pečiva a chlebě, popř. jejich kvalitu (BIO, „all-day breakfast“ apod.). Z celkového objemu prodaných sendvičů jsou 4 % v podobě placek (wraps) a 10 % ve formě obložených baget („sub“). Více než 30 % z nich má jako náplň či součást drůbeží maso (viz

dále) a 70 % je jich zkonsumováno doma, což činí průměrně 4,2 sendviče sněženého doma týdně na osobu, tj. nejvíce na světě.⁸⁾ V náplních sendvičů jsou kromě drůbežího masa velmi oblíbené ryby (tuňák) a krevety (18 %), sýr (15 %), šunka (12 %), slanina (10 %), vejce (7 %), ale jen poměrně málo uzeniny (3 %).

Není také jisté bez zajímavosti, že první sendviče do retailové distribuce začala dodávat společnost Marks & Spencer teprve v roce 1980 a své vedoucí postavení na tomto trhu si dosud navzdory silné konkurenci drží i v portfoliu asi 80 druhů sendvičů. Největšími soupeři jsou ostatní britské řetězce Sainsbury, Tesco, Safeway, Asda a další. Britskému trhu v prodeji sendvičů jednoznačně dominují privátní značky řetězců, i když lze již vysledovat přítomnost značkových výrobků specializovaných výrobců jako např. Ginsters.^{9,10)}

Původní podoba sendviče od doby Johna Montagua prošla bouřlivým vývojem a dala vzniknout mnoha dalším variantám a formám. Některé z nich, a to nejen z anglicky mluvícího světa, určitě stojí za pozornost.¹¹⁾

Klasikou mezi sendviči s masem je **BLT**, tedy „**bacon, lettuce, tomato**“.¹²⁾ Základem je sendvič s plátkem slaniny, známý v části Velké Británie a Austrálie jako „**bacon butty**“ nebo „**bacon sarnie**“. V Irsku se mu říká „**rasher sandwich**“ a ve Skotsku někdy „**bacon sanger**“. Často je lehce namazán máslem nebo margarínem, přichucen kečupem nebo anglosaskou specialitou – hnědou omáčkou (*brown sauce*) a je podáván v teplém stavu. BLT je tedy populární variantou sendviče doplněného o listový salát a plátky rajčete. Oba jsou doporučovány jako „první pomoc“ po bouřlivých večírcích. Varianta s použitím housky (kaiserka, *kaiser roll*) a pečenou cibulí mi byla prezentována jako „**British Bap**“.

Velmi podobným sendvičem je „**sausage sandwich**“, jehož základem je podlouhlé pečivo typu bageta nebo ciabatta.¹³⁾ V podélně rozříznutém pečivu je vložena celá nebo



Obr. 4

6. <http://en.wikipedia.org/wiki/Hawaii>
7. <http://www.sandwich.org.uk/>
8. http://www.sandwichnews.com/sandwich-shop-articles/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=85
9. http://www.just-food.com/analysis/3-billion-commercial-sandwiches-market-continues-to-spread_id93432.aspx
10. <http://www.ginsters.co.uk/rangedetail.asp?RangeID=5>
11. http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_sandwiches
12. http://en.wikipedia.org/wiki/Bacon_sandwich
13. http://en.wikipedia.org/wiki/Sausage_sandwich

rozříznutá nožka klobásky (*sausage*) rozmanitého typu (polská, německé verze knackwurst, weisswurst, bratwurst, bockwurst nebo merguez oblíbený ve Francii atp.). Přílohami jsou obvykle hořčičná, hnědá, rajčatová nebo salsa omáčka, nakládané papriky a chilli papričky, cibule a kvašené zelí. Pokud je v pečivu použit párek (*frankfurter, wiener*), označuje se jako „*hot dog*“.

Zajímavou variantou je „*pulled pork sandwich*“, ve kterém je jako hlavní součást použito pošírované vepřové maso.¹⁴⁾ Jde obvykle o vepřovou plec pomalu vařenou v kořeněné omáčce za teplot nepřesahujících 80 °C až do stadia, kdy maso může být snadno „*pulled*“, tedy rozděleno na tenké svazky svalových vláken. Tento způsob přípravy zachovává hodnotné látky a původní chuť. Takto již připravené maso lze ve Velké Británii jako polotovar zakoupit běžně v tržní síti. Pokud je maso uzavřeno do vakua a vařeno po mnoho hodin při teplotách 55–60 °C, jedná se o metodu přípravy zvanou *sous-vide*.¹⁵⁾

Je-li součástí sendviče maso pečené na jakýkoli způsob, jedná se o „*steak sandwich*“.¹⁶⁾ Přílohami mohou být mnohé další potraviny jako sýr („*cheese-steak*“), cibule, papriky, houby nebo rajčata. Některé konkrétní varianty budou uvedeny dále.

„*Reuben sandwich*“ je sendvič s plátky *corned-beef*, sýrem ementálského typu (*Swiss cheese*), kyselým zelím a salátovým dresinkem Ruským nebo Tisíc ostrovů.¹⁸⁾ Vše je dohromady zapečeno na grilu. Zajímavé je, že k tomuto sendviči vzniklo v USA několik dalších variant a je znám i v Kanadě (Montreal).

Dva plátky obvykle celozrnného chleba s placičkou hamburgeru (*hamburger patty*), opečenou nebo zpěněnou cibulí a sýrem rozpuštěným při zapékání je tzv. „*patty melt sandwich*“.¹⁷⁾ Hamburger v housce s plátkem sýra či sýrového výrobku, se zeleninou nebo bez je asi nejznámější základní variantou sendvičů nabízených také v řetězcích restaurací rychlého občerstvení.

Podobně jako s vepřovým nebo hovězím jsou vytvářeny i sendviče s drůbežím masem – „*chicken sandwich*“. Obvykle se jedná o kuřecí prsa bez kůže a kostí mezi plátky chleba nebo v naplocho půlené housce. Maso může být upraveno různými způsoby, často bývá v trojobalu a smažené jako plátek anebo ve formě nuget – špalíků. Přílohy jsou stejně nápadité jako u sendvičů s červeným masem a platí i totéž, co bylo výše uvedeno o nabídce ve fast-food restauracích.¹⁹⁾

Mezi sendviče s masem samozřejmě patří i ty s masem rybím.²⁰⁾ Nejběžnější je sendvič s tuňákem, např. „*tuna fish sandwich*“. Jde o sendvič plněný salátem z tuňáka. Neopomenutelnou součástí takového běžně používaného salátu je majonéza, vařená vejce, sterilovaná zelenina (okurka, kukuřice, cibule a černé olivy, popř. celer). Lehčí verze využívají namísto majonézy jogurt nebo dresinky s nižším obsahem oleje. V USA je údajně zhruba polovina konzervovaného masa tuňáka použita na přípravu právě sendvičů.

Kromě tuňáka bývají součástí sendvičů i obalované a smažené filety bělomasých ryb, často nabízené opět v restauracích rychlého občerstvení s tatarskou omáčkou a sýrem v housce.²¹⁾

Téměř pravidelnou součástí obložených chlebů, sendvičů, z obchodní sítě je sýr, popř. sýrový přípravek. „*Cheese sandwich*“ je proto dalším typem poskytujícím základ pro modifikace.²²⁾ Mnohé z nich v kombinaci s upraveným červeným nebo bílým masem a zeleninou byly již uvedeny. Sendvič se sýrem bývá často zapečený do formy toustu, kde se sýr tepelnou úpravou taví. Příkladem mohou být třeba „*grilled cheese sandwich, toasted cheese, cheese toastie*“

nebo jen „*grilled cheese*“ či „*melt*“.²⁴⁾ V roce 1994 byl ve Velké Británii dokonce zorganizován *National Cheese Sandwich Week* (NCSW) k oslavě 70letého výročí sýrového sendviče vytvořeného Gordonem Ramstalkerem z Bristolu. Sendvič s názvem „*cheese dream*“, sýrový sen, se stal velmi populárním během Velké hospodářské krize jako nenáročná forma stravování mnoha amerických rodin.²³⁾

Sendvič připravený z již opečeného chleba a spojený špejlí je nazýván „*club sandwich*“ nebo „*clubhouse sandwich*“.²⁵⁾ Náplň je velmi variabilní a obsahuje cokoliv z výše zmíněných surovin.

Zajímavá kombinace bílého chleba lehce pomazaného máslem a smažených bramborových čipsů (hranolků) s kečupem nebo hnědou omáčkou je známa pod označením „*chip butty, chip sandwich, chip barm, chip batch, chip roll, chip muffin, piece-n-chips, chip piece*“, kde slovo „*butty*“ je zkratkou „*bread and butter*“, tedy chleba s máslem. V oblasti East Midlands ve Velké Británii se používá název „*chip cob*“. Vynalézavá je i kombinace s bramborovými lupínky, které jsou jednou z hlavních náplní tohoto typu sendviče. Pro takovou kombinaci se v britské angličtině ujal název „*crisp sandwich*“, zatímco Američané a Australané ji znají jako „*chip sandwich, chipwich*“ nebo „*potato chip sandwich*“. Lupínky se obvykle kombinují s arašídovým máslem, masem, sýrem, šunkou, tuňákem, paštikou nebo okurkou.

V USA je legendární další variace známá pod zkratkou *PB&J*, tedy „*peanut butter and jelly sandwich*“.²⁶⁾ Jde o chléb namazaný arašídovým máslem a další vrstvu tvoří většinou ovocné želé. Srovnání by bylo možné s naším chlebem, máslem a marmeládou nebo džemem. Modifikace tohoto sendviče s arašídovým máslem, banánem a opečenou slaninou byla údajně velmi oblíbeným jídlem Elvise Presleyho a jako své poslední jídlo by si jej prý zvolil i newyorský starosta Michael Bloomberg.²⁷⁾

Kromě plátků chleba se na přípravu sendvičů hojně používají bagety, housky a na wrapy chlebové placky. Nejčastějším příkladem může být „*cheesesteak*“, rovněž známý jako „*Philadelphia cheesesteak, Philly cheesesteak, cheese steak*“ nebo „*steak and cheese*“.³⁰⁾ Jde vlastně o obdobu již popsanych sendvičů se sýrem, avšak tence nakrájené hovězí maso je napřed orestováno, posypáno sýrem, který změkne po naložení na teplé maso, a s ostatními přísadami (cibule, papriky, omáčky) je vše naplněno do podélně naříznuté bagety.

Sendviče, jejichž základem je podlouhlé pečivo, bagety apod., se mnohdy označují obecným výrazem jako např. „*submarine sandwich, hero sandwich, Italian Sandwich, sub, hoagie, torpedo*“ nebo „*grinder*“.²⁸⁾ Bageta nebo podob-

14. http://en.wikipedia.org/wiki/Pulled_pork

15. <http://en.wikipedia.org/wiki/Sous-vide>

16. http://en.wikipedia.org/wiki/Steak_sandwich

17. http://en.wikipedia.org/wiki/Patty_melt

18. http://en.wikipedia.org/wiki/Reuben_sandwich

19. http://en.wikipedia.org/wiki/Chicken_sandwich

20. http://en.wikipedia.org/wiki/Tuna_fish_sandwich

21. <http://en.wikipedia.org/wiki/Filet-O-Fish>

22. http://en.wikipedia.org/wiki/Cheese_sandwich

23. http://en.wikipedia.org/wiki/Cheese_dream

24. http://en.wikipedia.org/wiki/Melt_sandwich

25. http://en.wikipedia.org/wiki/Club_Sandwich

26. http://en.wikipedia.org/wiki/Peanut_butter_and_jelly_sandwich

27. http://en.wikipedia.org/wiki/Peanut_butter_banana_and_bacon_sandwich

28. http://en.wikipedia.org/wiki/Submarine_sandwich

ný typ pečiva je podélně rozpůlena, a to úplně anebo jen do tvaru V, a naplněna řadou ingrediencí – masem, sýrem, zeleninou, omáčkami či jinými ochucovadly. Podle jedné z pověstí se název „submarine“ nebo jen „sub“ váže na přípravu občerstvení námořníků sloužících na ponorkách amerického námořnictva v 1. světové válce a tvar sendviče je měl nalákat do restaurace. Podle jiné pověsti je název svázán s italským přistěhovalcem, který viděl ponorku v muzeu, jež ho inspirovala k vytvoření sendviče podobného tvaru. I název „hoagie“ je spojen s Italy.²⁸⁾ Ti však pracovali v loděnici Hog Island a často měli k jídlu sendvič podlouhlého tvaru. Odtud tedy zkrácené jméno „hoagie“. Verzí vzniku tohoto názvu je však více, s podivem jsou však většinou spojeny s italskou přistěhovaleckou komunitou v okolí Philadelphie. Sendvič torpédovitého tvaru často s náplní obalovaných a smažených krevet či ústřic a dalších obvyklých příloh je v americké Louisianě znám pod názvem „po' boy, po-boy, poor boy“.²⁹⁾ Kromě jiných vysvětlení může tento název pocházet z francouzského slova *pourboire* – spropitné pro číšníka.

Sendvič vyrobený z plněné chlebové placky „sandwich wrap“³¹⁾ byl údajně poprvé nabídnut v restauraci na počátku 80. let 20. století v Massachusetts. Dnes je to poměrně běžná a oblíbená úprava nabízená některými restauracemi rychlého občerstvení. Náplně takových placek jsou velmi podobné těm obvyklým u dříve popsaných sendvičů.

Obložené pečivo na podobném principu jako sendviče s kořeny v Británii nebo USA však vznikaly i v jiných zemích světa. Evropské frankofonní státy znají „croque-monsieur“³²⁾, zapečený sendvič se šunkou a sýrem. Pokud je doplněn ještě o smažené nebo tzv. ztracené vejce, nazývá se „croque-madame“ a kaloricky dietnější

varianty „croque-mademoiselle“. I zde existuje řada modifikací jmenovitě odlišující sendviče podle použité přísady nebo místa původu („croque provençal, croque auvergnat, croque gagnet, croque norvégien, Monte Cristo“ atd.). „Mitraillette“³³⁾ je název belgického původu pro „submarine sandwich“ doplněný o smažené hranolky s omáčkou a v Berlíně vznikl známý „Strammer Max“, tzv. „open-face sandwich“, tedy obloha šunky se sýrem a smaženým vejcem jen na jednom plátku chleba.³⁴⁾

Do zmíněné skupiny „open-face sandwich“ patří téměř nekonečný počet variant a kombinací pečiva a různých příloh, pomazánek, omáček, dresinků, zeleniny syrové i nakládané, vaječ ve všech možných úpravách, upravených mas a masných výrobků. Co však určitě musí být uvedeno, je to, že sem typově patří i klasický český obložený „chlebiček“. Ve zhruba dnešní podobě jej na počátku 20. století vytvořil a mlounům nabídl pražský lahůdkář Jan Paukert. Český chlebiček od té doby prošel mnoha proměnami a dnešní nabídka řady lahůdkářských výrobců v České republice co do bohatosti rozhodně nezůstává pozadu za svými zahraničními kolegy – výrobci sendvičů.

- 29. http://en.wikipedia.org/wiki/Po'_boy
- 30. <http://en.wikipedia.org/wiki/Cheesesteak>
- 31. http://en.wikipedia.org/wiki/Sandwich_wrap
- 32. <http://en.wikipedia.org/wiki/Croque-monsieur>
- 33. <http://en.wikipedia.org/wiki/Mitraillette>
- 34. http://en.wikipedia.org/wiki/Strammer_Max
- 35. <http://cs.wikipedia.org/wiki/Chleb%C3%AD%C4%8Dek>
- 36. http://ekonomika.idnes.cz/majitel-slavneho-lahudkarstvi-jan-paukert-zemrel-bylo-mu-91-let-p76-/ekonomika.aspx?c=A100114_172538_spotrebite_lspi

16. mezinárodní veletrh pro gastronomii
16th International Trade Fair for Gastronomy

VÍNO & Delikatesy

24.-26. 4. 2013

WINE & Delicacies
Výstaviště Praha Holešovice – Česká republika • Denně pro odborníky 11 – 14, pro veřejnost 14 – 20
Exhibition Ground Prague – Czech Republic • Daily for professionals 11am – 2pm, for public 2pm – 8pm

Pořadatel:
Vego Prag, Jeseníkova 77, 130 00 Praha 3
tel.: 271 770 953, fax: 222 584 589, mobil: 603 445 026
e-mail: vegoprag@vegoprag.cz, www.vinodelikatesy.cz

Pořadatel:
Vego Prag – foreign companies contact:
mobil: +420 736 610 320
e-mail: expoprague@vegoprag.cz, www.vinodelikatesy.cz

novinka

lahodný a svěží
vhodný pro bezlepkovou dietu
recyklovatelný obal
kvalitní české mléko
zdroj bílkovin

jihočeský zákyš
kysané mléko svěží

TRAVY ŽIVOTNÍ STYL

vetropack
AGRO-LA
www.agrola.cz

www.tereos-ttd.com


1 základní surovina



cukrová řepa

Tradiční český výrobce cukru a lihu již od roku 1831

Široký sortiment produktů



Cukr



Pitný líh



Bioetanol



E85



Krmiva



Hnojiva

Největší zpracovatel cukrové řepy

35 000 hektarů, **2 600 000** tun řepy,
300 000 tun cukru, **800 000** hl lihu



2 cukrovary, **3** lihovary,
1 balicí centrum

S jídlem roste chuť...

MUDr. RADIM UZEL, CSc.,
sexuolog



Skutečnost, že spolu potrava a sex velice úzce souvisí, je známá už dlouhá staletí a stále se znovu připomíná v nespočetných vědeckých pojednáních i v lidových pověstech. Přípravou pokrmů a sexuální aktivitou se totiž člověk odlišuje od všech ostatních živočichů. Sexuální styk v živočišné říši slouží výhradně k rozmnožování, zatímco lidská sexualita má v sobě ještě zvláštní bonus v podobě tělesného potěšení. Zvířata se páří pouze za účelem reprodukce neboli prokreace, člověk pěstuje intimní styky hlavně proto, že je to příjemná věc, rekreace. A byly pak vynalezeny stovky různých vylepšení, kterými oplývá literatura od staroindické Kámasútry přes Ovidiovo Umění milovat až k rubrice Playboy radí. S potravou je to stejné. Všem živým tvorům slouží k nasycení, ale jenom člověk začal s tepelnou přípravou a pokračoval přes Brillat-Savarina a vídeňský řízek až k dnešním Michelinským restauračním hvězdičkám.

Sexuální a potravinová omezení stojí na prvním místě v arzenálu většiny totalitních ideologií. Předepsané pusty a zákazy různých potravin si v ničem nezadají s restrikcemi některých sexuálních požitků počínaje onanií a konče rekreačním sexem jakožto takovým. Lidé toužící po kulinářských a sexuálních zážitcích jsou pak udržováni v područí sugero-váním pocitu hříchu z konání něčeho nepatřičného.

Konzumace pokrmu u člověka tedy neslouží jenom k utišení pocitu hladu, ale v mnoha případech se stává společenskou událostí, jakýmsi obřadem. Všechny význačné události v životě člověka jsou zpravidla provázány hostinou. Nejen křtiny, ale také promoce, svatba a nakonec i pohřeb mají hostinu jako součást společenského rituálu. Dobré jídlo uklidní rozbourané emoce, přispívá k vytvoření pocitu družnosti; radost i zármutek se pak prožívají lépe.

V minulosti byla hostina také součástí mnoha náboženských obřadů. Některá náboženství považují pokrm za posvátný dar boží, jsou vypracovány složité obřady jeho pozhánání a svěcení. Křesťané se pak v této souvislosti dopracovali ještě vyššího stupně potravinové svátosti, a vlastního boha dokonce pojídají. Spolknutí božího těla pak nazývají honosným označením přijímání a celý tento obřad má svůj předobraz také u jídla nazývaného poslední večeří páně.

Jídlo je také možno považovat za drogu sblížovací. Správné rande dostane tu žádanou sexuální šťavu teprve pozváním na dobrou večeři. Mezi obzvlášť žádané sblížovací drogy pak patří především víno a čokoláda. Pití vína už samo o sobě představuje jakýsi obřad. Jeho degustace všemi smysly

pak nápadně připomíná sexuální akt, ve kterém má být také správně angažováno všech pět našich smyslů. Čokoláda pak svým chemickým složením a chutí je předurčena k vyznání lásky a milostným hrátkám. Vzpomeňte jen na bohatý sortiment čokoládových výrobků spojených se svátkem zamilovaných – svatým Valentýnem.

Četná vědecká pojednání i erotické kuchařky se také zabývají účinkem potravy na sexuální funkce. Na každé sexuologické besedě bývá pak zpravidla kladen dotaz, které jídlo se osvědčilo jako nejlepší afrodiziakum. Existují samozřejmě potraviny, které na sobě odedávna nesou nálepku sexuálního životabudiče. Především jsou to potraviny aromatické a kořeněné. Ty aromatické přenášejí své vůně do všech tělesných tekutin, kořeněné pak mohou dráždit sliznici pohlavních orgánů. V nedávno pořádané anketě jednoho časopisu to pak jako nejučinnější afrodiziaka vyhrály ústřice, lanýže, kaviár a šampaňské. Co asi spojuje účinek všech těchto potravin? Nebudou to asi společné žaludeční a střevní biochemické pochody, ale spíše jejich vysoká cena. Jsou to totiž požitaviny nadmíru drahé a obtížně dostupné. A muž, který pozve svou partnerku k takové milionářské hostině, se takovým jídelníčkem legitimuje jako člověk, který má u ženy tu nejvzácnější mužskou vlastnost: přístup ke zdrojům. Ani ten přístup ke zdrojům by ovšem sám o sobě nestačil. Čerta starého by byl ženě platný milionář, který by na svém majetku seděl a nic z toho nepustil. Teprve pozvání na hostinu s kaviárem a šampaňským svědčí o tom, že peněženka dotyčného je otevřená a bankovní konto pro partnerku přístupné. A účinek potravinového afrodiziaka je rázem zaručen.

Samozřejmě o jídle stejně jako o sexu platí, že se nic nemá přehánět. V tomto ohledu je snad potrava ještě nebezpečnější než sexualita. Téměř poplašné zprávy o rapidně přibývajících případech obezity našeho obyvatelstva způsobují starostlivé vrásky nejen internistům, chirurgům a ortopedům, ale začali se jimi v poslední době zabývat i sexuologové. Má to jeden prostý důvod: nadváha totiž sexu nesvědčí. Požitek z dobrého jídla dokáže sexualitu docela dobře zastoupit. Ne nadarmo se říká, že láska prochází žaludkem. A nejen žaludkem, ale celým zažívacím traktem tento nejušlechtlejší lidský cit projde, takže z něj nakonec nezůstane skoro nic. Pocit nasycení přináší člověku blahodárny pocit životní pohody, v mozku se uvolňují látky zvané endorfiny, jejich působení je podobné účinku drogy. Navíc se rozšiřují cévy v oblasti zažvací trubice, což znamená, že ostatní části těla se mírně odkrví. Krev odtéká nejen z mozku, ale i z přirození. Zbývá už jen zavřít oči a oddávat se sladkému snění...

Také sexuální aktivita uvolňuje mozkové endorfiny a navozuje ten příjemný stav, kterému Angličané říkají well-being a který se dá do češtiny snad nejlépe přeložit slovem „blaho“. Znamená to, že je láska chutným jídlem vlastně nahraditelná a zastupitelná. „Krmte tu bestii“, zní dobrá rada ženušce, která si do poradny přichází stěžovat na svého manžela, že jeho sexuální náruživost již přesáhla únosnou míru a že ji z té nadměrné vášně už začíná všechno bolet. A skutečně: po nadměrném potravinovém konzumu sexuální vášně uvádá, přejídání se stává hrobařem sexu. Zvýšená činnost v jídelně způsobí snížení provozu v ložnici.

Neméně častý důvod snížení sexuální činnosti u lidí trpících nadváhou se nachází v oblasti estetické. Tady samozřejmě existují kulturní rozdíly v různých oblastech světa. Nejedno vládce orientálního harému úzkostlivě dbá na dostatečný kalorický přísun a přeplněné talíře svých odalisek a žena podle evropského měřítka až odporně tlustá se stává ženou nejvíce žádanou. Ostatně ani u nás nebyla vždycky v módě tělesná vychrtlost; vzpomeňme třeba jen na kypré tvary Věstonické Venuše. Nemusíme však ani tak daleko do historie,



stačí prolístovat sešity předválečné módy, abychom zjistili, že největší úspěchy v té době sklízely ženy, které se dnes v inzertech ohleduplně označují za „plnoštíhlé“.

Mužům je naštěstí měřeno skoro stejným metrem. Pivní břicho předválečného pana rady už není známkou blahobytu, naopak sexuálním idolem se stává vypracovaný svalovec s vyklenutým hrudníkem, propadlým břichem a útlým pasem. Otázkou ovšem zůstává, zda to týráni v posilovnách, cyklistické maratony a usilovné cvičení na různých tělo mučících přístrojích je aktivitou sexuálněmu životu prospěšnou. Nejen jídlo, ale i usilovné cvičení totiž způsobí vyplavení mozkových endorfinů a stav konečný blahodárné nirvány. Takže s trochou nadsázky můžeme sestavit jakousi rovnici, kde můžeme ztotožnit účinek překonání lehkootletického rekordu s pozřením opulentní večeře a k tomu ještě přirovnat kvalitní sexuální prožitky. Stejně endorfiny, stejně blaho, každý si zkrátka může vybrat a jedno druhým nahradit. Vášnivá noc strávená v erotickém klubu přináší stejný biochemický efekt jako několik hodin usilovného cvičení ve fitcentru. Myslím, že to fitcentrum přijde nakonec levněji.

Jeden padesátiletý podnikatel nedávno prozradil hlavní příčinu své manželské nevěry: dlouholetá manželka mu totiž nejméně třikrát denně vyčítala jeho poněkud zvětšující se objem v pase. Nebyl sice ještě zdaleka žádným tlustochem, jeho měnící se tělesné proporce však nicméně vyžadovaly čas od času obměnu šatníku. Ta dobrá žena v zajetí představ, že tloustnout znamená stárnout, se bláhově domnívala, že každodenní redukční osvětou prospívá vlastně jeho zdraví a zařizuje mu tak dlouhověkost. Není divu, že se záhy ocitnul v náručí své sekretářky – dvacetiletého blondatého andílka, od něhož se dozvěděl, jak mu to břicho sluší, že je měkké jako peřina, na které jest něžné asistentce blaze spočinouti. Manželce pak zbyly nekalorické potraviny, jogurty s 0 % tuku a oči pro pláč.

Na tomto místě by se slušelo citovat moudrost předků, která za 466 let nepozbyla platnosti. Je obsažena v „Regimentu

zdraví“ od Jana Koppa z Raumentálu, životního lékaře císaře Ferdinanda I. Habsburského, a byla napsána v roce 1536: „Kterak se má ten zachovati, který k obcování tlustý jest a chce suchý býti: má sebu dosti tuze hejbatí a mnoho myslí i také životem pracovati a v tom dlúho trvati. Má též na lačný život a před jídlem i obcováním se mýti.“ Svatá pravda – lidé nadměrně obézní vyžadují intenzivnější hygienu, jejich pot totiž začíná mnohem dříve zapáchat. Ale i tady existují krajové rozdíly. Podle posledních výzkumů například více než 50 % ruských žen vyžaduje, aby jejich milenec smrděl potem. U nás jich bude naštěstí asi o něco méně.

Samotné stravovací zvyky mužů a žen vykazují v poslední době stále zřetelnější odlišnosti. Týká se to především složení jídelníčku a stále více uplatňovaných zásad takzvané správné výživy. Zatímco v celé historii si lidé vybírali jídlo především pro jeho dobrou chuť a smyslový požitek, dnes jsme nuceni cítit se téměř provinile, když nepohlížíme na jídlo jako na jakousi celoživotní terapii. A tady se nachází míč opět na ženské straně hřiště. Mužům jde totiž častěji o požitek, zatímco většina žen má tendenci pátrat po zdravotní hodnotě jídla. Muž požívá vepřo-knedlo-zelo, žena konzumuje bílkoviny, tuky a uhlovodany. Stimulantem ženina apetytu bývá pak nízký počet kalorií.

Tyto jevy ovšem není možno zevšeobecňovat. I mezi ženami se stále najdou takové, které dokáží v restauraci vychutnat tatarský biftek a nacházejí požitek v různých kulinářských slastech. Bohužel je však stále více žen, které jsou přesvědčeny, že když budou jíst pochoutky, tak páchají vlastně sebevraždou. Popírají smyslové chuťové požitky a místo toho si třeba začínají dělat starosti o život zvířat.

Je to možná způsobeno i odlišnými nároky mužského a ženského organismu. Pro muže je nezbytné červené maso jako zdroj železa a zinku – důležitých prvků pro metabolismus mužského pohlavního hormonu testosteronu. Proto je mezi ženami nejméně dvakrát a možná i třikrát více vegetariánek než mezi muži. Vzhledem k tomu, že jsou to častěji ženy, kdo nakupují potraviny pro domácnost, může mít toto odmítání masa nepřiměřený vliv na stravování celé populace. Naštěstí však podle britské lékařské asociace dvě ze tří takzvaných „vegetariánek“ nepovažují vodní zvířata za živočichy a polovina z nich pohlízí třeba na kuře jako na zvláštní druh zeleniny. Pouze to červené maso, které muž tak potřebuje, se stává kamenem úrazu. Často pak to, co se podává u stolu, vypadá jako pokrm chudáků v minulých stoletích. Neexistuje snad žádný ženský časopis, který by nevaroval před tuky, uzeninami a červeným masem. Ženský princip stravování se pak často mění v jakýsi potravinový teror.

Ortodoxní vegetariánství, nebo jeho ještě nebezpečnější odrůda, takzvané veganství, které odmítá třeba i mléko a vejce, je často přirovnáváno k jakémusi náboženství. A zvláštního nebezpečí nabývá, když jsou tyto nepřirozené stravovací zvyklosti vnucovány dokonce i malým dětem. Odpor k masu pak může být přirovnán k jakémusi vymývání dětského mozku.

Nebylo by však spravedlivé, kdybych se nezmínil i o příznivých účincích vegetariánství. Kromě nápadného poklesu tělesné váhy je to prý také vymizení strachu a obav. Možná to souvisí i s určitým poklesem útočnosti, která se strachem velice často souvisí. Pojídání méně vydatné vegetariánské stravy prý přispívá k větší činnostnosti. Zatímco konzument řízků leží spokojeně a nečinně na kanapi, nedá se vegetarián tak snadno zpacifikovat a píše hned různé protestní petice. Masožrouti jsou proto lépe ovladatelní a manipulovatelní. Snad právě proto byla konzumaci masa připisována klíčová úloha v dobách komunismu. Vzpomeňte jen na klasickou větu prezidenta Novotného: „Soudružky, maso bude!“



Vegetariáni prý jsou také méně družní a kolektivní, snáší lépe osamění a samotu často aktivně vyhledávají. Náš přední biolog a filozof Stanislav Komárek to ilustruje na případu tibetských mnichů nebo českých poustevníků žijících se pouze kořínky sesbíranými v okolí poustevnické sluje. V gynekologické literatuře je někdy uváděno, že poustevníci prosluli také v léčení ženské bezdětnosti. Společná modlitba poustevníka s neplodnou ženou měla uklidňující účinek a mohla příznivě ovlivnit psychickou příčinu sterility. Zbývá ovšem ještě červ pochybnosti, zda se v té poustevnické sluji opravdu jenom modlili.

Stanislav Komárek však jde ještě dál a odvážně srovnává povahové rysy dvou tak protichůdných ortodoxních vegetariánů, jakými byli Adolf Hitler (1889–1945) a Mátamá Gándhí (1869–1948). Oba byli charismatičtí, přesvědčiví, nekompromisní, bez rodiny a milovali zvířata. Při své nesporné odvaze měli však značné mezery v pudu sebezáchovy a oba vlastně skončili předčasně násilnou smrtí. Zoolog Zdeněk Veselovský to všechno zejména s ohledem na Hitlera uvádí na pravou míru konstatováním, že vegetariánství samo o sobě není ještě nutně důkazem nějaké morální převahy. I masožrout může být mravním velikánem. Vždyť ostatně ani Ježíš Nazaretský nebyl žádným ortodoxním vegetariánem. Pojídal se svými učedníky nejenom ryby, ale dokonce i jehňata.

Ale vraťme se k těm mužským a ženským rozdílům. Podle britských Timesů můžeme ve třech případech ze čtyř rozpoznat ženu od muže podle toho, co si objednájí v restauraci k jídlu. Muž preferuje bifteky, pečená masa, hamburgery a uzeniny. Pochutnává si na sekané, která je prý sebraná z různých odpadků z jatek stlačených do lahodně chutnající šišky. Žena dává přednost sýru, salátům, těstovinám, zelenině, ovoci a bílému masu. Nejvíce nápadný rozdíl mezi pohlavími je pak v tendenci žen odmítat pokrm, který neznají, zatímco muži jsou rození experimentátoři. Polovina britských žen tvrdí, že

by nikdy v životě nevzaly do úst párek. Trpí přehnanou averzí k tukům, takzvanou lipofobií. Spekuluji stále o „hodném“ a „zlém“ cholesterolu, i když je dokázáno, že o jeho hladinách v krvi rozhoduje spíše dědičná dispozice než složení potravy.

Rozdílné stravovací zvyky mužů a žen způsobují také u ženského pohlaví mnohonásobně vyšší výskyt nemocí z příjmu potravy. Chorobná anorexie a bulimie jsou choroby téměř výhradně ženské. Původní impuls k často smrtelné mentální anorexii je často odstartován chorobnou snahou o zhubnutí těla a dosažení tvaru přesýpacích hodin. Hysterické pokřiky proti obezitě a preference extrémní vyhublosti pak způsobí, že i na módních přehlídkách vykračují dnes krásavice vzhledu trestankyň právě propuštěných z koncentračního tábora. Není potom divu, že jsou z přehlídkového mola odváženy do nemocnice nebo rovnou na hřbitov.

Jakousi kompenzací té neustálé snahy o hubnutí mohou představovat televizní pořady, ve kterých se vaří a jí. Kulinařské programy z kuchyně různých celebrit, pohledy do zákulisí restauračních podniků nebo napínavé soutěže odvážných kuchařských exhibicionistů už dávno zvítězily nad různými erotickými pořady. Jídlo vítězí nad sexem navzdory hospodářské krizi. Dávno už neplatí, že plný talíř je znakem blahobytu, zatímco sexualita je zábavou chudých.

Nejen jídlo, ale i podívaná na jeho konzumaci může zvýšit chuť stejně jako podmíněný reflex slintajícího psa z laboratoře I. P. Pavlova. I zhlédnutí kulinařského televizního pořadu pak může fungovat jako jakási potravinářská pornografie. Staré latinské přísloví říká „Crescit edendo fames“ – s jídlem roste chuť. Chuť sice roste, ale ostatní činnost včetně té sexuální umlká. Středověk to převedl do řeči vázané: „Když žaludek zažívá, těžko se na studium myslívá.“ Nebo J. A. Komenský: „Plný břich rád leží tich.“

Tak si nakonec každý může vybrat mezi dobrým jídlem, sexuálním zážitkem nebo atletickým výkonem. Nebo si může zvolit všechny tyto požítky, ale s mírou. ■

Fenomén nápojových kartonů

Ing. JANA ŽIŽKOVÁ,
Vyšší odborná škola obalové techniky
a Střední škola Štětí



Výhody nápojových kartonů není potřeba dlouho prezentovat, spotřebitelé tyto obaly využívají již více než půl století. Obaly jsou lehké a produkty v nich se vyznačují dlouhodobou trvanlivostí, protože vícevrstvý kompozitní obal poskytuje naprosto perfektní bariéru vůči většině nežádoucích vlivů. Další výhodou je výborná potiskovatelnost a optimalizace logisticky příznivého tvaru. V neposlední řadě je třeba zmínit i široké možnosti využití obalů, které umožňují balit jak tekuté, tak i sypké produkty.

Nápojové kartony patří k nejvýznamnějším segmentům obalové produkce. Spotřebitel je vnímá především jako obaly pro balení mléka a džusů. Další část zaujímá plnění stolních vín, ale v dnešní době tyto obaly nezůstávají jen u tekutých produktů – vedle polévek či omáček to mohou být i sypané produkty, např. müsli.

První nápojový karton v podobě strojně vyrobeného obalu se objevil na trhu již před téměř 70 lety, pokusy o vývoj kompozitních materiálů jsou dokonce ještě o něco starší. Jeden z prvních typů těchto obalů, čtyřboký kompozitní obal Tetra Pak, dal v roce 1943 i název nejznámějšímu výrobcí tohoto segmentu, švédské firmě Tetra Pak, přesto, že byl posléze (1963) nahrazen mnohem praktičtějším a dnes bezkonkurenčně nejvíce využívaným hranolovým tvarem Tetra Brik. Dnes jsou již na trhu další konstrukční modifikace – Tetra Top, Tetra Rex, Tetra Prizma, Tetra Square, Tetra Recart, Tetra Wedge, Tetra Fino, Tetra Gemina – a výčet by mohl ještě dlouho pokračovat. Ani výrobce Tetra Pak není dávno jediným, kdo se zabývá produkcí nápojových kartonů. Na našem trhu vedle Tetra Paku má nezanedbatelný objemový podíl firma SIG Combibloc a Elo Pak s kartony typu Pure Pak. Zajímavostí je, že všichni tito leaderi na poli vrstvených nápojových kartonů mají podobnou historii i z hlediska času. John van Wormer nechal v USA patentovat první nápojový karton dokonce již v roce 1915. V roce 1930 si nechal Günter Meyer-Jagenberg patentovat první vrstvený kartonový obal na nápoje s názvem Perga. Obal měl tvar kelímku s kulatým dnem a skládaným uzávěrem, vývoj tohoto obalu vedl k založení společnosti SIG Combibloc, dalšího velkého hráče na poli výroby vrstvených kartonů. V roce

1957 byla v Norsku založena společnost Elopak. Jedná se o výrobce, dodavatele a majitele evropské licence kartonu Pure-Pak®.

V globálnější měřítku je firem dokonce mnohem více – ITALPACK, Dasi, Servac, Zupack, Blockpack a další. Nápojovými kartony se zabývá i Lamican, ACMA a další.

Vrstvené kartonové obaly na tekuté produkty se vyrábí dnes převážně v aseptickém provedení, tzn., že obal vedle kartonu obsahuje hliníkovou fólii a obvykle několik vrstev PE. Neaseptické kartony hliníkovou fólii neobsahují, mohou se použít pro pasterované produkty.

Aseptické kartony (obvykle potištěné flexotiskem) jsou oboustranně potaženy PE, ve vnitřní vrstvě se PE spojuje s hliníkem, a protože ten nesmí přijít do přímého styku s potravinou u nejběžnějších typů obalů, tj. např. Tetra Brick Aseptic, je na hliníku nanášena ještě dvouvrstvá PE. Počet vrstev a jejich tloušťka je tedy ovlivněna použitím obalu (např. u Tetra Recart se na vrstvu používá i PP). Zůstaňme však u Tetra Brick Aseptic – tento šestivrstvý obal je velice lehký, váží něco málo přes 25 g, je silně hygienický a dlouhodobou spotřebu zajišťuje jeho materiálové složení v kombinaci s ošetřením mléka metodou UHT. Obal šetří i náklady na energii, potraviny není potřeba skladovat v chladničkách.

Skladba kompozitního obalu ve spojení s UHT ošetřením

Základem aseptických i neaseptických typů obalů je skládačková lepenka (tvoří 75 % i více hmotnosti celého obalu). Jedná se vysoce kvalitní typ hladké lepenky vyrobené z primárních celulósových vláken na bázi sulfátové technologie výroby. Co se týče skladby lepenky, používají se jak simplexové lepenky z bělené buničiny, tak duplexy, které mají



Atraktivní design mléčných výrobků v kartonu Pure Pak



Nealko nápoje v obalech Tetra Pak

Hravý design Michas (Elopak)

Multipall system (Elopak)

Praktický Sig Combiblock s brčkem

Sig Combiblock

bělenou pouze vrchní vrstvou. Plošná hmotnost těchto materiálů je cca 200 g/m². Současným materiálovým trendem je snižování spotřeby materiálu a tento trend je za posledních pár let dobře vysledovatelný i u výrobců nápojových kartonů. Nynější nápojové kartony jsou téměř o pětinu materiálově úspornější, než byly před deseti lety, hliníková fólie se používá dokonce často i o 30 % tenčí než před třiceti lety. Tyto úspory se však negativně nepodpisují na tuhosti obalu – ta se naopak zvýšila o 20 %.

Všichni tři hlavní výrobci nápojových kartonů – Tetra Pak, EloPak i SIG Combiblock, dbají na udržitelnost svých produktů. Spotřebitel se může velmi často setkat s označovacím logem FSC (Forest Stewardship Council), které je obvykle udělováno pěstitelům, výrobcům a zpracovatelům díky jejich šetrnému zpracování dřevního vlákna. Označení FSC pro zákazníka vždy znamená záruku, že svým nákupem nepřispívá k devastaci lesů či pralesů ani nepodporuje nezákonnou těžbu dřeva.

Moderní spotřebitel je sice vnímavý k životnímu prostředí, zároveň však s ohledem na akcelerovaný životní styl je i poněkud pohodlný. Většina z nás sice básní o kvalitním mléku přímo z farmy, ale ve skutečnosti nám vyhovuje mléko, které vydrží půl roku i déle. A právě tomuto trendu jsou nápojové obaly příznivě nakloněny. Vysokou trvanlivost pochopitelně nezajistí pouze samotný obal, ale i způsob ošetření produktu a jeho plnění za vysoce náročných hygienických podmínek. Pokud je mléko zabaleno v aseptických podmínkách, je možné jej skladovat po mnoho měsíců při běžné pokojové teplotě. Tepelný proces používaný pro zajištění dlouhodobé trvanlivosti tekutého mléka se nazývá UHT (Ultra

High Temperature nebo také Ultra Heat Treatment). Nežádoucí mikroorganismy jsou eliminovány zahřátím mléka na teplotu cca 138 °C po dobu cca 4 vteřin a následným zchlazením.

V souvislosti s mlékem plněným do nápojových kartonů se čas od času vyskytnou různé fámy, šířené především na internetu. K neznámějším z nich patří ty o „recyklovaném“ mléku. Obaly jsou v dolní části značeny čísly a autoři těchto poplašných zpráv, které kupodivu podle různých debat a diskuzí brala část veřejnosti vážně, přesvědčovali spoluobčany o tom, že chybějící číslo uvádí, po kolikáté je mléko do krabice zpracováno. Vysvětlení je však mnohem prozaičtější. Obaly se v Tetra Paku tisknou ve velké roli (mateřském kotouči), zpravidla několik obalů vedle sebe. Následně je kotouč rozřezán na jednotlivé pásy podle jednotlivých designů (4 i více pásů). Číslo, které v řadě chybí, určuje, z kolikátého pásu daný obal pochází. Chybí-li číslo 4, znamená to, že obal byl tisknut na pásu č. 4.

Tak trochu jiné nápojové kartony

Před pouhými pár lety společnost Tetra Pak uvedla na trh první retortní kartonový obal Tetra Recart určený pro trvanlivé výrobky, které se tradičně prodávají v plechovkách, sklenicích či sáčkích (například zelenina, fazole, rajčata, krmivo pro domácí mazlíčky, polévky a omáčky). Obal Tetra Recart je nabízen ve velikostech od 200 do 500 ml – všechny jsou vybaveny systémem otevírání na bázi jednoduchého odtržení. PE vrstva je v kompozitním materiálu nahrazena PP, který je



Príklady použití nápojových kartonů z jihočeské Madety

výhodnější z hlediska svého teplotního rozsahu i mechanické pevnosti. Obsah je sterilizován (vydrží sterilizaci 130° C) přímo uvnitř obalu Tetra Recart a zůstává čerstvý po dobu až 24 měsíců.

K tradičně líbivým obalům patří vedle Tetra Pak obalu i obaly Elopak. Zde se lze setkat s velkým množstvím konstrukčních vzorů. K velmi žádaným obalům patří typ Slim. Podobně jako u některých dalších vzorů již před delší dobou společnost vsadila na velice úspěšný marketingový tah, u čtyřstenného obalu používá do křivky vyřehovaný „pátý panel“, tím se u obalu opticky zvětšila komunikační plocha a zároveň došlo k úspěšnému marketingovému zvýraznění designu. Designově zajímavý je i kuželovitý obal iCone. K výrobě se využívá tenčího kartonu s dobrou pevností a stabilitou srovnatelnou se standardními kartony. Menší spotřeba materiálu a využití cenově výhodnějšího kartonu skýtá výrobcům dvojnásobnou úsporu. Před třemi lety v Mnichově společnost EloPak získala i jedno z 25 ocenění Beverage Innovation Awards 2009 za svůj multipull® System. Tento systém byl oceněn jako nejlepší typ nápojového multipacku na víno. Multipull® byl vyvinut v Elopak Technology Centre (ETC) ve Spikkestadu, v Norsku. Systém tvoří uživatelsky velmi přátelský kartonový tray (otevřený krabicový díl) pro obvykle 3 obaly s produktem. Tento multipack slouží nejen jako odnosný obal pro spotřebitele, ale lze ho použít i jako líbivý stolní displej pro podporu prodeje. Nápojové „miniobaly“ typu Mini Diamond Pure-Pak Curve jsou určeny pro objemy 0,33 litry. Primárně byl tento obal použit pro francouzské typy vína. Víno je do obalu plněno na linkách Elopak P-M30D s HEPA filtrem, který mu zaručuje životnost 8 měsíců. Obal je opatřen šroubovacím uzávěrem Elo-Cap UL. Vkládání naplněných obalů do multipacku v podobě odnosného tray dílu je možné na automatických linkách. Na těchto typech zařízení je použit i speciální systém skládání a lepení vyseknutého multipacku.

S kompozitními obaly se můžeme setkat i v podobě vnutité dózy. V takovémto nápojovém kartonu je občas i na českém trhu vidět ledový švýcarský čaj (C-Ice Swiss Cannabis Ice Tea). C-Ice je velice chutný, osvěžující nápoj z černého čaje a z výtažků z květů konopí. Obal na tyto čaje dodává společnost Lamican Ltd. Na rozdíl od běžných obalů tohoto typu Lamican vyrábí z několikvrstvého kompozitního materiálu typ vnutitého obalu se vsazovaným dnem a víkem. Materiálovou skladbu tohoto typu obalu tvoří potištěný papír, PE, skládačková lepenka, PE, hliníková fólie, PE. Hliníková fólie u některých typů obalů může být nahrazena i bariérovou vrstvou z některých polymerních látek. Protože tvarem obal připomíná nápojovou plechovku, výrobce často dodává

i obaly s metalizovaným povrchem, aby tento vjem byl úplný.

Nápojové kartony pružně reagují i na změnu v informačních technologiích. Např. u některých obalů společnosti SIG Combibloc určených pro balení produktů značky Don Simon se můžeme setkat s tištěnými QR (quick response) kódy. QR kódy patří mezi dvoudimenzionální typy kódů. Vlastní 2D kód maticového charakteru je navržen tak, aby byl schopen na velmi malém prostoru zaznamenat velké množství informací. Způsob kódování zajišťuje poměrně vysoké opakování dat rozptýlené v symbolu. **To umožňuje přečíst symbol, dokonce i když je část kódu poškozena nebo deformována.** Výhodou je, že informace si může přečíst uživatel, dostává se k nim jednoduše pomocí mobilního telefonu s fotoaparátem a nainstalovanou čtečkou QR kódů (čtečky jsou stažitelné z internetu a je jich celá řada). Pro prohlížení odkazů webových či mobilních stránek je nutností aktivované připojení k internetu. Lze ovšem využívat i off-line funkce – například k ukládání dat z tištěné návštěvničky do mobilu. Po vyfocení se automaticky zobrazí obsah v QR kódu obsažený, nejčastěji internetový odkaz. Tohoto je využíváno například i v různých reklamních kampaních.

Ferrari ve světě jménem Tetra Pak

Plnicí linky se vyznačují obecně vysokou hygieničností, ergonomičností a výkonem. K nejmodernějším linkám od firmy Tetra Pak patří řada iLine, která je revolučně nazývána novou generací systémů balení a plnění. Systémy iLine jsou spojeny s distribučním zařízením, které je schopné plnit nové náročné specifikace týkající se kapacity, odolnosti a automatizace. Uživatelům zařízení oproti starším typům snižuje provozní náklady a zvyšuje efektivitu výroby. V nové generaci Tetra Pak nabízí řadu zařízení šitou na míru jednotlivým typům obalům. K nejvýkonnějším a nejrychlejšími linkám patří z této řady Tetra Pak A3/Speed, který je nejrychlejší stroj na výrobu aseptických kartonových obalů rodinné velikosti na světě. Vyrábí obaly Tetra Brik Aseptic 1 000 ml Baseline, Slimline a Squareline rychlostí 12 000 ks/hod. Takto vysoký výkon je zajištěn unikátním systémem řetězově poháněných čelistí, který umožňuje nepřetržitý pohyb. Zároveň díky vysokému stupni automatizace jsou náklady na pracovní sílu a údržbu nízké (stroj je obsluhován jedním pracovníkem). Vedle ekonomické spotřeby spotřebního materiálu, sterilizačního systému na principu hluboké lázně a dalších benefitů stojí určitě za zmínku i prostorová efektivita stroje včetně všech příslušenství. Obalový materiál odvíjený z rolí zabírá o 40 procent méně místa než kartonové přířezy díky efektivnímu skládání a menším nárokům na prostor.

Obdobně jako tato linka jsou na míru zákazníka konstruované i ostatní linky. Všechny se pak vyznačují vysokým stupněm automatizace a systémem řízení i inspekčních kontrol. Pomocí používaného systému Tetra PlantMaster lze např. identifikovat a eliminovat veškeré případné problémy, zajistit kompletní a nepřetržitou sledovatelnost procesů, minimalizovat neplánované odstávky, objem odpadu i spotřebu energie apod.

A co ekologie?

Odpůrci nápojových kartonů často operují faktem, že obaly jsou vícevrstvé a tyto vrstvy jsou kompozitní, tudíž hůře separovatelné. Z těchto důvodů se některé ekologické aktivity snažily obaly stigmatizovat jako ekologickou zátěž. Na toto téma bylo provedeno i mnoho seriózních studií a dnes

naštěstí již dávno tyto obaly nejsou vnímány jako příroda nepřátelské. Naopak pokud srovnáme celý životní cyklus nápojového kartonu s podobnými typy obalů, často vychází tento ve srovnání mnohem lépe. Již před pár lety provedl jednu takovou studii i renomovaný institut IFEU (Institut pro energii a ekologický výzkum) se sídlem v Heidelbergu. Jak již bylo uvedeno, hlavní složkou nápojových obalů je papírový karton. Ten je vyráběn speciálními technologiemi z celulózových vláken. Vlákna jsou vrstvena tak, aby při minimální možné hmotnosti obalu bylo dosaženo maximální pevnosti. Účinné bariéry je dosaženo vrstvami PE (PP) a Al, ev. srovnatelnými bariérovými vrstvami z jiných materiálů. Plastové vrstvy z PE zamezují provlhnutí obalu, proniknutí mikroorganismů a kontaminaci výrobku, hliníková vrstva slouží jako aseptická bariéra vůči světlu, především UV záření.

Vzhledem k tomu, že největší část obalu tvoří papír, který byl vyroben z primárního vlákna, je při recyklaci možné vlákno, které bylo zatím v oběhu pouze jednou (recyklovatelnost papíru je obvykle možná pro 8 cyklů), použít pro další výrobu pevných papírů.

Studie, která porovnávala nápojové kartony s jednorázovými plastovými lahvemi, potvrdila, že nápojové kartony vyžadují nižší spotřebu energie po celou dobu životnosti obalu od výroby k recyklaci a přispívají méně ke globálnímu oteplování. Navíc k pozitivnímu objektivnímu i subjektivnímu vnímání obalu přispívá i to, že kartony jsou vyrobeny z obnovitelných zdrojů.

Trendem u všech třech velkých výrobců nápojových kartonů je navíc celkově snižovat zatížení přírody svou výrobou a nutno podotknout, že se jim tento jejich cíl daří úspěšně naplňovat. Nedávno např. společnost Elopak přišla s novým typem kartonu. Eco™ karton zajišťuje obal s nižší uhlíkovou stopou pro čerstvé a ESL mléko díky použití materiálů s nižší hmotností pro karton a na uzávěr. Eco™ má o 10 % nižší emisi CO₂ než standardní Pure-Pak®karton, což je už teď jeden z nejužšího obalů na světě vyrobený z obnovitelných zdrojů a 100% recyklovatelný.

Možnosti recyklace

V ČR jsou na třídění odpadu nápojových kartonů (označení C/PAP, 81 nebo 84) vyhrazeny oranžové kontejnery. Vzhledem k tomu, že patříme k nejlepším „třídícím“ odpadům v Evropě, iniciativy, jak co možná nejlépe využít nápojový karton, se zde objevovaly již od počátku tohoto tisíciletí. Zajímavostí je, že projekt sběru a recyklace nápojových kartonů byl zpočátku iniciovaný samotnými výrobci vrstvených kartonů. Nositelem projektu, který začal již na podzim 2002, je AOS EKO KOM, a. s. Projekt vycházel ze zákonné povinnosti původců obalů týkající se zpětného odběru a recyklace odpadů z obalů. Cílem projektu v počáteční fázi byla rovněž snaha o ověření možnosti přímé recyklace v ČR. Pro úplnost je třeba dodat, že recyklaci nápojových kartonů se z popudu výrobců začali o pár let dříve zabývat v Nové Pace, kde byla nainstalována linka na zpracování těchto odpadů. Zpracování bylo realizováno tzv. suchou cestou, za teploty cca 200 °C se odpad v podobě drtě lisoval do desek s minimální kolísavostí tloušťky. Po cca dvouletém zkušebním provozu vlivem konstrukčních závad na lince a finančních problémů společnosti byl tento projekt ukončen. Přesto myšlenka **suché cesty** zpracování nezaknula, ale posunula se do oblasti stavebnictví. Slisované vrstvené obaly se ve společnosti R. P. O. v Hrušovanech u Brna drtí na malé fragmenty na drticím zařízení, následuje jejich rovnoměrné rozsypání do formy a lisování pomocí teploty a tlaku. Při působení tlaku a teploty

dochází k prolisování materiálu a díky roztavenému PE ke spojení vláken s fólií. Mezi takovými dvěma deskami se obvykle jako izolant přidává pěnový polystyren (ePS). Desky jsou svým vzhledem podobné sádkovému kartonu a některé vlastnosti mají dokonce lepší – nižší nasáklivost a hmotnost, vyšší pevnost, houževnatost a pružnost. Výrobce dodává desky v různých tloušťkách, s různou úpravou. Z těchto desek je možno vytvořit celý systém stavebních prvků – izolační a obkladové desky či samonosné panely pro různé typy příček i jiných konstrukcí.

Z hlediska recyklace je pro výrobce ještě více zajímavá tzv. **mokrý cesta**, kterou se získává vlákno na další výrobu papíru. Technologie má v podstatě čtyři fáze. Zanáška UCB (označení pro nápojové kartony, zkratka z AJ – used beverage carton) do rozvlákňovače, vlastní rozvlákňování, odčerpání vodolátky s proplachováním a nezbytné vyčištění rozvlákňovače. Na tuto technologii je lépe používat speciální typ linky k rozvlákňování kompozitních materiálů. V ne příliš dálných dobách se však v papírně v Bělé pod Bezdězem (dnes již pouze výroba tácků a skládatelných obalů) rozvlákňovalo i na stávajících rozvlákňovačích na sběrový papír. A i přes časovou náročnost a obtíž s čištěním (vyčištění rozvlákňovače bylo včetně výběru nerozvlákněného odpadu, důležitý při zpracování byl i systém rozvlákňování, fólie se nesměla příliš rozdrtit, aby neucpala třídící zařízení apod.) se dosahovalo poměrně dobré výtěžnosti kvalitního vlákna.

Zbytky ostatních vrstev nápojových kartonů, jako jsou hliníková fólie a polyetylen, mohou být dále tříděny (PE se pak obvykle spaluje ve spalovnách, Al lze dále využívat jako surovinu) nebo spalovány v papírnách při výrobě páry. Ta je zpravidla využita při sušení buničiny, někdy však i při výrobě elektrické energie pro potřeby rozvlákňovacího procesu. V současné době jsou hliník a polyetylen v některých zemích dále zpracovávány a vyrábějí se z nich palety na přepravu zboží, různé nádoby apod.

K nejmodernějším způsobům mokré recyklace u nás patří zpracování na lince v JIP – Papírně Větrní, a. s. Uvedení do chodu zakoupené linky HURUM na zpracování odpadních obalových materiálů Tetrapak bylo poměrně v nedávné době – v roce 2011. Pořízení nové technologie, která ve východní Evropě nemá obdoby, stálo zhruba 20 milionů korun. Další investice si vyžádaly vnitřní instalace, projekční práce, dispoziční změny a převoz linky. Přesto se návratnost celé investice očekává do pouhých dvou let. Jak již bylo uvedeno, papírové vlákno získané z nápojových kartonů je totiž vysoce kvalitní a zároveň levné, lze jím tudíž docela dobře nahradit vlákno primární. ■



Použití nápojové kartony připravené k recyklaci

Historie výroby a balení piva

- 1. ČÁST

Ing. VLADIMÍR ŠEFRNA, CSc.,
Fakulta strojní,
Ústav výrobních strojů a zařízení, ČVUT



Jak známo, pivo je velmi starý nápoj a stále ve světě patří k nejvíce konzumovaným nápojům. Co je to vlastně pivo? Pivo je kvašený, mírně alkoholický nápoj, který se obvykle vyrábí v pivovaru. Principem jeho výroby je rozštěpení složitých cukrů (škrobu) obsažených v obilných zrnech na jednoduché zkvasitelné cukry a následné zkvašení těchto jednoduchých cukrů pomocí kultury mikroorganismů (tzv. pivovarských kvasinek). Nedílnou součástí výrobního procesu je smíchání surovin s vodou a tím převedení využitelných látek do vodného roztoku.

Než se podíváme na historii výroby, balení a ochrany piva, je nutno se podívat trochu do historie, jak pivo vůbec vzniklo a jak se od prvopočátku mohlo skladovat, potažmo balit. Není zde nutné, jak se domnívám, popisovat důvody balení piva.

Historie piva ve světě

Princip přípravy je po staletí stejný, ale postupně se významně zdokonalovaly jednotlivé technologické kroky a zařízení. Primitivní přípravu piva postupně nahradila řemeslná výroba a v polovině 19. století průmyslová výroba.

Pivo je jedním z nejstarších světových připravených nápojů, jeho výroba se datuje do počátku neolitu, kolem roku 9500 př. n. l. Za kolébku piva se považuje Mezopotámie, oblast tzv. úrodného půlměsíce mezi řekami Eufratem a Tigridem. Již v 7. tisíciletí př. n. l. zde pěstovali obilí Sumerové, Akkadové, Babyloňané a Asyřané. Nejdříve známý chemický důkaz ječmene piva se datuje do cca 3500–3100 př. n. l. z místa Godin Tepe v horách Zagros v západním Íránu. Předpokládá se, že pivo bylo objeveno vcelku náhodně, z důvodu tehdejšího skladování obilí v hlíněných nádobách. Do některých nádob se nejspíše dostala voda a došlo ke kvašení, jehož výsledkem byla voda s příjemnou omamnou chutí. Následně se začaly z obilí připravovat kvašené nápoje cíleně, což byl jakýsi druh piva Sumery nazývaný *kaš*, Babyloňany *šikarum*.



Podávání piva v Egyptě

Vaření piva a jeho příprava bylo do doby rozvoje za použití technických metod většinou doménou žen, které používaly k výrobě piva různé plodiny, např. ječmen, pšenici, oves, proso, ale i čočku, a dochucovaly je různými bylinami, např. šalvějí, pelyňkem, mátou, skořicí, anýzem apod. Postupovaly velmi primitivním způsobem a vycházely pouze z empirických poznatků.

Sumerské pivo *kaš* bylo na rozdíl od současného piva připravováno bez chmele, který v té době ještě nebyl znám. *Kaš* vznikal z ječného chleba a sladu, které byly společně umístěny do velikého džbánů, ve kterém docházelo ke kvašení. Bez přítomnosti chmelu *kaš* nezískával hořkou chuť a pro její dodání se muselo využívat jiného postupu. Většinou se využívalo pražení chleba v horkém popelu či přidáváním zelené hořčice či sezamových semínek.

Po objevení kvašení sladu začalo vznikat mnoho druhů piva, které se lišily od sebe barvou a chutí. Okolo roku 3000 př. n. l. bylo pití piva rozšířeným zvykem. Tehdejší pivo



Vaření piva v Egyptě

nepodstupovalo proces filtrace, což mělo za následek přítomnost velkého množství mechanických částic, takže pivo nebylo čiré. Z tohoto důvodu se pro pití využívalo obilné stéblo, které fungovalo jako brčko. O tisíc let později v Chammurapiho zákoníku z 2. tisíciletí př. n. l. pocházejí i první zmínky o veřejných místech, kde bylo možné pivo zakoupit. Zákoník upravoval tresty pro nepoctivé šenkýře, pro které mělo být trestem vhození do vody.

Také jsou známy informace a záznamy o přípravě piva, které pocházejí ze starověkého Egypta, který je občas považován za původní zemi objevu piva. Staroegyptané používali pro kvasící nádobu používanou při výrobě slovo *namset*, které nejspíše pochází z akkadského slova *namzítu*. Staří Egypťané používali pro výrobní postup výroby piva ječmen, ze kterého vyráběli slad, a různé typy pšenice jako náhradu za chmel. Tím, že nebyl použit chmel, pak pivo mělo nasládlou chuť. V dobách antiky, v oblasti Středomoří, se pivo pilo spíše okrajově, protože konzumaci zcela dominovalo víno. V Evropě, v oblastech, kde v té době žili Keltové, se více pila medovina. V krajích, kde se usídlily a žily germánské kmeny, však převládalo pití piva a jeho rozšířená výroba. K dalším oblastem, kde byla konzumace piva značně rozšířena, patřily lokality pod nadvládou Vikingů, oblasti severní Evropy. Pivo se zde ale pilo ohřáté a současně zde vlivem podnebí došlo k objevení způsobu, který umožňoval výrobu silnějšího piva. Šlo o postup tzv. *vymrazování piva*, během kterého pivo zmrzlo a vzhledem k rozdílné teplotě tání vody a alkoholu došlo k nárůstu obsahu alkoholu v pivě. Spekuluje se, že se obsahem alkoholu toto vymražené pivo blížilo k dnešním ležákům. První zmínka o pivu se v Evropě objevila okolo roku 822 z doby karolínské a opět další v roce 1067 podle abatyše Hildegardy z Bingenu.

Aby nebylo pivo sladké, tak se tzv. „hořčilo“ různými bylinami, například pelyňkem, šalvějí, skořicí, mátou peprnou, anýzem. Občas se používal také planě rostoucí chmel (asi 1500–1000 let př. n. l.). Je všeobecně známo, že „hořčení“ piva chmelem přináležejí Slovanům asi od 8. až 9. století n. l. – jen poznámka na okraj, nebyla i toto inspirace pro dnešní „piva s ovocnými a jinými příchutěmi“?

V roce 1516 William IV., vévoda Bavorska, přijal *Reinheitsgebot* (zákon o kvalitě a čistotě), možná nejstarší zákon směřovaný k potravinám z pohledu jejich kvality a regulace, podle něhož jsou povolené složky piva pouze voda, chmel a ječmen/slad (tento předpis se používá ještě v tomto století).

Značné obliby dosáhlo pivo v 19. století, kdy hlavně konkurentovi piva, vínu, hrozilo zničení hmyzím škůdcem z rodu *Phylloxera* (mšice révokazná). V roce 1876 Louis Pasteur publikuje dílo „Studie o pivu“, ve kterém detailně popisuje novodobou technologii výroby piva založené na filtraci a jeho pasterizaci, též po celé 19. století se objevovaly a zdokonalovaly poznatky o přípravě, kvašení a filtraci piva. Současně v roce 1876 je založen první pivovar určený k masové produkci piva. Stal se jím americký pivovar Budweiser.

V druhé polovině 20. století došlo ke změně trendů a výroba se stala masovou. Začaly se zakládat malé pivovary, které se v první fázi objevily převážně na území dnešní Velké Británie.

Historie piva v Česku

Archeologický výzkum území českých zemí přinesl důkazy, které dokládají, že i dřívější obyvatelé tohoto území připravovali kvašené nápoje z obilí. K dispozici jsou podrobnější údaje o přípravě piva keltskými a germánskými kmeny a také Slovyany praotce Čecha, kteří se usídlili na území českých zemí.

První zpráva o výrobě piva v Čechách je z roku 993 a váže se k Břevnovskému klášteru. Pivo bylo velmi oblíbeným nápojem. Proto již v roce 1039 byly zavedeny tresty pro krčmáře přechovávající opilce, např. holení hlavy, rozbití veškerého hospodského nádobí či pranýřování na veřejném místě. Prvním dokladem souvisejícím přímo s výrobou piva je nadační listina prvního českého krále Vratislava II. pro vyšehradskou kapitolu z roku 1088, ve které mimo ostatní dary a privilegia panovník přidelil kapitule desátek chmele na vaření piva. Nejstarším dochovaným dokladem o pěstování chmele na území tehdejších českých zemí je nadační listina z 30. let 11. století knížete Břetislava. Pěstování chmele se od dob Karla Velikého šířilo i na naše území a ve 12. století chmelnic rapidně přibývalo. Už v této době byl český chmel považován za světový standard a vyvážel se. Největší rozkvět výroby piva v Čechách nastal ve 12. století, kdy měl na území státu právo vařit pivo kdokoliv. Výroba piva se stala obživou hlavně u podnikavých měšťanů.

V tomto období se vařilo pivo v každé domácnosti velmi primitivním způsobem a jednalo se vždy o práci žen. Pivo se nepoužívalo jen na pití, ale též se začalo používat i v kulinářské oblasti, kdy se z něj připravovaly různé pokrmy jako polévky, kaše a omáčky, které se jako obzvláště syté „tekuté chleba“ podávaly v chudých rodinách až do poloviny 19. století. Rozvoj výroby piva na řemeslné úrovni nastal od počátku 13. století se zakládáním nových královských měst, která dostávala od panovníka řadu privilegií. Pro rozvoj pivovarnictví bylo důležité přidělení práva várečného a práva mílového (zrušeno v roce 1788 – do této doby se směla přidělená privilegia využívat až do okruhu 1 míle od hradeb města, míle v té době měla různé velikosti od 7 do 12,5 km). Později tato práva získala i poddanská města od příslušné šlechty. Pivo vařit v této době mohl pouze měšťan, majitel domu.

Velký význam pro rozvoj pivovarnictví a kvalitu piva měly v českých zemích sladovnické cechy. Stanovovaly, kolik piva a z jakého množství sladu smí jeden dům vyrobit. Taktéž kontrolovaly jeho kvalitu a dohlížely na rozdíl od ostatních okolních zemí i na to, aby pivo vařil jen ten, kdo se v oboru řádně vyučil. Proto byla česká piva již ve středověku velmi kvalitní a v hojně míře se vyvážela do okolních zemí i na dvory jiných panovníků. V této době se stalo vaření piva dominantou mužů (jedná se o 14. století). Na rozdíl od okolních států se cechy staraly rovněž o výchovu odborníků a v této době směl u nás vařit pivo pouze řádně vyučený člověk.

Ve 14. až 15. století zbohatlí měšťané sdružovali své peněžní prostředky a zakládali společné městské pivovary. Ke konci středověku a kolem poloviny 16. století se rozvíjela výroba piva ve šlechtických pivovarech, stabilně se udržovala či rozšiřovala v klášterech, které tolik nepodléhaly vlivům politickým ani hospodářským změnám. Městské řemeslné pivovarnictví začalo upadat po roce 1547, kdy se řada měst vzbouřila proti nadvládě Habsburků a následně jim byl konfiskován majetek.

O velkou reformu výroby sladu a piva se zasloužil v 18. století český sládek František Ondřej Poupě (1753 až



Vaření piva ve středověku

1805). Tato reforma byla prvním krokem v rozvoji typických vlastností současných českých piv.

Tento novátor navrhl a zdokonalil nová zařízení pro výrobu sladu a piva. Jeho zásluhou, tím, že přesvědčil ostatní sládky, se začal používat výhradně ječný slad. Těž se pokoušel i o stanovení dávek chmele. Na konci svého života založil v Brně první pivovarskou školu svého druhu v celé Evropě. V této době ji absolvovali nejen sládky z Čech, ale i ze zahraničí.

V oboru výroby piva jako oboru se považuje vznik a založení Měšťanského pivovaru v roce 1842 v Plzni (jedná se o dnešní pivovar Prazdroj) za významný přelom ve výrobě piva, protože se zde začalo vyrábět pivo spodně kvašené. Z důvodu vysoké kvality tohoto piva se tato technologie brzy rozšířila i do ostatních pivovarů.

V polovině 19. století nastal největší rozvoj českého pivovarnictví. České pivovarnictví značně ovlivnilo vývoj tohoto oboru na celém světě. Je to období, kdy došlo k zahájení průmyslové výroby piva a sladu. Velký vliv na rozvoj našeho pivovarnictví mělo pěstování ječmene, kterému se v našich oblastech dobře dařilo, a taktéž značný rozvoj pěstování chmele, zeleného zlata. Také náš rozvinutý strojírenský průmysl na výrobu pivovarnických technologií byl znám na celém světě. Vyváželo se do cca 400 států světa. O tom, že naše školství bylo velmi vyspělé a že vychovávalo vynikající odborníky, nelze pochybovat. V té době v Čechách vzniklo okolo 30 nových měšťanských, akciových a soukromých pivovarů. Postupně se zvyšovala celková výroba piva koncentrovaná do větších pivovarů, malé pivovary zanikaly. Pivo se vyváželo prakticky do celého světa.

Po skončení 1. světové války a vzniku Československé republiky v roce 1918 převzala tato nová republika z bývalé habsburské monarchie asi 60 % výrobního potenciálu pivovarů, celkem 562 pivovarů bylo v poměrně špatném stavu. Katastrofu českému pivovarnictví jako veškerému světovému vývoji přinesla 2. světová válka. Po válce řada uzavřených pivovarů již neobnovila svoji činnost. Pivovarský a sladařský průmysl byl postupně v celé Československé republice zestátněn a centrálně řízen.

V době komunistického režimu byly do pivovarů vkládány minimální finanční prostředky na modernizaci. Přesto pivovarský obor zajistil na domácím trhu dostatek piva a byl schopný vyvázet pivo a slad nejen do tzv. socialistických zemí, ale i na náročný kapitalistický trh.

Po 2. světové válce byly v Čechách postaveny pouze 2 pivovary: Radegast a Most. Pivovar Most v Sedleci byl postaven za zbouraný starý pivovar v Mostě v rámci těžby uhlí. Tento pivovar byl později převeden pod pivovar Radegast a pivo se zde jen stáčelo, až byl v roce 1998 uzavřen a zlikvidován. Sladoven bylo postaveno 5. Na Slovensku bylo v období socialistického Československa postaveno celkem 8 pivovarů.

Po roce 1989 proběhla privatizace pivovarů, mnohé zanikly, do některých vstoupil zahraniční vlastník či kapitál. V roce 2003 bylo v České republice 36 sladoven, které vyrobily 483 693 tun sladu. Z toho vývoz činil 213 324 tun (44,10 %). Činných průmyslových pivovarů bylo v roce 2007 48 a vyrobily 18 548 314 hl piva, z toho bylo vyvezeno 2 129 848 hl (11,48 %), roční spotřeba na jednoho obyvatele činila 160,9 l piva. Sedm největších pivovarů pokrývá 84 % produkce českého piva (jedná se o pivovary Plzeňský Prazdroj, Budějovický Budvar, Staropramen, Královský Pivovar Krušovice, PMS Přerov, Drinks Union a Starobrno). V posledních letech se ale opětovně obnovují malé pivovary a začínají vařit specifická piva v daném regionu. V současné době u nás funguje cca 185 pivovarů.

Výroba v dnešních sladovnách a pivovarech je z velké části řízena pomocí počítačů a tato moderní zařízení mají samozřejmě i vyšší kapacitu. Významně se modernizoval postup stáčení a balení piva do nových typů kovových sudů (KEG), do lahví, plechovek, minisoudků a PET.

Toliko o historii výroby piva, samozřejmě je možno k této historii přidat řadu detailů podle jednotlivých činností výroby piva nebo podle jednotlivých lokalizací výroby.

Uchovávání a skladování piva – obalová technika



Nádoby na uchovávání piva – kameninový džbán, kožený vak, roh

Z celkového pohledu na uchovávání piva se musíme opět historicky podívat, jak se pivo uchovávalo od počátku a jak později vznikaly vhodné nádoby na přepravu piva. První nádoby na pivo byly s největší pravděpodobností kamenné či hliněné, popř. vyrobené kožené vaky či vydlabané dřevěné nádoby.

Rozvojem pivovarnictví v 14. až 15. století vznikl požadavek na uskladnění piva, spíše se jednalo o nádoby, ve kterých pivo vzniklo a bylo dále skladováno. Těmito nádobami byly zpočátku dřevěné džbery, které se kryly víkem a postupně byly nahrazovány dřevěnými sudy. Pivo se v této době pilo za použití volských rohů, výjimečně ze sklenic, spíše z keramických nádob či cínových korbelů.



Pivovar v 16. století



Manufaktura na plnění lahví v pivovaru U Křížovníků na Starém Městě

V 18. a 19. století nastal rozvoj výroby piva a převládajícím obalem pro plnění uvařeného piva byly dřevěné sudy. Jejich velký objem, nesnadná manipulace s nimi, krátká trvanlivost tehdy vyráběného moku vynutily, s postupujícím časem a větší spotřebou piva, poptávku po menších obalech.

Předchůdce pivních lahví byl identifikován v období kolem roku 1400 př. n. l. Skleněné lahve pro uchování nápojů, jak bylo z některých starých pramenů zjištěno, se poprvé objevily ve starověkém Egyptě. Přibližně v 16. století je doloženo jejich využití pro plnění pivem. Šlo však pouze o výjimky. Skutečný rozvoj skleněných obalů přichází až na přelomu



17. a 18. století a masivní rozšíření plnění piva do lahví ze skla až na počátku 20. století.

Za první moderní skleněnou pivní láhev je považována ta, která začala být vyráběna roku 1821 v Anglii. Měla běžný uzávěr zátkového charakteru z materiálu, který byl k dispozici. Láhve se uzavíraly zpočátku korkem, později se přešlo na keramickou zátku, jež byla upevněna k hrdlu. Později se u pivních lahví začaly používat pákové uzávěry, které měly porcelánovou zátku a pryžové těsnění.

Pokračování v příštím čísle.

V článku použity informace z běžně dostupných internetových zdrojů.



Různé varianty dřevěných sudů



Výroba dřevěného sudu v 19. století

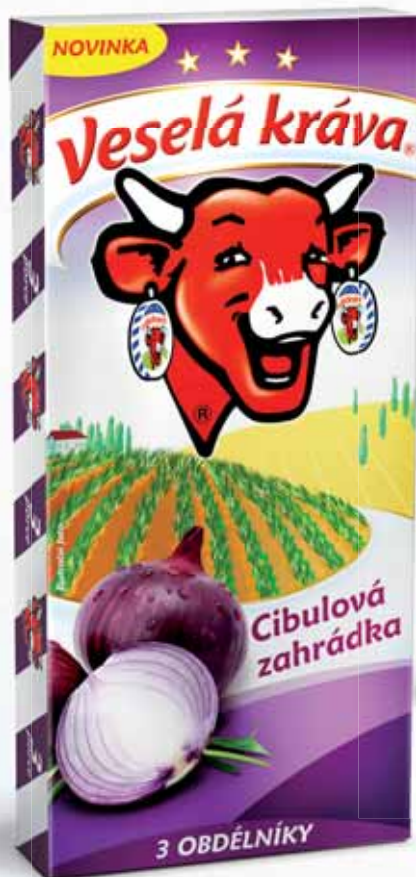


Veselá kráva 135g

Veselá kráva přináší unikátní moderní
příchutě sýrů z různých koutů světa
v nejoblíbenějším formátu!



S lahodnou smetanou



S restovanou cibulkou



Se šťavnatou olivou

NOVINKY
OD VESELÉ KRÁVY

Veselá kráva 150g

Ponořte se spolu s Veselou krávou do světa
krémových a lehce roztíratelných sýrů!



Veselá kráva Sametová

Výrazná sýrová chuť díky vysokému
obsahu tuku v sušině – 60 %



Veselá kráva Lehoučká

Jemná sýrová chuť
Jen 7 % tuku



Veselá kráva Se šunkou

Nejoblíbenější příchuť
na trhu tavených sýrů

PFAHNL
NOVÉ PERSPEKTIVY

5 z jednoho

Směs **SLÁDKŮV CHLĚB TMAVÝ** č. zb. DE00724225

- 1** SLÁDKŮV CHLĚB
tmavý vícezrný chléb sladové chuti
- 2** SLÁDKŮV PRECLÍK
pečivo sladové chuti
- 3** SLÁDKŮV TOUST
tmavý toustový chléb
- 4** TWISTER SE SEZAMEM
plundrový
- 5** CEREÁLNÍ OVOCNÝ KOLÁČ
s hruškovou náplní



■ tel.: 461 612 405 ■ fax: 461 612 404
■ e-mail: pfahnl@pfahnl.cz ■ www.pfahnl.cz

Čeští pekaři, cukráři a jejich dodavatel firma PFAHNL



Již více než 15 let se čeští pekaři a cukráři těší společně se svojí dodavatelskou firmou PFAHNL Litomyšl ze svých denních úspěchů. Je tedy na místě pojmenovat důvody, proč tomu tak je. Jsou to jiné suroviny, jiné dodací podmínky, větší rozvozní auta, je dodáváno „modré z nebe“? Nebo jsou to lidé a jejich snaha?

V první řadě zůstaňme u lidí. Tým technologů a prodejců v čele s hlavním technologem Lubošem Stloukalem je tím pravým motorem. Určitě nebudeme psát o super kádru, který od začátku vzniku firmy v neměnném složení buduje a vytváří úspěchy jak na běžícím pásu. Tak to není. Zmíníme se o běžné práci našeho týmu. O tom, že lidé do firmy PFAHNL přicházejí a zase odcházejí. Po každém zůstane alespoň malý „otisk“. Jména bývalých i současných kolegů jsou vyleptána do skleněného rámu tabule ve vstupní hale. Všem patří můj dík za odvedenou i odváděnou práci.

Recepty pro vás, pro vaše linky a technologie

Tento technologický servis patří k naší běžné práci. Základní recepty, vytvořené hlavním technologem Lubošem Stloukalem nebo vývojovým oddělením, jsou vždy jen základem pro první test. Na vašem provozu pak společně upravíme recept podle podmínek používané technologie. Různé tvarování, různé časy při zpracování těst, různé typy strojů, např. míchačky těsta, někdy i kolísavá kvalita vstupních surovin apod., to jsou pro nás denní úkoly, které řešíme.

Připravujeme nové chutě, které lákají a přitahují nové zákazníky. Nové neotřelé kombinace chutí nebo např. jen množství soli ve výrobku budí u odborníků vždy velkou diskuzi. Jak to nejen u jídla bývá, co člověk, to jiný názor. A tak musí přijít na řadu náš odborník, který po diskuzi stanoví hranice nebo konečnou recepturu. Aby však toto mohl udělat a firma se na něho mohla spolehnout, je náš odborník každých 5 let přezkušován ze svých organoleptických schopností.

Poradenství

Nezáleží na tom, jaký problém řešíte. Zda se potřebujete poradit o sortimentu, o vlastních prodejních místech nebo zda se rozhodujete o investici a chcete si prohlédnout to, co se již osvědčilo. Tým prodejců a technologů je ochoten poradit s nejvyšší odpovědností. K získání vašeho širšího rozhledu nebo prohloubení znalostí diskutovaného problému můžeme nabídnout návštěvy na provozech po celé Evropě. Běžná

praxe je, že vás vezmeme na prohlídky nejnovějších technologií. Samozřejmostí je znalost nutričních hodnot a výpočty těchto údajů. Bavíme se o trendech, cenách surovin, vašich přáních...

Semináře a školení na téma dle vašeho přání

- Již dva roky provozujeme vlastní Pekařské školicí centrum firmy PFAHNL v Litomyšli. A již dva roky využíváte jeho širokou nabídku služeb. Na rozdíl od minulých let (tedy doby, kdy jsme používali pekárnu mateřské firmy v Pregartenu – Rakousko) máme teď vše velmi blízko. Neztrácíte čas cestováním a my můžeme pořádat i „krátké“ akce, na které byste do Rakouska z časových důvodů nemohli přijet.
- Témata – není to jen o produktech, seznamujeme vás s novými surovinami, novými vývojovými trendy, informacemi z jiných trhů, které čerpáme díky evropskému koncernu PFAHNL.
- V nabídce jsou i témata „Prodavačka není podavačka“, evropský monitoring obilí apod.
- Poněvadž nemůžeme všechno znát, spojujeme své znalosti a síly s ostatními dodavateli, s našimi vývojáři, lidmi odpovídajícími za marketing, odborníky na dané téma, využíváme učitelů ze Střední školy potravinářství a služeb Pardubice.
- Nabízíme besedy s největšími praktiky a odborníky naší firmy z různých zemí.
- Školicí centrum využívají samozřejmě i zaměstnanci firmy PFAHNL pro své zdokonalení, testy novinek, své další vzdělávání apod.

Vývoj produktů pro vás

Opět téma, které jsme výrazně posunuli teprve v souvislosti s vybudováním Pekařského školicího centra firmy PFAHNL v Litomyšli.

Na vaše téma připravíme varianty, které společně zkusíme. Zkoušíme je u nás, ve školicím centru v Litomyšli. Zkoušky probíhají ve velmi rychlém sledu, zpracováváme malá těsta, zkoušky můžeme opakovat v různém sledu za sebou. Kdo u nás již byl, může posoudit, jak rychle se dostaneme k mnoha výsledkům. Překážkou není ani testování trvanlivých výrobků. Ve spolupráci s mateřskou firmou vystavíme výrobek uměle vytvořeným extrémním vlivům. Vyhodnocení požadovaných parametrů dostaneme za výrazně kratší dobu.



V Pregartenu s PSPC ČR



Soutěž KOBLIHA ROKU

Máte málo času a potřebujete testovat v sobotu, kde vás neruší desítky provozních telefonů? Opět v praxi ukazujeme, že je to pro náš tým běžná záležitost.

Výzkum, vývoj – v podmínkách české firmy hovoříme o vývoji. Výzkum zajišťuje oddělení na mateřské firmě v čele s dipl. Ing. Evou Pfahnl. Je to hledání a testování surovin, nových kombinací, použití posledních výsledků ve vývoji enzymatických technologií apod. Máme obrovskou radost, když oceníte, že výrobek vyhovuje a uspěl na trhu.

Laboratoř

Chcete si nechat zkontrolovat vaše hlavní suroviny? Provedeme rozbor pšeničné a žitné mouky. Na základě rozboru společně navrhne úpravy receptu.

K rozborům mouky používáme přístroje Farinograf, Extenzograf a další.

Zkouška výrobku na vašem provozu

Pracovní doba nerozhoduje. Je jedno, zda potřebujete testovat, či zavést produkt do výroby na noční či denní směně.

Zamícháme požadované vzorky, při testu nám může pomoci i technolog z vývoje.

Test je zakončen vyhodnocením výrobku a zápisem ze zkoušky.

Soutěže

- Někde můžeme být partnerem, někde budeme soupeřit.
- Společně budeme usilovat o CHLĚB ROKU 2013, nejlepší koblíhu apod. Náš technolog pomáhá se zajištěním konstantní kvality výrobků.
- Když soutěžíme o Nejlepší dožínkový koláč či Atraktivní pekařský výrobek, stáváme se soupeři. Zde si každý hraje na svém „písečku“ a každý z nás chce být ve svém oboru nejlepší. A to je krásné. V únoru se sejdem na bowlingu v Litomyšli, v srpnu na Mezinárodním mistrovství horských kol v Leštíně. Zde musí také každý ukázat, co v něm je.
- Soutěžili jsme o nejlepší mouku, teď není soutěž organizována.

Otevřenost

- Neskrýváme nic z našich plánů, rádi vás pozveme k nám do Litomyšle či na mateřskou firmu, předáme vám naše znalosti, technologie a výhody.
- Jasně říkáme, jaký vývoj plánujeme v České republice či na celém evropském koncernu PFAHNL.
- Naše tvrzení si snadno ověříte.
- Jste vítáni jak v Litomyšli, tak v Pregartenu.
- Zázemí mateřské firmy PFAHNL Backmittel, GmbH, Pregarten – Rakousko (na jedné straně velmi moderní mlýn, na druhé straně historie mlynářské rodiny PFAHNL trvající přes 500 let) a zkušenosti celého evropského koncernu PFAHNL.

Vaše důvěra

Důvěra, kterou nám dáváte, zavazuje. Snažíme se o to, abychom vám, pekařům a cukrářům, dobře sloužili. Aby naše společné diskuze a společně strávený čas přinášely užitek oběma stranám.

Vytváříme partnerství, kde obě strany musí mít užitek.

Vytváříme přátelství, které vzniká při práci. Někdy se rozšiřuje i do našich rodin.

Prezentace našeho pekařského a cukrářského oboru pro základní školy

Má dva směry:

1. Prezentace za účelem získání žáků pro náš obor – příkladem jsou prezentace pro žáky 7. a 8. tříd základních škol, které děláme jednou za rok ve spolupráci se Střední školou potravinářství a služeb Pardubice.
2. Prezentace pro I. stupeň základní školy. Zde dětem vysvětlíme a ukážeme základy výroby pekařských produktů. Děti si pak samy vyrobí svůj uzlík, houstičku či večku. Upečený výrobek si pak odnášejí pro svoji maminku. Velmi krásný zážitek.

V minulém roce jsme navíc připravili podobnou prezentaci pro mezinárodní tábor, ve kterém byly děti od 10 do 18 let.



„Budoucí pekaři“

Mlýn Pregarten



Partnerství ve společenstvech či svazech

- Společně s pekaři a cukráři diskutujeme o otázkách našeho pekařského a cukrářského oboru.
- Jsme členem Podnikatelského svazu pekařů a cukrářů v ČR.
- Aktivně pracujeme v pekařské sekci Potravinářské komory ČR.

Společenská odpovědnost firmy

- Sponzorujeme: organizace Charita (v Litomyšli, Poličce a Dolním Újezdu), sportovní a umělecké spolky v našem regionu.
- Od roku 1997 podporujeme Střední školu potravinářství a služeb Pardubice. Tedy školu, která vychovává odborníky pro náš pekařský a cukrářský obor.
- V Pregartenu získáváme elektrický proud ze síly vodního toku – z vodní elektrárny.
- V Litomyšli plánujeme výrobu elektrického proudu za pomoci fotovoltaických článků umístěných na střeše.
- Samozřejmostí je třídění odpadu ve všech našich výrobních a obchodních provozech.

Kvalitní produkty, kvalitní zásobování, certifikace dle normy ISO 9001 apod. jsou dnes standardem v obchodních vztazích. Proto za tuto oblast upozorním jen na úspěšnou novinku roku 2012, a tou se stala skupina produktů vyrobená z jedné směsi: SLÁDKŮV CHLĚB TMAVÝ, SLÁDKŮV TWISTER SE SEZAMEM, SLÁDKŮV PRECLÍK, SLÁDKŮV TOUST, Cereální OVOCNÝ koláč s hruškovou náplní. Pokud použijeme pojem z populární hudby, tak se tato řada produktů stala SKOKANEM ROKU 2012. Vyzkoušejte mnohostranně použitelnou tmavou cereální směs SLÁDKŮV CHLĚB a produkty z ní.

Ing. Miroslav Lipavský,
PFAHNL Backmittel, spol. s r. o.

Údaje o české firmě PFAHNL:

PFAHNL Backmittel, spol. s r. o.

Sídlo firmy: Svitavská 1219, 570 01 Litomyšl
Tel.: + 420 461 612 405, fax : + 420 461 612 404
E-mail: pfahnl@pfahnl.cz,
http://www.pfahnl.cz
Založení: 1. 4. 1997

Vlastník:

PFAHNL Backmittel, spol. s r. o., Litomyšl, je 100% dceřinou firmou rakouské firmy PFAHNL Backmittel, GmbH, Pregarten – Rakousko

Popis firmy:

Dodavatelská firma pro pekaře a cukráře v České republice

- Sortiment – suroviny a směsi, koblíhový program, tuky, mouky, pomůcky pro pekaře a cukráře, fritézy
- Technologický servis
- Čištění pekařských plechů a vozíků
- Pořádání seminářů, školení, kurzů pro pekaře a cukráře
- Činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence
- Silniční motorová doprava nákladní

V roce 2008 jsme vyhráli v Pardubicích soutěž o Nejlepší pekařskou mouku v kategorii MOUKA HLADKÁ pšeničná světlá.

V roce 2010 bylo uvedeno do provozu Pekařské školící centrum firmy PFAHNL v Litomyšli.

Údaje o mateřské firmě PFAHNL Backmittel, GmbH, Pregarten – Rakousko:

PFAHNL Backmittel, GmbH

Sídlo firmy: Halmenberg 13, 4230 Pregarten – Rakousko
Založení: 1476 – první písemná zmínka
firma s více než 500letou tradicí, řídí ji
18. generace rodiny PFAHNL

Popis firmy:

Pfahnl se prezentuje na trhu jako výrobce nejvyšší kvality mouk (pšeničná, žitná, BIO mouka).

Dále vyrábí a dodává pro pekaře a cukráře: hotové 100% směsi, koncentráty pro výrobu vícezrnného chleba a pečiva, zlepšující přípravky, krémové a dekorační produkty, koncentráty na jemné pečivo a koblíhy, makové a ořechové náplně atd.

- v roce 2007 – přestavba mlýna v Pregartenu švýcarskou firmou BÜHLER AG, Uzwil
- v roce 2008 – nesl mlýn titul „Nejmodernější mlýn světa“.

Výrobky firmy PFAHNL
jsou dodávány do 28 zemí světa.



PRO SVÁ VELKÁ
KOUZLA S
KÁVOU

NALEZNETE VŠE
POTŘEBNÉ
U NÁS.



MLÉKÁRNA OPOČNO
1936



BOHEMILK, a. s., člen skupiny Interlacto, www.bohemilk.cz

FESTIVAL EVOLUTION



BIOSTYL

8. VELETRH BIOPOTRAVIN A BIKOSMETIKY



ZDRAVÍ

8. VELETRH ZDRAVÉ VÝŽIVY A ZDRAVÉHO ŽIVOTNÍHO STYLU



ECOWORLD

5. VELETRH EKOLOGIE A TRVALE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE



ESOTERIKA

9. VELETRH ALTERNATIVNÍHO ŽIVOTNÍHO STYLU



INSPIRACE

3. VELETRH VZDĚLÁVÁNÍ A OSOBNÍHO ROZVOJE

「ZVEME VÁS」
「NA VELETRH」

19. - 21. 4. 2013

Výstaviště Praha - Holešovice

www.festivalevolution.cz

www.feliciusmedia.cz



INCHEBA
EXPO PRAHA

PODNIKATELSKÝ SVAZ



PEKAŘŮ A CUKRÁŘŮ
V ČESKÉ REPUBLICE

Trh pekařských výrobků v ČR

Ing. JAROMÍR DRÍZAL,
předseda Podnikatelského svazu
pekařů a cukrářů v České republice



Charakteristika oboru

Pekárenský obor v České republice je specifický řadou věcí. Podílí se na něm nezvykle velké množství subjektů, nemá jasného leadera, je velmi konkurenční a zatím do něj nevstoupil zahraniční kapitál. To, že je dosud plně v českých rukou, je dáno jednak jeho rozdrobeností, ale hlavně velmi nízkou rentabilitou. V posledních letech se s rozvojem nových technologií a požadavkem zákazníků na čerstvost výrobků rychle prosazuje zmrazování polotovarů a jejich dopékání těsně před prodejem. Ve výrobní sféře je přes 700 pekáren, z toho okolo 60 průmyslových velkopekáren a zbytek středních či řemeslných výrobců. Obrat oboru osciluje v uplynulých letech okolo 25 mld. Kč a je v něm zaměstnáno přes 20 tisíc pracovníků.

Dle údajů ČSÚ se v roce 2011 vyrobilo v České republice 291 860 tun chleba. Denně se tak vyrobí okolo 800 tun chleba, což je více než 1 milion čerstvých výrobků. Roční spotřeba chleba po několikaletém poklesu zaznamenala mírný nárůst, z 40,9 kg v roce 2010 na 42,0 kg na osobu v roce 2011. Jedním z důvodů zvýšení spotřeby chleba je zřejmě přesun preference

od pečiva ze zmrazených polotovarů, které je výrazně dražší než srovnatelné množství chleba. Průměrně utratil český občan v loňském roce za chléb necelých 1 000 Kč. Běžného pečiva se v roce 2011 vyrobilo 281 720 tun (pokles o 14 %) a jemného pečiva 38 777 tun (pokles 6 %).

Loňská špatná sklizeň obilí a vysoké ceny mouky tvrdě dopadají začátkem roku 2013 na ekonomiku pekáren. Cena mouky se zvýšila v průměru o 25 %, rostly i ceny dalších důležitých surovin. Citelně postihuje pekaře také růst cen energií a pohonných hmot. Pekařům postupně ubývá hmotnostní výroba a jejich odbytové ceny stagují či mírně klesají. Pekárny již prakticky neinvestují, což snižuje jejich konkurenceschopnost, a jsou nuceny šetřit na svých zaměstnancích. Průměrná mzda pracovníků pekáren se pohybuje okolo 15 tis. Kč, což je 60 % republikového průměru, a podíl stále klesá. Pokud by stávající neutěšená situace přetrvávala, řada pekáren by byla nucena ukončit své podnikání a trh by byl ochuzen o jejich výroby.

Rozdělení trhu

Těžko by se našel „tvrdší“ a více konkurenční trh, než je ten s pekařskými výrobky v České republice. Nadnárodní obchodní řetězce v nelítostném souboji o každého zákazníka využívají převisu nabídky nad poptávkou a díky dominantnímu postavení tlačí výrobce k ústupkům. Ti se, aby vyjednali výhodnější podmínky dodávek, seskupují do obchodních aliancí, zároveň i z toho důvodu, aby byli schopni zajistit celoplošné zásobování marketů obchodních řetězců.

V současné době se již přes 2/3 pekařské produkce prodává prostřednictvím super- a hypermarketů nadnárodních obchodních řetězců. Okolo 10–15 % se realizuje přes vlastní prodejny (pekařské speciálky) výrobců a již jen zhruba 15–20 % pekařských výrobků nakupují spotřebitelé na tzv. nezávislém trhu (samoobsluhy, vietnamské prodejny, večerky, stánky občerstvení...). Nabídka pekařského sortimentu je velmi bohatá, co se týče množství druhů, surovinového složení, originálních tvarů a hmotností, regionálních specialit a v poslední době i biosortimentu. Prodej je zajištěn (města) prakticky 7 dnů v týdnu, 365 dnů v roce.

Obnovené řemeslné pekárny doplnily a oživily nabídku průmyslových pekáren, prostřednictvím nových technologií, surovin a přísad reagovali pekaři na rychle se měnící tržní prostředí a spotřebitelské preference. Co se týče sortimentní



nabídky a zákaznického servisu, je tuzemský pekařský trh jeden z nejvyspělejších v Evropě.

Jasný leader pekařského trhu se zatím nevyprofiloval. Hlavními hráči jsou společnosti United Bakeries a Penam (skupina Agrofert), které drží dohromady cca 1/3 trhu. Velmi rychle posilují svůj podíl na trhu vlastní pekárny obchodních řetězců (rozpečené zmrazené polotovary nebo vlastní výroba), a to na úkor zejména středně velkých bývalých „okresních“ pekáren. V závěru loňského roku se neuskutečnila dlouho očekávaná fúze dvou největších hráčů na trhu, společností United Bakeries a Penam. Jedním z důvodů bylo, že některé řetězce začaly z obavy před jejich dominancí upřednostňovat regionální výrobu.

Vývoj pekařského trhu v posledních 5 letech

Pekařský trh v České republice se velmi rychle vyvíjí. Změny jsou patrné zejména v posledních 5 letech, které by se daly ohraničit obdobím ekonomické recese. V tomto období dochází k přesunu části výroby pekařských produktů do obchodních jednotek – marketů. Současně se velmi rychle rozvíjí trend dopékání pečiva ze zmrazených polotovarů. Motivem ze strany obchodu je nabídnout zákazníkovi co nejčerstvější zboží, větší flexibilita při výkyvech poptávky a samozřejmě dosažení vyšší marže než u klasického pečiva od pekařů. Většina spotřebitelů se v tomto období více orientuje při nákupním rozhodování na základní výrobky v nižší cenové hladině. Zároveň se profiluje stále rostoucí skupina spotřebitelů, kteří preferují kvalitní, čerstvé výrobky a jsou za ně ochotni připlatit. Obchod na tento trend reaguje v poslední době poskytnutím většího prostoru regionálním výrobcům a vyhledávaným pekařským „značkám“.

Ceny odbytové a spotřebitelské

V České republice jsou jedny z nejnižších cen pekařské produkce v Evropě. Pokud spotřebitelé poukazují na vysoké ceny pečiva, jedná se většinou o výrobky dopékané v obchodech ze zmrazených polotovarů. Ceny pekařských výrobků v obchodech výrazně ovlivňují marže obchodu, které jsou u čerstvých výrobků okolo 30 % a u pečiva ze zmrazených polotovarů pak minimálně 100 % a výše.

Odbytové ceny pekařských výrobků jsou výrazně ovlivněny skutečností, že dochází v posledním období ke značnému převisu poptávky nad nabídkou. Díky šetření domácností v době krize se již chlebem a pečivem neplýtvá,



zčásti nahradily klasické čerstvé výrobky dopékané produkty ze zmrazených polotovarů. Pekařům se tak za uplynulých 5 let snížila produkce téměř o pětinu. Této situace využívají zejména obchodní řetězce při cenových vyjednáváních. Přes rostoucí náklady výrobců se jejich odbytové ceny díky silnému tlaku obchodních řetězců za posledních 5 let prakticky nezměnily. Cena klasického čerstvého pečiva v Česku naopak klesá. Dle údajů ČSÚ byla v prosinci 2007 spotřebitelská cena pšeničného pečiva 54,61 Kč za 1 kg, za prosinec 2012 uvádí cenu 44,11 Kč/kg. U chleba je dle ČSÚ spotřebitelská cena v prosinci 2012 (23,19 Kč/kg) prakticky stejná jako v roce 2007 (23,20 Kč/kg). Nízké odbytové ceny jsou samozřejmě úzce spojeny s výslednou jakostí, zejména masové produkce.

Rozdíly oproti zahraničí

Při výjezdu do zahraničí si může každý spotřebitel porovnat, jaká je tam nabídka na trhu s pekařskými výrobky oproti tuzemsku. Pokud pomíneme tamní speciality, je zřejmé, že český pekařský trh nabízí řadu výhod: širokou nabídku chlebového sortimentu, běžného a jemného pečiva, stále populárnější regionální speciality atd. Samozřejmostí jsou čerstvé, nebalené pekařské výrobky v marketech 7 dnů v týdnu (v zahraničí balené, většinou chemicky konzervované). Dalším pozitivem pro spotřebitele je výrazně nižší cena než u srovnatelných zahraničních výrobků. Pro zjednodušení je možné provést porovnání u 1 kg chleba s 1 l benzínu. Zatímco u nás stojí 1 kg chleba cca 60 % ceny 1 l benzínu, v zahraničí (Německo, Rakousko) oceňují chléb daleko lépe – 1 kg chleba stojí v pekařské speciálce minimálně 2 €, a je tak výrazně dražší než 1 l benzínu. Již dávno v Čechách neplatí pravidlo, že cena bochníku chleba zhruba odpovídá ceně litru benzínu. Cenové relace u základních pekařských výrobků jsou u nás bohužel deformované.

Trendy na trhu

Český spotřebitel je při výběru pekařských výrobků poměrně konzervativní. Rád vyzkouší novinky v sortimentu (např. tržní hit bagety v 90. letech), vrací se však zpět k osvědčeným pekařským výrobkům, jejichž typickým reprezentantem je např. obyčejný rohlík či tradiční kvasový chléb.

Hlavní trend pekařského trhu v loňském roce nebyl bohužel v oblasti inovací a nového sortimentu, ale byly to jednoznačně úspory. Spotřebitelé se orientovali na levnější výrobky a lépe s nimi v domácnostech hospodařili. Dále zesiloval „fenomén“ čerstvosti výrobků, kde zejména





v hypermarketech obchodníci doplňovali běžný sortiment z pekáren o rozpékané zmrazené polotovary či nabízeli zboží z vlastních pekáren. K 1. srpnu 2012 vstoupila v platnost vyhláška č. 182/2012 Sb., která dává za povinnost obchodu označit, zda se jedná o pečivo čerstvé, či ze zmrazeného polotovaru. Tato legislativní norma významně přispěla k informování spotřebitelů o charakteru pekařských a cukrářských výrobků.

Z výsledků ankety agentury MNS vyplývá, že čeští spotřebitelé upřednostňují u chleba a pečiva následující preference: 53 % čerstvost, 28 % chuť, 9 % vzhled a propečení, 4 % trvanlivost, 3 % složení výrobku, 3 % nutriční hodnotu.

Chléb a pečivo – preference českých domácností

Agentura GfK, která působí ve více než 100 zemích a pomáhá firmám na celém světě pochopit dynamiku jejich trhu a také to, jak se jejich zákazníci chovají a jak se rozhodují, provedla v loňském roce pro pekařský svaz poměrně rozsáhlé šetření. Nákupní chování spotřebitelů a domácností u pekařských výrobků bylo posuzováno řadou různých pohledů, včetně porovnání se situací na Slovensku, a závěrečné výstupy byly formulovány následovně:

- Podíl potravin a nealkoholických nápojů na výdajích českých domácností mírně klesá, tvoří zhruba pětinu všech výdajů domácností.
- Pekařské výrobky jsou s 19 % třetí největší kategorií čerstvých potravin v nákupním košíku českých domácností.
- Podíl výdajů za chléb tvoří 27 % z celkového nákupu pekařských výrobků.
- Nejvíce se chléb a pečivo nakupuje v malých a specializovaných obchodech – celkem 38 %. Spotřebitelé nakupují v hypermarketech 25 %, supermarketech 18 % a diskontech 16 % pekařských výrobků.
- Běžné pečivo (rohlíky, housky) je z důvodu kratší trvanlivosti nakupováno častěji než chléb, ale důležitost chleba v jídelníčku českých domácností je výrazně vyšší.
- Dvě třetiny populace (častěji však hospodyňky) si všimají informace o dopékání pečiva ze zmrazených polotovarů v marketech. Tato informace je motivující pro nákup u 30 % populace.
- 85 % spotřebitelů preferuje při nákupu čerstvý, nebalený chléb a pečivo.
- 42 % českých domácností peče alespoň jednou týdně domácí pečivo (štrúdl, koláče, buchty). Třetina z nich se alespoň jednou za měsíc pokusí upécti doma i chléb.

Očekávaná situace v roce 2013

Výhled na letošní rok nevypadá pro pekařský obor příliš příznivě. Obchodní řetězce, přes něž se prodávají téměř dvě třetiny pekařské produkce, budou zřejmě dál tvrdě tlačit výrobce do co nejnižších odbytových cen a zároveň zvyšovat podíl pečiva dopékaného ze zmrazených polotovarů, kde mají daleko vyšší marže. Pokud bude situace pro výrobce již neúnosná, budou se snažit vyjednat s obchodem lepší cenové podmínky a dát je do souladu s rostoucími náklady. Změny lze však možno očekávat až v druhé polovině roku, a to v souvislosti s vyšší letošní sklizně obilí.

Očekávané trendy a události pekařského trhu v letošním roce:

- Spotřebitelé budou nadále většinou preferovat základní druhy levnějších výrobků, menší hmotností, balené a krájené výrobky, které usnadní jejich přípravu a uskladnění.
- Nastane větší příklon obchodu a spotřebitelů k regionálním specialitám od lokálních výrobců.
- Zvýší se „hlad“ náročnějších zákazníků po kvalitních produktech, řemeslných výrobcích s poctivou recepturou a jejich vyhledávání v pekařských speciálkách.
- Se zvýšenou poptávkou mohou počítat výrobci tradičního kvasového chleba, jehož renesance je jen otázkou času.
- Poroste zájem spotřebitelů (městské aglomerace) o produkty s příznivými zdravotními aspekty, jako je vícezrnné a celozrnné pečivo, tmavý chléb a pečivo, výrobky s vyšším podílem žitné mouky či vlákniny.
- Více se vyprofiluje skupina tzv. „funkčních výrobků“ (pozitivní účinky surovin) zacílená na konkrétní skupiny zákazníků (děti, sportovci, diabetici).
- Tempo zvyšování podílu pečiva dopékaného ze zmrazených polotovarů se zpomalí, vedle pečiva se na pultech začnou více objevovat i dopékané chleby, a to ve vyšší cenové hladině.
- Poptávka po výrobcích typu BIO bude nadále s omezenou koupěschopností stagnovat.
- V oblasti legislativy bude probíhat schvalování novely zákona o potravinách (včetně diskuze o značení země původu zboží) a novely zákona o významné tržní síle. Proběhne informační kampaň k diskutované směrnici EP a Rady: „O poskytování informací o potravinách spotřebitelům“ v případě balených výrobků.
- V druhé polovině roku v závislosti na sklizni obilí lze očekávat jednání o odbytových cenách pečiva a chleba v souvislosti s rostoucími náklady výrobců.



Konkurence pekařských výrobků v mikroregionu

Doc. JUDr. Ing. OLDŘICH TVRDOŇ, CSc.,
Mendelova univerzita v Brně



Pekařské podniky a živnosti mají v mikroregionech specifické postavení. Vyplyvá z jejich významu a poslání, které při každodenním zajišťování základní výživy obyvatel plní. Vzniká dojem, jako by se o prodej výrobků nemusely nikterak zvlášť starat. Opak je ale pravdou. V tržní ekonomice o přízeň kupujících usilují i další výrobci a distributoři z blízkého i vzdálenějšího okolí. Závisí to na nasávací schopnosti mikroregionu. Všichni, kdo zásobují mikroregion potraviny každodenní potřeby, mají zájem, aby právě jejich výrobky dlouhodobě oslovovaly kupující, a tím získávali stále větší podíl na trhu.

Konkurence

Vzniklé konkurenční prostředí s navázanými vztahy a vazbami mezi konkurenty a jednotlivými prodejny obchodu představuje hustou síť často spleťtých obchodních vztahů a spojení. Je velice obtížné do této sítě proniknout, pokud se soustavně nesleduje cenová úroveň, struktura a kvalita prodávaného sortimentu zboží jednotlivých pekařství, případně dalších, i když často méně významných faktorů. V této souvislosti Echaudemaison, C. D., napsal, že konkurence je „rivalita mezi prodejci nebo kupujícími stejného zboží“. Tuto charakteristiku je třeba vysvětlovat tak, že výrobci a prodávající mezi sebou skutečně soupeří o získání výhodné pozice na trhu. K tomu využívají cenové a další marketingové nástroje podpory prodeje propojené s vhodnou motivací prodávaců. K cenové konkurenci v širokém měřítku dochází na aukcích a burzách, kde je viditelná snaha kupujících získat pro sebe nabízené zboží. Poněkud jinak je tomu v B2B vztazích, kde spolu jednají a kontrakty uzavírají jednotliví podnikatelé. Ze svého postavení a ekonomické síly podniku si dovedou vyjednat vyhovující cenové, platební a dodací podmínky, zatímco drobní živnostníci požadavky velkoobdobatelů splnit nemohou.

Poněkud jiný názor na konkurenci zastává Karlöv, B., Lövingsson, F. (2006). Chápejí jako „schopnost výrobku být vnímán jako lepší alternativa k výrobkům nabízeným konkurenčními společnostmi“. Schopnosti je třeba rozumět vlastnosti výrobku, který je po všech stránkách lepší, dokonalejší než výrobek konkurenční. Vlastnosti výrobků jsou

zvláště významné u pekařského zboží, kdy senzorické vnímání kvality je možno považovat za rozhodující kritérium zakoupení nabízených produktů, neboť jiná možnost zjištění kvality v momentu nákupu neexistuje.

V teorii se rozeznává konkurence dokonalá a nedokonalá. Ve francouzské literatuře se můžeme dočíst i o konkurenci čisté, k níž dochází při splnění tří následujících podmínek. Velký počet drobných výrobců i kupujících na trhu, výrobci, resp. dodavatelé nabízejí výrobky stejných vlastností, novým podnikatelům se nekladou žádné podstatné překážky při vstupu do odvětví. Všechno to jsou charakteristické znaky pekárenského průmyslu. V něm mimo několika významných pekařských podniků vyvíjí činnost velký počet drobných pekařství, orientovaných na zásobování mikroregionu, v němž vyvíjejí činnost.

Při nákupu zboží v silném konkurenčním prostředí ovlivňují nákup zboží preference spotřebitelů. Neuvědomujeme si, že zvažují, zda za požadovanou cenu nabízené zboží koupí. Pokud se k nákupu rozhodnou, dávají tím najevo svůj souhlas se všemi vlastnostmi zakoupeného zboží. Tím toto zboží preferují. Výrobní podniky a živnostníci v čisté konkurenci ve snaze maximalizovat zisky z prodeje orientují výrobu a prodej na preferenční zboží a soustavně se snaží o minimalizaci výrobních nákladů. Významným, stále ještě nedoceneným znakem konkurence je, že kombinací vyráběného sortimentu v komparaci s vynaloženými náklady se dosahuje uspokojení spotřebitelské poptávky.

Zahraněční obchod

Konkurenci nevytváří jenom podnikatelé v samotném konkurenčním prostředí. Na konkurenci má svůj podíl i dovážené pekařské zboží ze zahraničí. Podle kombinované zbožívé nomenklatury se výrobky zařídují pod 25 kódů. Dováží se čtyři druhy chleba, tři druhy perníku, šest druhů sušenek, sedm druhů oplatků a pět druhů ostatních pekařských a pečivárenských výrobků. Hodnota dováženého zboží má od roku 2008 neustále zvyšující trend. Údaje přibližuje tab. č. 1.

Z údajů tabulky zjišťujeme, že za námi hodnocené období bylo dovezeno celkem pekařských a pečivárenských výrobků za 23 597 189 tis. Kč. Na této částce se ze 41,36 % podílí ostatní produkty, mezi něž se řadí: prázdné oplatky pro farmaceutické účely, rýžový papír a podobné výrobky, pekařské výrobky vytlačené, pěnové, aromatizované, solené, pečivo ostatní slazené a pečivo ostatní neslazené. Sušenky se na celkové částce podílely 32,15 %, chléb 11,10 %, oplatky 13,86 % a perník 1,53 %. V roce 2011 v porovnání s rokem 2008 bylo dovezeno méně perníků a oplatků. Podstatný nárůst byl zaznamenán u ostatních výrobků a chleba.

Vývoz pekařských výrobků (tab. č. 2) zaznamenal u všech položek kladné hodnoty. K nejvyššímu nárůstu došlo u chleba (Index 191,73 %) a u ostatních výrobků (Index 168,61 %). Úspěšný export neumožnil dosáhnout kladné obchodní bilance, který za celé období vykazuje -7 753 006 tis. Kč. Na záporném saldu se z 59,61 % podílí ostatní výrobky, z 25,15 % chléb a 12,64 % sušenky. Malou zápornou hodnotu vykazaly oplatky. PERNÍK jako jediná komodita vykázala kladnou hodnotu.

Konkurenceschopnost

Konkurenceschopnost je širší pojem než konkurence dlouhodobého horizontu. Zatímco konkurence může být krátkodobá, konkurenceschopnost vyžaduje investiční pro-

Tabulka č. 1 Dovoz pekařských výrobků podle sortimentu

| Rok | Jednotky | Celkem | V tom | | | | |
|-----------------------------------------|----------|-----------|---------|---------|-----------|----------|-----------|
| | | | Chléb | Perník | Sušenky | Oplatky | Ostatní |
| 2008 | tis. | 5 526 380 | 494 743 | 95 346 | 1 978 180 | 929 187 | 2 028 924 |
| | % | 100,00 | 8,95 | 1,73 | 35,80 | 16,81 | 36,71 |
| 2009 | tis. | 5 614 867 | 599 984 | 94 504 | 1 845 659 | 840 754 | 2 233 966 |
| | % | 100,00 | 10,69 | 1,68 | 32,87 | 14,97 | 39,79 |
| 2010 | tis. | 5 797 159 | 685 429 | 90 485 | 1 769 059 | 807 080 | 2 445 106 |
| | % | 100,00 | 11,82 | 1,56 | 30,52 | 13,92 | 42,18 |
| 2011 | tis. | 6 658 783 | 838 863 | 79 526 | 1 994 162 | 695 122 | 3 051 110 |
| | % | 100,00 | 12,60 | 1,19 | 29,95 | 10,44 | 45,82 |
| Přírůstek (úbytek) 2011–2008 tis. Kč | | 1 132 403 | 344 120 | -15 820 | 15 982 | -234 065 | 1 022 186 |
| Index (2011/2008) * 100 | | 120,49 | 169,55 | 83,4 | 150,8 | 74,8 | 150,38 |

Pramen: ČSU, 2011, upraveno autorem

Tabulka č. 2 Vývoz pekařských výrobků podle sortimentu

| Rok | Jednotky | Celkem | V tom | | | | |
|-----------------------------------------|----------|------------|------------|----------|-----------|----------|------------|
| | | | Chléb | Perník | Sušenky | Oplatky | Ostatní |
| 2008 | tis. | 3 522 264 | 118 651 | 115 863 | 1 593 777 | 654 064 | 1 039 909 |
| | % | 100,00 | 3,37 | 3,29 | 45,25 | 18,57 | 29,52 |
| 2009 | tis. | 3 588 821 | 139 917 | 110 124 | 1 608 809 | 672 566 | 1 057 405 |
| | % | 100,00 | 3,90 | 3,07 | 44,83 | 18,74 | 29,46 |
| 2010 | tis. | 4 134 406 | 182 913 | 129 039 | 1 757 804 | 778 524 | 1 286 126 |
| | % | 100,00 | 4,42 | 3,12 | 42,52 | 18,83 | 31,11 |
| 2011 | tis. | 4 598 692 | 227 499 | 151 871 | 1 646 266 | 819 590 | 1 753 466 |
| | % | 100,00 | 4,95 | 3,30 | 35,80 | 17,82 | 38,13 |
| Přírůstek (úbytek) 2011–2008 tis. Kč | | 1 076 428 | 108 848 | 36 008 | 52 489 | 165 526 | 713 557 |
| Index (2011/2008) * 100 | | 130,56 | 191,73 | 131,07 | 103,29 | 125,3 | 168,61 |
| Bilance tis. Kč | | -7 753 006 | -1 950 039 | -147 036 | -980 404 | -347 399 | -4 622 200 |

Pramen: ČSU, 2011, upraveno autorem

středky na realizaci celého souboru opatření, aby podnik získal větší podíl na trhu, uspokojoval spotřebitelskou poptávku v sortimentu, kvalitě a ceně. Zní to jednoduše, ale jsou to náročná technologická, ekonomická a obchodní kritéria, která musí podnik splnit pro dosahování podnikatelské úspěšnosti. Rozeznáváme konkurenceschopnost cenovou a výrobovou. Přesto, že to mohou být samostatné typy, tak v praxi se vzájemně prolínají a doplňují. Pro výrobu pekařských výrobků je třeba se rozhodnout pro jednu ze dvou variant. Buď velkou kapacitu výroby, vyžadující investiční prostředky na nákup moderních technologií, nebo tradiční řemeslnou výrobu, umožňující různorodý, zato pracný, malosériový sortiment vyráběného zboží. Na zvolených směrech závisí ekonomická náročnost výroby, rozsah zásobovaného mikroregionu, cenová úroveň, čerstvost prodávávaného zboží i operativní možnost dodatečné výroby v případě nutné potřeby.

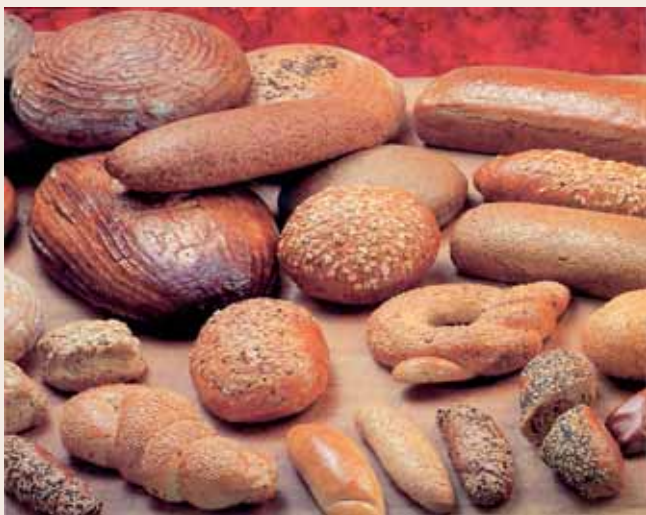
Znám případ obchodu v jedné rekreační oblasti. Když v sobotu obchodník zjistí, že potřebuje ještě základní druhy pečiva, sám si pro ně dojede do nepříliš vzdálené pekárny. Pekař ani obchodník nemohou konkurovat velkým pekárnám nebo prodejnám obchodních řetězců. Zato ale vytvářejí pro kupující jistotu, že v obchodě po otevírací dobu vždy najdou potřebné základní potraviny. V tom je úzká propojenost výroby s obchodem. Můžeme zobecnit, že velké a malé pekárny mohou vedle sebe existovat. Nemohou si konkurovat rozsahem výroby a zásobované oblasti, ale drobné pekárny

mohou a řekl bych, že se musí odlišovat sortimentem, spolehlivostí, čerstvostí výrobků a vždy vysokou standardní kvalitou. V tom je jejich přednost. Jako příklad můžeme uvést pekárny ve Francii.

Při diskusích s podnikateli jsem se zajímal, zda vědí, kdo jsou jejich konkurenti. Ne snad, že by nevěděli, kdo provozuje pekařskou živnost v nejbližším okolí, ale zpravidla odpovídali, že vzájemně si nekonkurují. To nevystihuje podstatu problému. Přece přirozenou vlastností každého podnikatele je, a neváhám to říct, že v určitém směru musí být zdravá soutěživost, která odliší výrobky jednoho výrobce od výrobců jiných.

Čas jako faktor konkurence

Čas a prostor jsou základní znaky globalizující se světové ekonomiky. V prostoru a čase se uskutečňují všechny změny, děje a pochody, k nimž dochází v jednotlivých sférách a oblastech hospodářského života. Důraz přitom je třeba klást na čas, který dynamizuje vědecké poznatky, vyžaduje zkrácené reakce na ně, mění vědomostní a poznatkové báze jedinců, vyvolává strukturální změny v podnikatelských seskupeních, zaměstnanosti i rozmístění pracovních sil. Od podnikatelů se vyžadují netradiční přístupy v organizačním uspořádání, zavádění technologických postupů, přizpůsobování kvalifikace pracovníků a digitalizaci nové podnikové ekonomiky. Moderní technologie se rozšiřují do tradiční výroby, jakou je



ve značném rozsahu pečení chleba. V současné době již existují „zákaznická“ pekařství, u nichž je možné si objednat složení chleba podle požadavků jednotlivých kupujících přes internet. „Chléb má najednou vyšší, technologicky definovaný neboli kvalifikovaný obsah a jeho pečení již není záležitostí masové výroby, ale masové tvorby na zakázku, dá-li se to tak říci. Zákazník se najednou stává tak trochu výrobcem. Mezera mezi oběma stranami se výrazně zužuje.“ (Tapscott, D., 1999)

Porter, M., mezi faktory konkurenční výhody zařadil nízké náklady, diferenciaci výrobku, distribuční systém, marketingový přístup a další činitele umožňující podniku získat konkurenční výhodu. S kritérii je třeba bezesbýtku souhlasit. Nemůžeme ale zapomínat, že všechny faktory jsou zarátované časem, který má jenom jeden rozměr, a to vpřed. Uvědomíme-li si, že čas pracuje proti liknavým a pomáhá iniciativním, pak je třeba dokázat se orientovat v konkurenci a snažit se být na trhu první. Pokud to nedokážeme, pak být druhý, napodobovat výrobky, to není zdravé soutěžení, ale pouhé přizpůsobování se tomu, co tady již existuje. V tomto případě nemůžeme očekávat, že získáme konkurenční výhodu. Často se používá příměr „čas pracuje proti nám“. Tím se má na mysli sledovat všechny nové poznatky, ověřovat je, ekonomicky vyhodnocovat, a pokud se zjistí, že pro podnik nebo živnost jsou přínosné, neváhat je zavádět do výroby a produkty nabízet obchodu. Je třeba mít neustále na paměti, že čas není něčím mimo nás, ale naše myšlení, zkušenosti a poznatky se vyvíjejí v čase. Proto je třeba je umět v řídicí a organizační činnosti vhodně využít.

Výroba zdravotně nezávadných potravin

Zdravotní nezávadnost potravin spolu s kvalitou je neoddelitelným znakem vyráběných, transportovaných, skladovaných a následně prodávaných potravin. Nařízení Evropského parlamentu a Rady 178/2002 ukládá potravinářským podnikům „být schopni identifikovat každou osobu, která jim dodala jakoukoliv látku určenou k přimísení do potraviny“. Pro splnění této povinnosti musí potravinářské podniky zavést takovou evidenci, která kontrolním orgánům umožní identifikovat podniky, kterým byly dodány jejich výrobky. Za tím účelem je nezbytné v každém potravinářském podniku, každé pekařské a cukrářské živnosti zavést a důsledně doplňovat evidenci, která umožní snadnou a rychlou orientaci o kontrolovaných skutečnostech, které negativně ovlivnily kvalitu vyráběných a do maloobchodu dodávaných potravin.

Státní zemědělská a potravinářská inspekce zveřejňuje na svých webových stránkách a na přání zájemců jim zaslává přehled zdravotních závad, které inspektoři zjistili v maloobchodech u kontrolovaných potravin. U pekařských výrobků byla např. zjištěna plíseň, případně větší podíl alergenů, než připouští norma. Rovněž byla zjištěna menší hmotnost náplně proti deklarované hmotnosti. Některé balené potraviny měly špatně čitelné informace a data spotřeby. Zjištěným nedostatkům mohou výrobci a obchodníci účinně předcházet, pokud budou řádně dodržovat zásady správných technologických postupů, výrobky důsledně balit, skladovat a při prodeji dodržovat hygienické normy. Za pozitivní je možno označit bezprostřední stažení potraviny z prodeje, a tím odstranění jakéhokoliv zdravotního nebezpečí. Výsledky kontrol potvrzují, že výroba a prodej zdravotně nezávadných potravin je stěžejním úkolem všech článků potravinové vertikály, které se jakýmkoli způsobem spolupodílejí na zásobování obyvatel. Kontrola není izolovaným jevem zaměřeným na jeden podnik nebo jednu maloobchodní prodejnu. Jenom komplexní analýza může zjistit případné nedostatky a na tomto poznání navrhnout opatření k bezproblémové výrobě a prodeji potravin.

Propagace pekařských výrobků

Propagace je účinnou formou informování široké veřejnosti o vyráběných produktech a samotné pekařské živnosti. Určitý nedostatek je v tom, že pekaři se poměrně málo zúčastňují různých výstav a soutěží, na nichž by porovnávali svoje výrobky s výrobky konkurenčními, současně se zviditelňovali a navazovali obchodní kontakty. Ke zviditelňování firmy bych chtěl uvést následující příklad. Není z potravinářského průmyslu, ale o leccems vypovídá. Jeden podnikatel se zúčastnil obchodní mise do arabských zemí. Vynaložil na to 150 tis. Kč. Když se vrátil, ptal jsem se, kolik navázal kontaktů. Odpověděl, že žádný. Pak tato cesta byla ekonomicky neefektivní, odpověděl jsem. Za rok mě přišel informovat, že uzavřel tři významné kontrakty, které podstatně převyšují náklad, který za cestu zaplatil.

Významnou událostí k propagaci výrobků je veletrh Salima. V roce 2008 byl Zlatou medailí oceněn soubor surovin pro pekařské výrobky s vysokým obsahem přirozené vlákniny VitaFit, výrobce IREKS ENZYMA s. r. o., Brno. V témže roce stejné ocenění získalo pět druhů Valašských frgálů z Pekařství VALAŠSKÉ FRGÁLY s. r. o., Velké Karlovice. V roce 2010 byla Zlatou medailí oceněna pekařská směs Lněné zlato, rovněž podniku IREKS ENZYMA s. r. o., Brno. Čestné uznání generální ředitel Veletrhů Brno udělil v roce 2012 směsi pro výrobu Betachleba z ječmene výrobce SEMIX PLUSO, spol. s r. o., Rybníčky, Otice¹.

Když jsme na Provozně ekonomické fakultě Mendelovy univerzity Brno zjišťovali názory pekařů na propagaci a reklamu, většinou jsme se dovídali, že nemají dostatek peněz na tuto činnost, případně různé další akce. K tomu je třeba dodat, že na propagaci není třeba vynakládat velké finanční prostředky, pokud výrobky jsou kvalitní a lidé je budou v obchodech vyhledávat. Sami je budou doporučovat. Z rostoucího prodeje snadno poznáme, že výrobky jsou spotřebiteli preferovány.

Agrární komora Jihomoravského kraje každý rok vyhlašuje soutěž o nejlepší Regionální výrobek kraje. V roce 2010 do soutěže osmnáct výrobců přihlásilo 54 výrobků. V roce 2011 to bylo již 108 výrobků, rozdělených do 9 kategorií. Nejvíce byl zastoupen chléb, u něhož se hodnotilo jedenáct různých druhů. Nejméně byly zastoupeny cukrářské

výrobky. Mezi hodnocenými výrobky první místo obhájil Koláč velký, Zemspolu, s. r. o., ze Sloupu². Potravinářské a doplňkové výrobky Jihomoravského kraje dlouhodobě propaguje maloobchodní řetězec Brněnka. Dvakrát ročně pod názvem „Veletřh na veletřhu“ pořádá velkou prezentaci výrobců potravin s cílem nabídnout široký sortiment zboží za „nejlepší“ cenu regionálním maloobchodníkům, restaurátérům a další odběratelům potravin. Prezentace výrobků není určena ke kontraktním jednáním, ale pouze k propagaci a upoutání zájmu návštěvníků o vystavované zboží.

V propagaci pekařských výrobků nemůžeme opomenout krajové výrobky, připravované podle původních receptur, velikosti, prodejní úpravy a možností dodání. Pro zvýšení atraktivnosti prodeje často i složení podle míst samotného prodeje. Je třeba uvést, že výrobky jsou zákaznicky, zejména návštěvníky různých společenských setkání, vyhledávány pro jedinečnou kvalitu, neopakovatelnou chuť, vzhled a u stejných výrobků variabilitu náplně. V tomto směru velkou zkušenost má majitelka Pekařství Valašské frgály Ing. Jana Kasalová z Velkých Karlovic. Výrobky nesou značku Klasa, což je možno označit za punc zaručené kvality. V říjnu minulého roku je s úspěchem prezentovala na veletřhu Sia v Paříži. V krátké době je bude do Francie vyvážet.

Spokojený zákazník

Všechno úsilí, které ve výrobě a obchodě vynakládáme do výroby a prodeje zboží, by mělo sledovat jeden cíl. Tím je spokojený a loajální zákazník. Dokáže propagovat naše výrobky v okruhu svých známých, což můžeme označit za nejúčinnější a zcela minimálně nákladný způsob propagace.

Pekařské podniky a živnosti by měly sledovat a hodnotit přínosy zákazníka, ale rovněž přínosy pro zákazníka. Není to jednoduché, avšak pro poznání vzájemných vztahů nezbytné.

Použitá literatura

- ČSÚ, Databáze zahraničního obchodu [online], 2011. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>.
- Echaudemaison, C., D., a kol.: Slovník ekonomie a sociálních věd, Ewa edition Praha, 1995, ISBN: 80-857-64-13-X.
- HEYNE, Paul. Ekonomický styl myšlení. 1. vyd. Praha: VŠE, 1991, 109 s. ISBN 80-707-9781-9.
- Karlöv, B, Lövingsson, F: Management od A do Z, Computer Press, a. s., Brno, 2006, ISBN: 80-251-1001-X.
- Musgrave, R. A., Musgraveová, P. B.: Veřejné finance v teorii a praxi, 5. vydání, Economia a. s. Praha, 1992, ISSN: 0015-1920.
- PORTER, M., E. Konkurenční výhoda: (jak vytvořit a udržet si nadprůměrný výkon). Praha: Victoria Publishing, 1993, 626 s. ISBN 80-856-0512-0.
- Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Potraviny na pranýři:[online]. 2012, Dostupné z: <http://www.potravinynapranryri.cz/>
- Tapscott, D: Digitální ekonomika, Naděje a hrozby věku informací společnosti, Computer Press, a. s., Brno, 1999, ISBN: 80-7226-176-2.

- 1 Interní materiály, Veletřhy Brno, 2012
- 2 Interní materiály Agrární komory JMK

Tradiční velikonoční výrobky mizí z obchodů

Kynuté mazance a piškotový beránci – to byli ještě před pár lety nezbytní reprezentanti velikonočního sortimentu obchodů s potravinami. O pekařstvích a cukrárnách ani nemluví. Tyto výrobky byly dominantou prodejních pultů s velikonočně laděnou dekorací. Proč a kam se ztratily?

Obliba tradičních českých výrobků se naštěstí pomalu vrací. Čím více zpráv o nekvalitě potravin z dovozu, tím větší plus pro tuzemské výrobce. Pokud máte v úmyslu nabídnout konečným spotřebitelům opravdu chutné a voňavé řemeslně zpracované výrobky, pak použijte suroviny, receptury a vyzkoušené postupy s technologickým servisem společnosti **IREKS ENZYMA s.r.o.**

Velikonoční mazance umíme upéct v různých variantách, od základní ekonomické po luxusní, s různými druhy aromatizace, také vhodné pro diabetiky nebo malé mazanečky pro lidi s bezlepkovou dietou.

Stejná nabídka platí pro **piškotové a třeňé beránky**. Jednoduchou výrobu vám zajistí kompletní směsi se sušenými vejci nebo bez nich, s různou intenzitou chutě a vůně, s příjemným vanilkovým aroma, s kořením či s kakaem, vhodné pro diabetiky nebo směsi k výrobě miniberánků pro bezlepkovou dietu a mnoho dalších.



Jako každoročně jsme připraveni splnit požadavky pekařů a cukrářů s velikonočním sortimentem.

IREKS ENZYMA s.r.o.
Kšírova 257
619 00 Brno
ČESKÁ REPUBLIKA
Tel.: +420 543 250 155
Fax: +420 543 250 159
info@ireks-enzyma.cz
www.ireks-enzyma.cz

IREKS

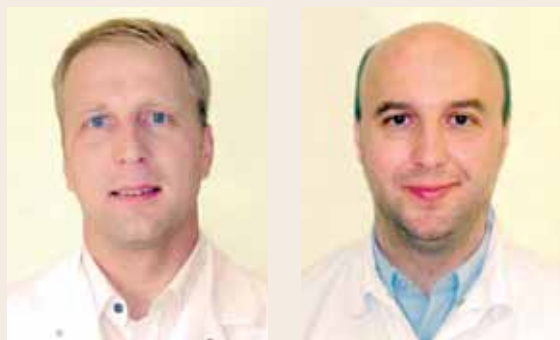
Hodnocení potravinářských výrobků společností DLG pomocí metody 5-Punkte-Skala

Ing. JOSEF JANDÁSEK, Ph.D.^{1,2},

Ing. ROBERT GÁL, Ph.D.³,

¹Raps GmbH & Co.KG, Kulmbach, SRN;

²FVHE, VFU Brno; ³Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



Ing. Josef Jandásek, Ph.D. Ing. Robert Gál, Ph.D.

Většina z nás si denně při nákupu potravin klade otázku, který potravinářský výrobek si můžeme koupit za finanční prostředky, jež máme právě k dispozici. Ano, cenové a kvalitativní rozmezí současné nabídky potravin je v porovnání s obdobím před 25 lety téměř neuvěřitelně široké. Sortiment tuzemské produkce je významně obohacen o sortiment ze zahraničí. Je to krásná pastva pro oči, ale dokud výrobky nekoupíme a nevyzkoušíme, nemáme ponětí o jejich opravdové kvalitě. Jedním z mála kritérií, jež nám mohou poukázat na kvalitu výrobku, je cena, ale ani to není vždy objektivní. Naše legislativní požadavky na potraviny se dají v porovnání s některými zahraničními státy považovat za velmi benevolentní. Obyčejný spotřebitel je tudíž při vlastním nákupu ovlivňován cenou, obalem, slevami, výrobcem, zkušeností, doporučením a také svou vlastní intuicí.

Určitou rolí při nákupu sehraávají také ocenění z různých výstav, soutěží a přehlídek. Doporučení odborníků, udělení zlaté, stříbrné či bronzové medaile je někdy vnímáno jako určité „vysvobození“ při rozhodování o nákupu té či jiné potraviny. Systém hodnocení a především systém vzdělávání a školení hodnotitelů u nás doposud nejlépe zvládnul vinařský průmysl. V obchodní síti se často setkáváme s lahve, které se chlubí medailemi z mnoha výstav. Obecně se můžeme u nás v ČR u potravinářských výrobků setkat s oceněními, jako například KLASA, Zlatá Salima, Zlatá chuť jižní Moravy, Perla Zlínska, Regionální potravina atd. V sousedním Německu je nejvíce rozšířeno hodnocení a ocenění společností DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft). Oproti řadě dalších hodnocení, která se v Evropě v současné době uskutečňují, má DLG systém několik předností. Za prvé,

výrobky hodnotí zkušení hodnotitelé, kteří musí úspěšně absolvovat náročné senzorní zkoušky. Za druhé, těchto hodnocení se musí pravidelně účastnit. Za třetí, pro hodnocení se používá metoda 5-Punkte-Skala, jež je cíleně zaměřena na hodnocení konkrétních potravinářských výrobků a zajišťuje vysokou objektivitu hodnocení.

Rádi bychom Vás v následujícím příspěvku seznámili se systémem hodnocení DLG, se společností samotnou a upozornili vás na několik zajímavostí, jež tento systém v současné době aplikuje. Nejedná se přitom pouze o německou záležitost, ale tato ocenění se těší velké popularitě i v jiných evropských a mimoevropských zemích, například Jižní Koreji, Japonsku atd. Příklady a vysvětlení metody DLG budou představeny demonstrativně na masných výrobcích. Důvod bude čtenářům přiblížen v závěru tohoto příspěvku.

Společnost DLG

Před více než 127 lety se rozhodl Max Eyth založit zemědělsko-potravinářskou společnost, jež by přenášela výsledky vědy a výzkumu do praxe. Zakladatel společnosti měl s těmito obory bohaté zkušenosti, které získal také při zahraničních pobytech. Tato idea přetrvává ve společnosti DLG doposud. Společnost se zaměřuje na pořádání konferencí, školení a odborných výstav, senzorních hodnocení potravin, testování zemědělských strojů a zařízení atd. Pro hodnocení výrobků byly vyvinuty metody, jež se stále zdokonalují, a z hodnocení výrobků německé produkce se stalo mezinárodně uznávané označení kvality. V potravinářské sekci se mimo jiné hodnotí maso a masné výrobky, mléko a mléčné výrobky, ryby, pečivo a cukrovinky, hotové pokrmy a lahůdky, víno, pivo, destiláty, voda a další nápoje, mražené potraviny atd. Ročně je společností DLG hodnoceno okolo 27 000 potravinářských výrobků. Hodnocení provádí vyškolení hodnotitelé z praxe, vědy a výzkumu, odborného školství, průmyslu přídatných látek a všech souvisejících odvětví. Hodnotit mohou i vyškolení laikové, jež úspěšně absolvují zkoušky. Společnost má dnes 23 000 členů, a co je důležité – je politicky nezávislá.

Hodnocení DLG

Soutěžní výstavy jsou vždy velmi pečlivě připraveny a hodnocené vzorky jsou označeny anonymně kódy. Hodnotící komise jsou složeny z odborníků z praxe, jednoho hodnotitele z vědy a odborného školství a dalších hodnotitelů. Vlastnímu hodnocení je věnován dostatečný časový prostor, a to především u výrobků, které se před hodnocením tepelně upravují. U sporných vzorků, kde není komisi vada jednoznačně definována, je možnost si vyžádat záložní vzorky a vadu buď potvrdit, nebo vyvrátit. V případě dalších nejasností a sporů jsou k hodnotící komisi přizváni vedoucí skupin, případně další odborníci. Ve skupinách se upřednostňuje týmová práce a diskuse. Hodnocení probíhají několik dnů a výrobky jsou hodnoceny často několika stovkami hodnotitelů. Během výstavy se nehodnotí pouze německé, ale také zahraniční výrobky. Například podíl japonských masných výrobků činí každoročně cca 10 % a jejich podíl stoupá. Hodnocení se osobně účastní přední odborníci prof. Sakata, majitel a technologové firmy Sasazaki, Dr. Hayashi a další. Dalšími hojně zastoupenými zeměmi jsou Rakousko, Švýcarsko, Francie, Holandsko nebo Jižní Korea, Kanada, Peru atd. Výrobky jsou hodnoceny také zahraničními hodnotiteli Švýcarska, Rakouska atd. Obecně lze konstatovat, že udělená ocenění



Obr. 1 Potravinářské výrobky z Japonska ohodnocené DLG medailí

nejsou doposud v české společnosti v takovém povědomí jako například v západní Evropě nebo Japonsku. Na obr. 1 je vidět způsob prezentace a využití ocenění na výrobcích v Japonsku.

Popis 5-bodové hodnotící stupnice (5-Punkte-Skala)

Základem úspěšného rozšíření hodnocení DLG je použití 5bodové hodnotící metody. Hodnocení výrobků provádí skupina hodnotitelů, kdy každý hodnotitel vyplní nejprve svůj vlastní hodnotící formulář a následně jsou tato hodnocení diskutována s ostatními kolegy. Na závěr je vyplněn společný formulář po vzájemné shodě. Princip metody je dán součtem bodů za jednotlivé deskriptory, přičemž každý deskriptor má svůj váhový faktor a hodnocení je založeno na snižování maximálního hodnocení 5 bodů o „trestné body“ za vady. Objektivnost této metody je podpořena **stupnicemi kvality a seznamem vad**, jež jsou například u masných výrobků vytvořeny u následujících kategorií výrobků:

- Měkké salámy, mozaiky, jemná sekaná, plněné masné výrobky, aspiky, rolády
- Vařené masné výrobky, tlačanky
- Trvanlivé masné výrobky (krájitelné, roztíratelné)
- Vařené šunky, jazyky, uzená masa, pečená masa
- Syrové šunky, syrová uzená masa
- Syrové maso nekořeněné nebo marinované
- Hovězí a vepřové konzervy
- Sádlo

Pro každou skupinu potravinářských (masných) výrobků jsou v hodnotitelských formulářích popsány nejdůležitější a nejfrekventovanější vady, z nichž si hodnotitel může při hodnocení vybírat. Nepojmenované vady je možno uvádět v rámci označení „ostatní vady“ s doplněním přesného popisu, o jakou vadu se jedná. V jednom hodnoticím formuláři je popsáno až 100 vad MV (masných výrobků), jež musí hodnotitel umět rozpoznat nejenom prakticky, ale musí je dokázat i dobře zaznamenat (viz tabulka č. 6). Při vlastním hodnocení se sledují základní **senzorické deskriptory** – vzhled výrobku, vzhled výrobku v nářezu, konzistence, vůně a chuť. Každý tento deskriptor má stanoven **koefficient významnosti (někdy označovaný také jako váhový faktor)**, jímž se výsledné hodnocení deskriptoru po snížení počtu bodů za vady násobí. Jednotlivé koeficienty, jejichž součet je 10, jsou uvedeny v tabulce č. 1. Na podobném principu je založeno i hodnocení jiných potravin (např. vína), což umožňuje zvýšit význam hodnocení té vlastnosti, jež je pro zákazníka významnější (např. chuť).

Tabulka č. 1 Koefficienty významnosti (váhové faktory) pro hodnocení všech potravin

| Deskriptor | Koefficient významnosti (váhový faktor) |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Vnější vzhled | 1 |
| Vzhled v nákreji, barva, stabilita barvy, složení | 3 |
| Konzistence | 2 |
| Vůně | 1 |
| Chuť | 3 |
| Součet bodů koeficientů významnosti | 10 |

Přestože hovoříme o 5-bodové stupnici, je nutno poznamenat, že pro hodnocení používáme 6 bodů, včetně 0 bodů. Pokud výrobek nemá žádnou vadu v daném deskriptoru, je hodnocen max. počtem bodů 5. Při nejnižším hodnocení naopak 0 body (viz tabulka č. 2). Je také dán jasně vektor kvality hodnocení, to znamená, že nejlepší výrobek obdrží nejvyšší počet bodů a naopak. Doposud se v praxi v ČR setkáváme se skutečností, že vektor je často rozdílný a při degustacích může docházet k nejednoznačnosti.

Tabulka č. 2 5-bodová stupnice (5-Punkte-Skala)

| Body | Popis kvality | Popis vlastností |
|------|-----------------|----------------------------------|
| 5 | velmi dobrý | žádné kvalitativní odchylky |
| 4 | dobrý | nepatrné kvalitativní odchylky |
| 3 | uspokojivý | malé kvalitativní odchylky |
| 2 | méně uspokojivý | výraznější kvalitativní odchylky |
| 1 | neuspokojivý | velké kvalitativní odchylky |
| 0 | nežádoucí | nehodnotitelné |

Pokud hodnotitelé zjistí u hodnoceného výrobku nějakou vadu, je zaznamenána do předloženého formuláře. Každá vada má ve stupnici svou významnost a přísnost charakterizovanou max. a min. počtem bodů, o které můžeme dané hodnocení snížit. U významné (limitující) vady není možné snížení pouze o jeden bod na 4, ale časté je snížení na 3 a méně bodů. Naopak u vad méně významných formulář neumožňuje snížení bodového hodnocení na 3 nebo 2 body, ale pouze na 4 (viz tabulka č. 3). Tímto se hodnocení dostává mezi určité mantinely, jež umožňují provádět hodnocení i hodnotitelům, kteří nemají mnohaleté zkušenosti z potravinářského průmyslu. V praxi se často setkáváme s „předpojatými hodnotiteli“, kteří někdy banální vady hodnotí stejně přísně jako zásadní technologické nedostatky, a to nikoliv z neznalosti, ale například z důvodů určitých negativních zkušeností. Právě proto není vhodné používat klasickou 5bodovou stupnici bez násobení koeficienty významnosti, kde banální vada má stejnou takovou bodovou váhu jako zásadní vada v chuti.

Tabulka č. 3 Vybrané vady pro hodnocení konzistence s bodovými mantinely (max. a min.)

| Konzistence | Bodové mantinely (max. a min.) | | |
|--------------------|--------------------------------|---|---|
| příliš měkká | 4 | 3 | 2 |
| bez knaku/křupnutí | 4 | 3 | – |
| Vůně | Bodové mantinely (max. a min.) | | |
| nakyslá | 4 | – | – |
| kyselá | – | 3 | 2 |

Poznámka: U vady bez knaku/křupnutí nelze výrobek hodnotit méně než 4 a 3 body, u vůně kyselá nelze naopak výrobek hodnotit vyšší hodnotou než 3 body.

Objektivita metody je zvýšena zásadou, podle které platí, že pokud se v daném deskriptoru (např. vůně, konzistence, chuť atd.) vyskytnou dvě a více vad, které sníží bodové hodnocení na stejnou úroveň, odečítá se od tohoto bodového hodnocení jeden bod navíc. Například u dvou vad vůně byl snížen jeden bod, tzn. 4 a 4, pak výsledná známka $4 - 1$ je 3. Pokud by byly zjištěny 3 vady se snížením o 2 body, tzn. na 3 body, bude výsledná známka rovněž snížena o 1 bod, tzn. $3 - 1 = 2$. Tímto je zohledněn pocit zákazníka, který registruje dvě stejně intenzivní vady. Vyvolává to v něm větší opatrnost a jeho pocit je méně pozitivní nežli u vady jediné. Taktéž je zohledněn výskyt dvou a více vad, jež jsou hodnoceny různým počtem bodů (např. 4 a 3). V tomto případě se pro další výpočet použije vždy ta nižší hodnota (tzn. 3 body) – protože u zákazníka vyvolává více negativní emoce a často limituje jeho rozhodnutí o koupi (viz tabulka č. 4).

Tabulka č. 4 Příklad snížení bodového hodnocení za zjištěné vady

| Počet vad | Bodové hodnocení vady | Popis |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 0 | 5 | výrobek nemá žádnou vadu |
| 1 | 4 | výrobek má 1 menší vadu |
| ≥ 2 stejných | $4 \text{ a } 4 = (4 - 1) = 3$ $3 \text{ a } 3 = (3 - 1) = 2$ $3 \text{ a } 3 \text{ a } 3 = (3 - 1) = 2$ | stejně bodové hodnocení se vždy snižuje o jednotku |
| ≥ 2 různých | $4 \text{ a } 3 = 3$ $3 \text{ a } 2 = 2$ $3 \text{ a } 2 \text{ a } 1 = 1$ | pro další výpočet se dále používá nejnižší bodové hodnocení |

Pokud se vyskytne vada nepopsaná v hodnoticím formuláři, je možné ji zaznamenat mezi „ostatní vady“. Taktéž mohou hodnotitelé využít možnosti nesnižovat bodové hodnocení, ale do poznámek zaznamenat postřeh, připomínku, návrh, jež by výrobce upozornil na určité nejasnosti. Často se této možnosti využívá k připomínkám o označení výrobku (nepřesné, necharakteristické atd.).

Celkový počet získaných bodů (max. 50) vydělíme vždy součtem koeficientů (tj. 10) a výsledná hodnota se pohybuje od max. 5 po min. 0. Výrobky, které jsou na současných přehlídkách hodnoceny v jakékoliv vadě méně než 3 body, nemohou obdržet žádné prémiové ocenění, i kdyby ve všech dalších parametrech vyhovovaly bez připomínek. Výrobky, které po výpočtu koeficienty významnosti obdržely 4 a méně bodů, nezískávají žádné ocenění. Výrobky, jež získají prémiové ocenění, se rozdělují do kategorií uvedených v tabulce č. 5.

Tabulka č. 5 Kategorie oceněných výrobků

| Cena DLG | Celkové hodnocení |
|-------------------|-------------------|
| Zlatá cena DLG | 5,00 |
| Stříbrná cena DLG | 4,60–4,99 |
| Bronzová cena DLG | 4,10–4,59 |

V následujícím příkladu bude popsán postup výpočtu při hodnocení. Při prvním setkání s touto metodou má hodnotitel někdy obavu ze složitosti, ale při občasném používání zjistí, že je v podstatě dosti přehledná.

Popis k tabulce č. 6 (na následující straně)

| Zadání | Hodnotíme výrobek Junior, který má vady v tukovém podlití, měkké konzistenci, jež je ke všemu pískovitá. Ve vůni cítíme mírnou kyselost a výrobek obsahuje v díle nevyhovující kouř. |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Zkontrolujeme správný popis výrobku v hodnoticím formuláři a označení výrobku kódem. |
| 2. | Výrobek na vzhledu nejvíe známky nějakých nedostatků. Ani na pohled, ani na pohmat. Hodnocení je tedy 5 a po vynásobení koeficientem významnosti získáme přepočtenou hodnotu 5. |
| 3. | Při nakrojení výrobku však pozorujeme mírné tukové podlití. Za tuto vadu snížíme hodnocení na 4 body a toto zapíšeme do hodnocení. Po vynásobení koeficientem významnosti 3 získáme přepočtenou hodnotu 12. |
| 4. | Při posouzení konzistence jsme zjistili měkkčí konzistenci, jež je ke všemu mírně pískovitá. Po snížení obou vad na 4 body musíme přistoupit ke snížení celkové hodnoty za konzistenci o jednotku = hodnocení bude 3 body. Vynásobením koeficientem významnosti 2 získáme hodnotu 6. |
| 5. | Ve vůni byla shledána mírná kyselost a nevyhovující kouř v díle. Pro hodnocení byla použita nejnižší hodnota = 3, tzn. hodnocení 3 bylo dále násobeno koeficientem významnosti 1, tzn. přepočtená hodnota je 3. |
| 6. | V chuti byla shledána mírná nakyslost, tudíž výrobek byl hodnocen 4 body. Po vynásobení koeficientem významnosti 3 jsme získali přepočtenou hodnotu 12. |
| 7. | Sečtením všech přepočtených hodnot ($5 + 12 + 6 + 3 + 12$) získáme součet 38, jež dělíme hodnotou 10 (součet koeficientů významnosti), abychom získali konečné hodnocení 3,8 bodů. Hodnocení tohoto výrobku je natolik nízké, že neobdrží žádnou medaili. |
| 8. | Při hodnocení byl vyžádán záložní vzorek z důvodu zjištěné nakyslosti. Záložní vzorek byl totožný s prvním vzorkem. |
| 9. | Společný hodnoticím formulář vyplňuje po vzájemné shodě jeden hodnotitel. Na závěr je podepsán hodnotiteli, vedoucím hodnoticích skupin a vědeckým pracovníkem. |

Důvodem, proč byly čtenářům představeny názorné příklady na masných výrobcích, je skutečnost, že tato skupina potravinářských výrobků byla koncem listopadu minulého roku 2012 poprvé hodnocena vyškolenými českými hodnotiteli. Tito hodnotitelé prošli v roce 2011 a 2012 náročným systémem příprav a absolvovali ve Frankfurtu nad Mohanem zkoušky dle systému DLG. Celkem se jednalo o 13 úspěšných absolventů působících v oblasti prvovýroby, školství (univerzity), státní správy, obchodních firem, obchodních řetězců atd. Hodnoceno bylo téměř 200 výrobků zasláných českými producenty a obchodními řetězci.

Tímto příspěvkem představujeme odborníkům a čtenářům systém, jenž není imaginární, ale je již v ČR uveden do praxe. Není jednoduchý, jeho zvládnutí vyžaduje určitý čas a úsilí, ale lze ho považovat za dosti objektivní. Doposud se v praxi setkáváme často s hodnocením potravinářských výrobků u „jednoho stolu“, ke kterému jsou někdy přizvaní i náhodní hodnotitelé, bez systematické přípravy. Hodnocení často probíhá slovně, bez záznamů v hodnoticích závěrečných formulářích, jež by sloužily opět jako podklad k systematickému zlepšování kvality. O tom, že se nejedná pouze o teorii, se můžeme přesvědčit na japonském příkladu. Výrobky zasilané k hodnocení do SRN před 10 lety nelze kvalitativně srovnat s výrobky zasilanými dnes. Firmy využily výsledků hodnocení k systematickému zlepšování a jakost výrobků vzrostla velmi významně. Možná i nám tato metoda a systém hodnocení přispěje ke zvyšování kvality našich výrobků a hodnotitelé budou takto oceněné výrobky považovat za kvalitní.

Kontaktní adresa: jandasek@e-mail.cz

Seznam použité literatury

- DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT e. V. (2009): *Prüferleitlinien und Prüfschemata 2010*. DLG-Verlag Frankfurt am Main, 2. Auflage, p. 141.
- DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT e. V. (2013). Dostupné z: www.dlg.org [cit. 10. 01. 2013]
- FREY, G. (2010): *Gewürze in der Lebensmittelindustrie*. B. Behr's Verlag GmbH & Co. KG Hamburg, 3. Auflage, p. 485.
- HILDEBRANDT, G. (1990): *Inhalt und Bedeutung der DLG-Qualitätsprüfungen*. Die Fleischerei 5, 401–405.
- HILDEBRANDT, G., LOEWE-STANIENDA, B. (2000): *Das Konzept der DLG-Leistungswettbewerbe*. Deutsche Lebensmittel Rundschau 96, 372–384.
- INGR, I., POKORNÝ, J., VALENTOVÁ, H. (1997): *Senzorická analýza potravin*. MZLU v Brně, 1. vydání, 201 s.
- ORTNER, M., WAGNER, F. S. (2006): *Qualitätshandbuch für Fleisch und Fleischerzeugnisse aus bäuerlicher Produktion*. LK Österreich, p. 5.
- POKORNÝ, J., VALENTOVÁ, H., PANOVSÁ, Z. (1999): *Senzorická analýza potravin*. VŠCHT Praha, 1. vydání, 95 s.
- SINELL, H.-J., WEBER, A., HAUPTMANN, S. (1984): *Sensorische Qualitätsmerkmale von Fleischerzeugnissen, Prüfschemata zur Bewertung nach einer 5-Punkte-Skala*. Fleischwirtschaft 64, 29–32.
- ŠEDIVÝ, V. (1998): *Spotřební normy pro masné výrobky*. OSSIS, Tábor, 3. vydání, 320 s.
- THALHAMMER, F. (2002): *Gekonnt produzieren. Allgemeines und Wissenwertes aus der Praxis*. 2. Auflage. Franz Thalhammer (Raps GmbH) & Landesverlag, Linz, p. 406.

minerva
zaostřeno na průmysl



Dáváte také přednost podnikovému informačnímu systému zaměřenému na specifika Vašeho oboru?



Informujte se, jak zefektivnit oblasti Vašeho informačního systému:

- dodavatelské požadavky řetězců, včetně EDI
- řízení a sledování výroby po šaržích
- strategické plánování a rozhodování
- podpora vývoje nových produktů

Potravinářský
a nápojový
průmysl

- Hamé
- Kraft Foods
- Madeta Group
- St. Nicolaus
- United Bakeries

Minerva Česká republika, a.s.: marketing@minerva-is.eu | www.minerva-is.eu

Nové trendy v Jižní Koreji – příležitost i pro české potravináře

MARTIN JÍROVEC,
ANNA PAEK, Kotra



Změny v jihokorejské společnosti otvírají nové segmenty trhu, které skýtají příležitosti pro české exportéry: potravinářské komodity (maso, obilí, cukr atd.), pivo, víno, alkoholické i nealkoholické nápoje, masné a pekárenské výrobky, cukrovinky, instantní směsi a polévky, kuchyňské stroje a potřeby, potravinářské technologie.

V posledních letech se povědomí Čechů o Jižní Koreji značně změnilo. Již se nejedná jen o téma pro pár zasvěcených a nadšenců pro Asii. Mohou za to také dravé a úspěšné značky aut nebo elektroniky z Koreje, které potkáváme doslova na každém kroku. Někdy si ani neuvědomujeme, že jde o korejské výrobky. Jejich kvalita vzrostla natolik, že je už jen málokdo označí za produkty podřadné kategorie.

Podívejme se však na mentalitu a spotřební chování, které jsou důležitými součástmi běžného života. V celé řadě ohledů je zřejmé, že životní styl se za poslední dvě dekády rychle přibližuje Západu, byť existuje řada modifikací a pro Evropana těžko pochopitelných zvyklostí. Průvodním jevem těchto změn je rostoucí zájem Korejců o Evropu, včetně „malých národů“ střední Evropy. Praha a Český Krumlov jsou oblíbenými turistickými destinacemi, Korejci dobře znají české pivo či cibulák, roste jejich zájem o českou kulturu a objevují i netradiční české značky, jako jsou letadla Skyleader.

Atraktivní oblastí se jeví v současnosti potravinářství a zpracovatelský průmysl v nejširším slova smyslu, který by mohl skýtat obchodní příležitosti pro české podnikatele. V článku připomeneme několik nejzajímavějších segmentů.

Území Korejské republiky je jen o něco větší než rozloha ČR, ale s 50 miliony obyvatel jde o relativně zajímavý trh. V současné době představuje Jižní Korea třináctou největší ekonomiku světa, která tvoří dvě procenta světového

HDP. Hrubý domácí produkt na obyvatele v přepočtu činí 31 tisíc amerických dolarů. Uvědomíme-li si, že Jižní Korea po 2. světové válce patřila mezi nejchudší oblasti světa, nesporně jde o úctyhodný úspěch korunovaný dobře fungující demokracií.

Počátky ekonomického rozvoje, díky kterému se dnes Korea řadí mezi země skupiny G20, se datují do období po korejské válce. Říká se, že za úspěchem uplynulých šedesáti let z velké části stojí korejská národní povaha, píle jednotlivců a jejich nasazení pro kolektiv. Za úctyhodně krátký čas Korejci dosáhli obdivuhodné životní úrovně. To bylo možné jen díky nepředstavitelné dřině Jihokorejců v poválečném období, kteří svým potomkům narozeným od 80. let zajistili blahobyt a prvotřídní vzdělání. Nyní nastal čas užít si to, co předchozí generace tvrdě vydřely. Právě tento moment utváří dnešní konzumní návyky mladých lidí, kteří jsou okouzleni západní kulturou a v některých ohledech se ji snaží napodobovat.

Přestože i dnes je hlavní náplní života naprosté většiny Korejců práce a zas jen práce bez volného času pro rodinu, přátele a vlastní aktivity, časy se mění rovněž v Koreji a především mladá generace často odmítá společností nadiktovanou dráhu, spocívající v celoživotní kariéře v některém z čabolů čili mamutích korporací, která byla, je a ještě dlouho bude symbolem záruky zabezpečení pro rodinu.

Pracovní doba „od nevidím do nevidím“, každodenní popíjení s kolegy, návraty pozdě v noci a brzké vstávání, to všechno patří k běžnému firemnímu životu. Korejská kultura a společenský život jsou dosud silně ovlivněny prvky tradičních společností. Jak v zaměstnání, tak v rodině je pro Korejce velmi důležitá hierarchie určovaná věkem, vzděláním, senioritou, osobními vazbami či pohlavím. Pro dnešní Jihokorejce je charakteristická silná soutěživost, ale individualismus je ve společnosti do určité míry omezoval tradičním tlakem na to, aby byl jedinec neustále součástí nějakého kolektivu, vše se má dělat hromadně a ve velkém. Současný blahobyt a hlubší zkušenosti z ciziny však zároveň vedou k rozvoji individuálních časových aktivit, jako je jízda na kole či lyžování, a touze po odlišení se od zbytku společnosti, která se například projevuje v rostoucí oblibě zahraničních automobilů u mladší generace. Součástí tohoto trendu je zvýšená popularita západních stravovacích zvyků a restaurací, které jsou zhruba dvakrát tak drahé jako podniky s domácí kuchyní. Korejci s oblibou konzumují např. pizzu, těstoviny či steaky.

Zcela specifickou oblastí jsou obchody s pečivem, pekárny a kavárny. Pekárenství jako takové zažívá velký boom: tržby v posledních čtyřech letech vzrostly o 78 %.



Tradiční pracovní posezení kolegů



Růst obliby pekařských a cukrářských pokrmů mění stravovací návyky v Koreji.

V průzkumech Korejci dokonce uvádějí, že pečivo začínají považovat za hlavní jídlo, zatímco dříve bylo chápáno jako svačina. Narazit v Koreji 90. let na menší pekařství bylo vzácností, ale v posledních letech není ulice, kde by podobný obchod neexistoval. Vznikly desítky pekárensko-kavárenských řetězců. Lákají na luxusnější interiér a francouzské názvy jako např. Paris Baguette, Tour Le Jours, Paris Croissant atd. Především mezi mladou generací je vyslovené trendy se v těchto podnicích scházet nad kávou a přikusovat croissanty, sladké pečivo, dortíky a jiné speciality: třeba sandwich. Kousek pečiva nezřídka stojí stovku. Převažují výrobky z listového těsta, bílého toustového chleba a dezerty. Někdy se do pečiva přidávají tradiční korejské ingredience jako sladké brambory, sójová pasta nebo zelený čaj.

Současně s trendem kaváren a pekáren objevují Korejci také kouzlo domácího pečení. V sortimentech obchodů s domácími potřebami se začínají objevovat sporáky s troubou, domácí pekárny, remosky, hnětací a šlehačí stroje, ale i další příslušenství jako formičky, plechy nebo kuchyňské nářadí a pomůcky. Populární kurzy televizního vaření jsou plné odborníků na pečení, supermarket nabízejí různé instantní pečicí směsi. Tento segment je však zatím v počátcích a představuje jednu ze slibných oblastí českého vývozu.

Ve spotřebním koši typické korejské domácnosti tvoří největší položku výdaje na jídlo a pití (14 %), následují výdaje za restaurace a ubytování (13 %), vzdělávání (13 %), dopravu (11 %) a bydlení (10 %). Chování jihokorejských spotřebitelů tedy odpovídá západním zvyklostem. Vzhledem ke geografickým a sociodemografickým charakteristikám současné Jižní Koreje (jde zejména o přelidněnost a rostoucí poptávku po luxusním zboží) je podstatná část potravin dovážena ze zahraničí: zejména ze Severní Ameriky, Austrálie a Číny. K posílení dovozů z Evropy přispělo uzavření dohody o Zóně volného obchodu (FTA) mezi Evropskou unií a Korejskou republikou, která platí od července 2011. Dohoda odstranila dovozní cla na drtivou většinu položek vzájemného obchodu. Dovozní cla na produkty z nejcitlivějších oblastí, včetně potravinářství, se postupně snižují až k úplné liberalizaci, které má být dosaženo nejpozději v roce 2020.

Ve spotřebním koši potravin Korejci nejvíce utratí za pečivo a cereálie (16,4 %), dále za maso (15,2 %) a zeleninu (14,5 %). Uvedená data ilustrují jak změnu stravovacích návyků tradičních konzumentů rýže, tak rostoucí poptávku po „luxusu“. Ceny pečiva, dezertů a cereálií jsou totiž v Koreji dosud nesrovnatelně vyšší než v Evropě.

Korea je pouze ze 2 % soběstačná, co se produkce pšenice týče, drtivá většina se musí dovážet. Korejské ministerstvo zemědělství uvádí, že konzumace na osobu je 71,2 kg rýže a 33,4 kg pšenice s tím, že podíl pšenice se neustále zvyšuje. To v souladu s rostoucí oblibou pečiva otevírá prostor pro dovozce nejen obilnin, mouky atd., ale především dalších surovin či instantních směsí pro pečení, které nejsou v Koreji prozatím rozšířené.

Jak bylo řečeno, maso je druhou nejdůležitější dovozní komoditou (15 %). S růstem blahobytu se maso stalo velmi významnou součástí korejské stravy. Grilování a opékání masa přímo na stole je charakteristickým koloritem jihokorejských restaurací. Průměrný Korejec zkonzumuje 19 kg vepřového za rok. Domácí produkce nestačí pokrývat poptávku. Vedle USA, Kanady a Chile vyvážejí vepřové maso do Koreje prakticky všechny evropské země v čele s Německem, Holandskem a Španělskem. Vepřové se dováží i z Polska (za 50 mil. USD ročně) a Maďarska (za 20 mil. USD ročně). Je tedy až zarážející, že vývoz z Česka statistiky nezaznamenávají!

Nejvíce se dováží a konzumuje vepřová krkovička, bok a žebírka, které jsou využívány při přípravě tradičních pokrmů, jako je kalbi nebo pulkogi. Vzhledem k vysoké oblibě piva mají velký potenciál i další produkty masné výroby (uzeniny, párky, klobásky, šunka).

V Koreji se každoročně zkonzumuje více než 3 miliardy litrů alkoholických nápojů. Největší položku tvoří spotřeba piva. Trh dosud ovládají domácí značky: OB a Hite (95 % trhu). Díky rostoucím zahraničním zkušenostem si jihokorejští konzumenti uvědomují relativně nízkou kvalitu levné domácí produkce, na kterou pivovary reagují uváděním chutnějších typů piva. Dovozy piva jsou také kvůli clům podstatně dražší a Korejci je považují za prémiová. Jejich popíjení je spojováno s prestiží. Konzumují se především ležáky (80 %).

V Koreji je proto množství pivních barů, které se specializují na prodej lahvových a plechovkových piv ze zahraničí.



Prague Castle v Soulu – velmi populární budova zmenšené repliky Staroměstské radnice, sídlo Českého info centra. Součástí je i restaurace, bar, knihovna, mikropivovar a kavárna.



Sortiment v pekárenských řetězcích se neustále rozrůstá.

Typickým představitelem je např. řetězec Selpchu segje mäkču bar: mäkču čchango (angl. Self Beer Bar).

Ročně se doveze piva za 62 milionů dolarů. Mezi nejúspěšnější dovozové značky patří Budweiser (USA), Asahi (Japonsko), Heineken (Holandsko), Hoegaarden (Belgie), Miller (USA), Guinness (Irsko), Sapporo (Japonsko), Corona (Mexiko), Carlsberg (Německo), Paulaner (Německo). Česko je na 12. místě v dovozu piva a v současné době lze v Koreji koupit Budějovický Budvar, Pilsner Urquell, Staropramen, Gambrinus, Kozel Premium a Kozel Dark. V roce 2011 činil objem dovozu z ČR 770 tis. dolarů.

Se vzrůstající oblibou chmelového moku a rostoucí obeznaností místních konzumentů se otevřel prostor pro dovoz pivovarnických technologií. České pivovarnictví je proslaveno také v Koreji a aktivní přístup by mohl přinést zajímavé vývozní příležitosti jak v segmentu mikropivovarů a malých pivovarů, tak regionálních (středních) pivovarů. Lze si představit i spolupráci s českými pivovary a sládky, kteří by byli schopni vytvořit novou úspěšnou značku pro dané teritorium, respektující chuťové preference spotřebitelů.

Obliba vína v Jižní Koreji roste od 90. let a dnes jde o třetí největší asijský trh po Číně a Japonsku. V roce 2011 bylo prodáno 337 milionů litrů. Jde o vína dovozová, protože v Jižní Koreji prakticky neexistují vinice a vlastní produkce vína. Korejci tradičně preferují vína červená, jejichž podíl na

trhu se pohybuje okolo 80 % procent. V posledních letech však roste zájem o bílá a šumivá vína. Stejně jako u pečiva se z konzumace vína stala módní záležitost. Největší množství se dováží z Francie, Chile, Itálie, USA nebo Španělska. V současné době v Koreji působí okolo 300 dovozců.

Čestí a moravští vinaři mohou korejskému zákazníkovi nabídnout naši kvalitní produkci. První vlašťovkou byla účast Svazu vinařů ČR na tadjžonském vinařském veletrhu za účasti pěti moravských a českých vystavovatelů (podzim 2012).

V roce 2012 byla uvedena na korejský trh česká minerální voda Mattoni. V místní síti se zatím prodává převážně neochucená (přírodní voda), doplněná o vybrané druhy příchutí (pomaranč, citron, grapefruit, bílé hrozny, jablko). První ohlasy naznačují, že by si v porovnání s konkurencí – domácí voda z ostrova Čedžu, zahraniční Evian, Vittel, Perrier či San Pellegrino – mohla vést úspěšně.

Dobrou příležitostí k prozkoumání korejského potravinářského trhu představuje oborový veletrh SEOUL FOOD, který se letos bude konat 14.–17. května na výstavišti KINTEX v Soulu. Veletrh patří mezi ty nejvýznamnější akce v Asii a je největší svého druhu v Koreji. Loni jej navštívilo na 48 tisíc návštěvníků a představilo se na něm 1 155 vystavovatelů ze 45 zemí světa, ambice pro letošek jsou ještě větší. Cesta do Koreje se dá využít také jako sonda do stravovacích návyků Korejců a k ochutnávce vyhlášené korejské kuchyně. ■

Vývoj ekonomiky potravinářského sektoru v roce 2011

JUDr. Ing. JOSEF MEZERA, CSc.,
Ing. LENKA PLÁŠILOVÁ,

Ústav zemědělské ekonomiky a informací, Praha



Úvod

Počátek roku 2013 představuje období bilancování výsledků roku 2012. Je však účelné se ještě vrátit do roku 2011, který se stal východiskem právě pro rok 2012 a dosud nebyl po všech stránkách zhodnocen, resp. se vycházelo z předběžných údajů.

Podle posledních dostupných makroekonomických údajů ČSÚ za ČR se v roce 2011 meziročně zvýšil hrubý domácí produkt (HDP) v b. c. o 2,2 %, resp. reálně o 1,9 %, a dosáhl 3 841,4 mld. Kč. HDP na 1 obyvatele v b. c. vzrostl o 1,3 % a dosáhl částky 365 961 Kč/obyv. Výdaje na konečnou spotřebu v roce 2011 meziročně reálně klesly (-0,3 %), z toho na spotřebu domácností naopak vzrostly (0,7 %).

Roční míra inflace v roce 2011 činila 1,9 % (průměr), přičemž ceny průmyslových výrobců vzrostly meziročně o 5,6 %. Tempo růstu tržeb v průmyslu meziročně dosáhlo 7,2 %, a v zemědělství dokonce 8,2 %.

V rámci průmyslu si v ČR úspěšně vedl zpracovatelský průmysl, zejména proto, že odbyt nacházela výroba aut, která zdaleka není jen závislá na domácí poptávce. Avšak v rámci zpracovatelského průmyslu se výkonnost v roce 2011 vyvíjela velmi diferencovaně.

Dále se však v této stati budeme věnovat jednomu z klíčových odvětví zpracovatelského průmyslu, a to potravinářskému sektoru. Potravinářský průmysl jako odvětví navazující na zemědělství výrazně ovlivňuje výkonnost a konkurenceschopnost celého potravinového řetězce.

Především je však uvedený sektor orientován na domácí trh. Přitom v podmínkách jednotného trhu a probíhajícího procesu globalizace se střetává s poměrně ostrou konkurencí. Tato stať může přispět k poznání, jak se s tímto prostředím analyzovaný sektor vyrovnává a jakou měl v roce 2011 pozici, jaká byla jeho podnikatelská základna, hospodářské výsledky a finanční situace.

Pozice potravinářského sektoru

Podíl výroby potravin, nápojů a tabákových výrobků na HDP v základních cenách (vypočteno z hrubé přidané hodnoty v b. c.) podle předběžných údajů statistiky národních účtů vzrostl v roce 2011 na 2,48 %, tj. meziročně o 0,03 p. b. a ve s. c. (roku 2005) na 2,68 %, tj. o 0,10 p. b.

Výroba potravinářských výrobků (NACE 10), která je směřována převážně na domácí trh, dosáhla u indikátoru tržeb meziročního růstu o 3,2 %. Určitý útlum tržeb (o 2 %) vykazala Výroba nápojů (NACE 11). Podíl obou hodnocených výrobních (NACE 10 a NACE 11) na zpracovatelském průmyslu, měřeno tímto indikátorem, se v roce 2011 zvýšil na 10,0 % (v roce 2010 tento podíl činil 8,1 %). Z toho podíl NACE 10 činil 7,8 % a NACE 11 pak 2,2 % (viz tabulka T1).

Tržby za NACE 10 a NACE 11 celkem u sledovaného souboru podniků s 0 a více zaměstnanci v roce 2011 dosáhly 345,3 mld. Kč (za NACE 10 bylo vykázáno 283,5 mld. Kč a za NACE 11 pak 61,8 mld. Kč). Růst objemu tržeb za NACE 10 byl umožněn vzestupem cen průmyslových výrobců potravinářských výrobků v průměru o 9,6 %.

T1 – Výroba potravinářských výrobků a výroba nápojů ve ZP (měřeno tržbami v roce 2011)

| NACE | Počet subj. 2010 | Počet subj. 2011 | Tržby v b. c. v mil. Kč | | |
|------------------------|------------------|------------------|-------------------------|----------------|-----------------|
| | | | 2011 | Meziroč. změna | Podíl na ZP (%) |
| Zpracovatelský průmysl | 149 123 | 151 574 | 3 641,2 | 229,5 | 100,00 |
| Výroba potravin | 5 563 | 5 861 | 283,5 | 8,9 | 7,80 |
| Výroba nápojů | 1 178 | 1 129 | 61,8 | -1,2 | 2,20 |

Pramen: ČSÚ (podniky s 0 a více zaměstnanci) a vlastní výpočty

Podnikatelská základna potravinářského sektoru

Podnikatelská základna výrobců potravinářských výrobků patřících do NACE 10 všech velikostních kategorií se v letech 2008–2011 zvýšila o 322 subjektů.

Rozšíření počtu nastalo u malých firem (do 49 zaměstnanců), a to o 377 subjektů. Nárůst byl zaznamenán od roku 2010, což je zejména v kontextu s rozvojem regionálních potravin. U velikostní kategorie středních podniků (od 50 do 249 zaměstnanců) a u velkých podniků (250 a více zaměstnanců) naopak v ekonomicky náročných podmínkách nastal pokles počtu firem.

Z pohledu vlastnictví mírné zvýšení počtu v letech 2008–2011 nastalo u zahraničních firem (o 5 subjektů), kdy vzestup probíhal v letech 2009–2010 a byl vystrýdán zúžením firemní základny těchto firem v roce 2011.

Z hlediska oborové struktury nárůst počtu firem nastal zejména u zpracovatelů masa v letech 2010 a 2011, a to u malých podniků, dále u výrobců pekařských a cukrářských výrobků a také v tomto oboru u malých subjektů. Obdobný vývoj, tj. rozšíření podnikatelské báze, bylo zaznamenáno u výrobců ostatních potravinářských výrobků a výrobců krmných směsí, u obou těchto oborů též u malých firem. Naopak k výraznější redukci podnikatelské báze došlo u zpracovatelů ovoce a zeleniny, a to je v kontextu s nedostatečnou výrobní

bázi u výrobců ovoce a zeleniny a širším prodejem této produkce v čerstvém stavu.

Celkově životaschopnější se v posledních letech projevily malé firmy vlastněné domácími podnikateli, které se prosazovaly většinou jedinečnými potravinami na regionálních trzích, kde byla po těchto potravinách trvalá poptávka a výrobce byl spotřebitelům znám a k produktům i jejich výrobci se vytvořil užší vztah.

Podnikatelská základna výrobců nápojů patřících do NACE 11 všech velikostních kategorií se v letech 2008–2011 rozšířila o 140 subjektů. Zvýšení počtu nastalo u malých firem (do 49 zaměstnanců), a to o 154 subjektů. Nárůst byl zaznamenán od roku 2010, což je obdobný vývoj jako u výrobců v odvětví NACE 10. Určitá expanze se projevila u malých firem (zejména výrobců destilátů, pivovarů a vinařství). Faktory, které pozitivně působily na rozšíření podnikatelské základny u výrobců nápojů, jsou obdobné jako u výrobců potravinářských výrobků.

Údaje o podnikatelské základně odvětví NACE 10 a NACE 11 ve velikostní struktuře jsou za období 2010–2011 uvedeny v tabulce T2.

T2 – Velikostní struktura potravinářských podniků

| Velikost podniků | Počet podniků | | |
|------------------|---------------|-------|-------|
| | 2010 | 2011 | index |
| Malé | 6 201 | 6 586 | 106,2 |
| Střední | 354 | 337 | 95,2 |
| Velké | 70 | 68 | 97,1 |
| Celkem 10+11 | 6 625 | 6 991 | 105,5 |

Pramen: ČSÚ (podnikatelské subjekty s 0 a více zaměstnanci), vlastní výpočty

Údaje o podnikatelské základně odvětví NACE 10 a NACE 11 z pohledu zahraničního a domácího vlastnictví a tvorbou tržeb u těchto forem vlastnictví jsou za období 2010–2011 uvedeny v tabulce T3. Z údajů plyne, že meziroční dynamika tržeb byla u domácích subjektů meziročně vyšší o 1,3 p. b. v porovnání se zahraničními subjekty za obě hodnocená odvětví celkem.

T3 – Struktura tržeb podle vlastnictví

| Forma vlastnictví | Tržby v mil. Kč v b. c. | | |
|-------------------|-------------------------|---------|-------|
| | 2010 | 2011 | index |
| Domácí | 198 590 | 204 087 | 102,8 |
| Zahraniční | 139 040 | 141 195 | 101,5 |
| Celkem 10 + 11 | 337 630 | 345 282 | 102,3 |

Pramen: ČSÚ (podnikatelské subjekty s 0 a více zaměstnanci), vlastní výpočty

Hospodářské výsledky potravinářského sektoru

Datovou bázi pro finanční analýzu představují údaje z resortního výkazu Res/MPO/P3-04 (pro ekonomické subjekty v průmyslu, stavebnictví, obchodě a vybraných službách). Jde o ekonomicky aktivní podniky s 250 a více pracovníky a podniky s významnými aktivy (tj. nad 400 mil. Kč).

V roce 2011 vzhledem k roku 2010 zaznamenal výsledek hospodaření (před zdaněním) u potravinářského sektoru objem 13,4 mld. Kč, což představuje meziroční nárůst o 4,7 %, tj. 0,6 mld. Kč. Na zvýšení jeho úrovně pozitivně působila

Výroba potravinářských výrobků (NACE 10), zatímco Výroba nápojů (NACE 11), zahrnující významnou výrobkovou skupinu (pivovnictví, sladařství, výrobu lihovin atd.), vykázala meziroční snížení. Za NACE 10 vykázaly největší podíl na tvorbě meziročně lepší hodnoty daného ukazatele zejména obory, které jsou součástí obilní vertikály, především výroba krmiv.

V souvislosti s celkovým zvýšením účetní přidané hodnoty a snížením osobních nákladů v roce 2011 u podnikatelských subjektů potravinářského průmyslu došlo také ke zvýšení hrubého operačního přebytku (HOP), tj. rozdílu přidané hodnoty a osobních nákladů, představující část obrátu zůstávající podnikům na tvorbu zisku a pokrytí dalších nákladů (např. finančních). Zvýšení HOP příznivě ovlivnil jeho růst za NACE 10, jenž byl rychlejší než jeho pokles za NACE 11 v návaznosti na meziroční pokles účetní přidané hodnoty u tohoto odvětví. Přičemž meziroční nárůst u uvedeného ukazatele zaznamenala převážná část oborů výroby potravinářských výrobků.

Při snížení počtu zaměstnanců v roce 2011 se také hrubý operační přebytek vztahovaný na zaměstnance zvýšil, kdy dynamičtěji rostl za NACE 10, než klesal za NACE 11.

Při pohledu na meziroční změny efektivnosti sledovaných potravinářských podniků za obě hodnocené výroby založené na vývoji indikátorů využití vloženého kapitálu celkového (ROE) a vlastního (ROA) je patrný jejich protichůdný vývoj. U výroby potravinářských výrobků u sledovaných ukazatelů došlo v roce 2011 k jejich růstu, zatímco výroba nápojů se vyvíjela zcela opačně. Vyšší záporná hodnota ROA u výroby nápojů než kladná u výroby potravinářských výrobků se pak negativně promítla na hodnotě ROA potravinářského sektoru celkem.

Hospodářské výsledky potravinářského sektoru a celkovou úroveň efektivnosti za období 2010–2011 dokumentuje tabulka T4.

T4 – Hospodářské výsledky potravinářského sektoru (v mil. Kč, %)

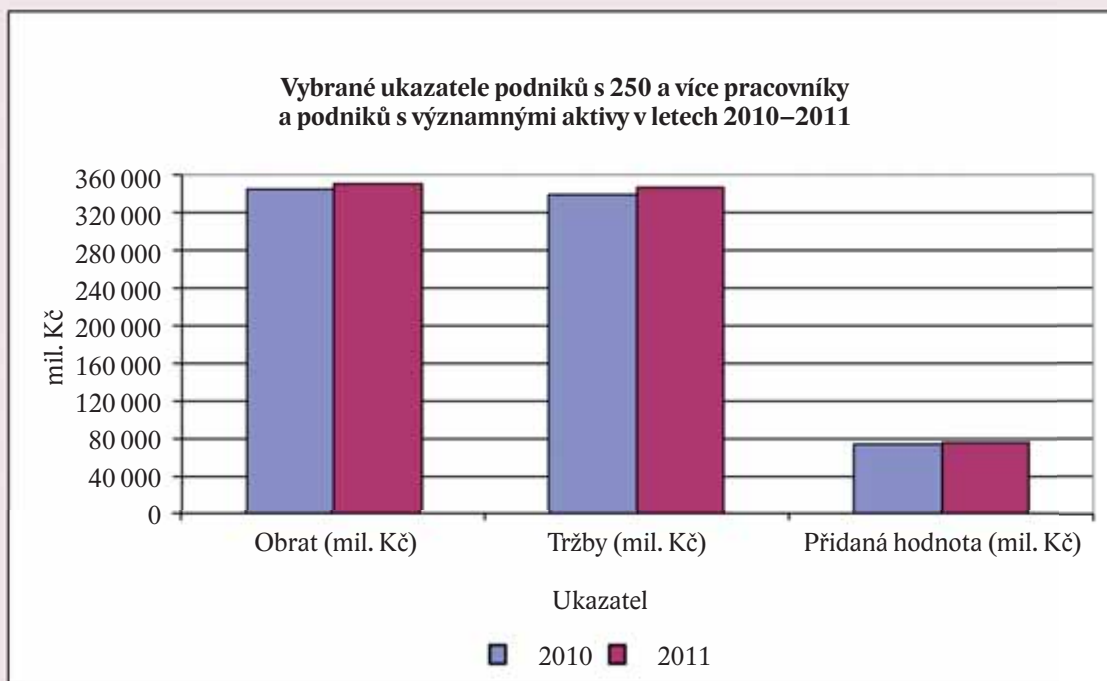
| Ukazatel | 2010 | 2011 | Meziroční index /rozdíl |
|----------------------------------------|--------|--------|-------------------------|
| Hospodářský výsledek před zdaněním | 12 760 | 13 362 | 104,7 |
| Hospodářský výsledek po zdanění | 10 169 | 10 643 | 104,7 |
| Hrubý operační přebytek | 36 307 | 39 000 | 107,4 |
| Hrubý operační přebytek na zaměstnance | 0,342 | 0,378 | 110,5 |
| ROA ¹⁾ | 9,24 | 8,83 | -0,41 |
| ROE ¹⁾ | 13,47 | 14,26 | 0,79 |

1) Meziroční rozdíl

Pramen: ČSÚ, MPO (podnikatelské subjekty s 250 a více zaměstnanci a podniky s významnými aktivy), vlastní výpočty

Za podniky s 250 a více pracovníky a podniky s významnými aktivy indikátory – obrát, tržby, přidaná hodnota a přidaná hodnota na zaměstnance – vzrostly vzhledem k nárůstu u výroby potravinářských výrobků, jež zaujímá větší podíl v tomto souboru podniků u sledovaných ukazatelů než výroba nápojů. Naopak výroba nápojů zaznamenala meziroční pokles posuzovaných hodnot. Detailnější meziroční pohled na vývoj obrátu, tržeb a přidané hodnoty u hodnocených subjektů potravinářského průmyslu názorně ilustruje Graf 1 na další straně.

Graf 1 Obrát, tržby a přidaná hodnota v potravinářském sektoru 2010–2011 (mil. Kč)



Pramen: ČSÚ, MPO (podnikatelské subjekty s 250 a více zaměstnanci a podniky s významnými aktivy), vlastní výpočty

Finanční situace potravinářského sektoru

Rychlost a doba obrátu zásob, což jsou ukazatele, které poskytují informace o efektivnosti hospodaření s aktivy (majetkem, pohledávkami, zásobami apod.), resp. jak dlouho jsou v nich vázány finanční prostředky, se v roce 2011 u potravinářského průmyslu meziročně zhoršily. Tento negativní trend zaznamenaly shodně obě sledované výroby (NACE 10 i NACE 11). Zrychlení, i když jen nepatrné, vykázala pouze doba obrátu finančního majetku a doba obrátu peněz.

Hodnota obrátu aktiv, nejdůležitějšího ukazatele aktivity, celkově poklesla. Zatímco u Výroby potravinářských výrobků (NACE 10) se v posuzovaném období pohybovala nad hodnotou 1,5, tak Výroba nápojů (NACE 11) vykázala hodnotu nižší než 1. Také doba obrátu zásob se za soubor hodnocených potravinářských podniků v roce 2011 vzhledem k roku 2010 u obou výrobních značně prodloužila, a tím i u odvětví celkem. Nejvyšší doby obrátu zaznamenávají obvykle obory navazující na obilní vertikálu, a to výrobci krmiv, jejichž produkty jsou převážně s delší dobou trvanlivosti. Dále se prodloužila doba obrátu pohledávek, což bylo vyvoláno díky NACE 10. Naopak NACE 11 dobu obrátu zkrátila.

V případě klasických ukazatelů likvidity, vyjadřujících vzájemné vztahy mezi položkami aktiv (oběžná aktiva) na straně jedné a položkami pasiv (krátkodobé závazky) na straně druhé, došlo v roce 2011 v porovnání s rokem 2010 ke zhoršení všech tří hodnot. V potravinářském průmyslu celkem se tak odrazily negativní tendence hodnot indikátorů charakterizujících schopnost firmy platit své závazky, a to za obě jeho výroby. S výjimkou likvidity okamžité za NACE 11, jež v tomto období dosáhla zlepšení. Tato výroba vykázala i její vyšší hodnoty, zatímco NACE 10 zaznamenala lepší hodnoty než NACE 11 u likvidity pohotovové a celkové.

T5 – Vývoj indikátorů finanční situace potravinářského sektoru v letech 2010–2011

| Ukazatel | MJ | 2010 | 2011 | Meziroční rozdíl |
|----------------------------------|----------|-------|-------|------------------|
| Obrát aktiv ¹⁾ | | 1,33 | 1,26 | -0,07 |
| Doba obrátu zásob | den | 36,30 | 43,70 | 7,40 |
| Doba obrátu pohledávek | den | 71,10 | 72,10 | 1,00 |
| Doba obrátu finančního majetku | den | 17,90 | 17,40 | -0,50 |
| Doba obrátu peněz | den | 17,90 | 17,40 | -0,50 |
| Likvidita okamžitá ²⁾ | | 0,21 | 0,18 | -0,03 |
| Likvidita pohotová ²⁾ | | 0,96 | 0,93 | -0,03 |
| Likvidita celková ²⁾ | | 1,39 | 1,38 | -0,01 |
| Vlastní kapitál / aktiva | %, p. b. | 51,76 | 50,45 | -1,31 |
| Věřitelské riziko | %, p. b. | 138,7 | 49,5 | -89,20 |
| Zadluženost vlastního kapitálu | %, p. b. | 280,9 | 67,0 | -213,90 |

1) Obecně doporučená hodnota je vyšší než 1, přičemž tato hodnota se u jednotlivých odvětví značně liší. Nejvhodnější je porovnání hodnot dosahovaných nejlepšími podniky odvětví. Hodnota za celé odvětví.

2) Za optimální hodnoty u ukazatele okamžité likvidity je považováno rozpětí 0,2–0,5, u pohotové likvidity pak hodnoty vyšší než 1,5 a u celkové likvidity větší než 2,5.

Pozn.: Čím je kratší doba obrátu, tím lépe (specifické opět dle odvětví).

Pramen: ČSÚ, MPO (podnikatelské subjekty s 250 a více zaměstnanci a podniky s významnými aktivy), vlastní výpočty

Podíl vlastního kapitálu na aktivech, nejpoužívanějšího ukazatele zadluženosti vyjadřujícího, jaká část aktiv je kryta vlastním kapitálem, se v roce 2011 ve srovnání s rokem 2010 za odvětví meziročně zmenšil. Soubor sledovaných subjektů potravinářského sektoru tak reflektoval meziroční vývoj za obě hodnocené výroby (NACE 10 a NACE 11). Přitom z pohledu minimalizace rizika je výhodné mít hodnotu co nejvyšší, zatímco z hlediska ROE naopak co nejnižší. U věřitelského rizika potravinářského sektoru vyjádřeného podílem cizího kapitálu a ostatních pasív – k pasívům celkem, nastal v roce 2011 výrazný pokles. Zadluženost vlastního kapitálu (zachycující bankovní úvěry) hodnoceného sektoru se při výkyvu v roce 2008 významně snížila.

Vývoj indikátorů finanční situace hodnoceného sektoru v letech 2010–2011 je zachycen v tabulce T5.

Závěr

Z makroekonomického pohledu pokračoval rok 2011 v obdobné, tj. vzestupné trajektorii jako rok 2010, a to na rozdíl od roku 2009, pro nějž byla charakteristická krize. Podle dosavadního vývoje v roce 2012 nelze očekávat další zlepšení, zejména u indikátorů typu HDP.

V roce 2011 tržby v odvětví Výroby potravinářských výrobků (NACE 10) za soubor podniků všech velikostních kategorií zaznamenaly meziroční vzestup při cenovém růstu u výrobců potravin, naopak u Výrobců nápojů (NACE 11) nastal pokles. Podíl obou zmíněných odvětví na zpracovatelském průmyslu činil 10 %.

Podnikatelská základna za podniky všech velikostních kategorií obou výše uvedených odvětví se meziročně rozšířila v roce 2011 o 366 subjektů. Růst zaznamenala kategorie malých podniků (do 49 zaměstnanců), a to v kontextu s rozvojem regionálních potravin. Podíl malých a středních podniků (do 249 zaměstnanců) činil v posledně zmíněném roce 99 %, v roce 2010 tento podíl byl mírně nižší a činil 98,9 %, a za celou EU dosáhl v roce 2010 dokonce 99,1 %. Trend ve zvyšování počtu MSP bude v ČR patrně i nadále pokračovat, a to za kategorii malých podniků.

Meziroční zvýšení objemu hospodářského výsledku před i po zdanění u vybrané skupiny podniků finanční analýzy v roce 2011 dokumentuje ekonomické zlepšení u tohoto významného indikátoru s tím, že tato tendence platí pro sektor jako celek. Pozitivní vývoj zaznamenala však jen NACE 10, zatímco NACE 11 poněkud ztráci.

V roce 2011 se také u sledovaného souboru podniků zvýšil hrubý operační přebytek i hrubý operační přebytek vztahovaný na zaměstnance. Opačný meziroční trend vykázal posuzovaný indikátor efektivity ROA (rentabilita celkového kapitálu). K poklesu ROA došlo v důsledku vyšší záporné hodnoty tohoto ukazatele vykázaného za NACE 11. Ukazatel ROE (rentabilita vlastního kapitálu) se mírně meziročně zvýšil.

U ukazatelů aktivity převážil negativní trend. Také u likvidity, která vypovídá o finanční situaci sektoru a jejich výrob, se hodnoty sledovaných ukazatelů meziročně mírně zhoršily. Současně došlo i ke zmenšení podílu vlastního kapitálu na aktivech i výraznému snížení zadluženosti vlastního kapitálu včetně věřitelského rizika, což je naopak pozitivní změna.

Vývoj ekonomických indikátorů v potravinářském sektoru v období roku 2012 však patrně ponese znaky určitého kolísání v průběhu jeho jednotlivých období a zřejmě na rok 2011 v jeho celkové trajektorii přímo nenaváže.

BRENNTAG



Firma Brenntag CR s. r. o.
zastupuje na českém trhu celou řadu významných světových výrobců potravinářských aditiv a ingrediencí a nabízí širokou produktovou paletu z oblasti potravinářských komodit i specialit:

- Aromata GIVAUDAN
- Antioxidanty – askorbát sodný, isoaskorbát sodný
- Přírodní barviva
- Dochucovaadla – glutaman sodný, I+G
- Glukózové sirupy
 - Glukózovo-fruitózoové (izoglukóza) – náhrada cukru (ISOSUGAR®)
 - Glukózové sirupy s obsahem fruktózy do 9 % – F9 (GLUCAMYL®)
 - Škrobové sirupy (GLUCAMYL®)
 - Tekutá dextróza (AMYDEX®)
- Kakaový prášek odtučněný
- Karamel – tekutý, krystalický, aromatický, speciální směsi
- Krystalická glukóza (MERISWEET®) a fruktóza (FRUITOSE®)
- Konzervanty – benzoan sodný, kys. benzeová, kys. sorbová, sorban draselný
- Kyseliny – citronová (monohydrát, anhydrát), vinná, jablečná, mléčná; citran sodný
- Lecithin – práškový i tekutý
 - sojový
 - řepkový
- Lepek – nově také v biokvalitě
 - Organický přírodní lepek
- Maltodextriny (MALTOSWEET®)
- Modifikované kukuřičné škroby – E 1422, E 1442
 - za tepla rozpustné
 - instantní
 - instantní granulované
- Nativní kukuřičný a pšeničný škrob (MERIZET®)
- Oleoreziny a koření
- Příměsi do energetických nápojů – taurin, kofein
- Pufované cereálie
- Sušené glukózové sirupy (MALTOSWEET®)
- Surovátkové a mléčné proteiny
- Surovátky
 - demineralizovaná
 - delaktózoovaná
- Sorbitol
- tekutý
 - práškový
- Speciální mouky tepelně upravené zahušťující za studena (MEREL® – pšeničná, GRASMUS® – kukuřičná)
- Umělá sladidla – acesulfam K, aspartam, cyklamát, sacharinát
- Vitaminy, minerální látky (jednotlivě i ve směsích)
- Vlákny
 - rozpustné (inulín – FRUTAFIT®, Polydextróza STA-LITE®)
 - nerozpustné (pšeničná, hrachová, tomatová, citronová, pomerančová, pohanková, Fava)
- Vonné látky – vanilin, ethylvanilin, sušený kokosový creamer
- Zahušťovaadla a směsi stabilizátorů; želatina, guarová guma, xanthan, karagenany, arabská guma, LBG, pektiny, mikrokrytalická celulóza, CMC celulózoová guma – WALOCEL®, agar, methylcelulóza a hydroxypropylmethylcelulóza – METHOCEL®)
- Emulgátory – mastné kyseliny
 - mastné alkoholy
 - estery mastných kyselin
 - DATEM, Estery mono- a diglyceridů mastných kyselin s kyselinou mono- a diacetylvinnou – E 472e
- Enzymy
- Kvasničné extrakty a reakční aroma (DSM).
- Hydrolyzované rostlinné proteiny (HVP) a reakční aroma (EXTER).

Brenntag CR s. r. o.
Mezi Úvozy 1850, 193 00 Praha 9
Tel.: 283 096 111
Fax.: 281 920 589
E-mail: food@brenntag.cz



Jiří Kopáček na slavném Mysu Dobré naděje

Za sýry do Jižní Afriky

Ing. JIŘÍ KOPÁČEK, CSc.,
Českomoravský svaz mlékárenský

Známý gastronomický odborník a kuchař Jamie Oliver napsal v roce 2010: „Svět sýrů je tak vzrušující a – aniž bych chtěl, aby to znělo domýšlivě – život je příliš krátký na to, aby si ho člověk týden po týdnu otravoval konzumací sýrů z velkovýroby, balených do fólií a nabízených v supermarketech.“ Tak na tento výrok jsem si vzpomněl v letadle z Amsterdamu do Kapského Města právě v momentě, když mi letuška jako dezert po dobrém obědě servírovala originální uleželou „Nord-hollandsee“ Goudu, francouzský Roquefort Papillon a svěží francouzský kozí Crottin de Chavignol. A rázem jsem si v duchu položil otázku: „Jak to asi se sýry bude v Jižní Africe, kam se právě blížím? Vyrábí se tam či jsou tam vůbec v nabídce takovéto lahůdky, nebo se tam v případě sýrů setkám nanejvýš s těmi průmyslovými ‚komoditami‘, které měl Jamie Oliver na mysli?“ Po následujících deseti dnech pobytu v nádherném prostředí Kapského poloostrova jsem se mnohé o afrických sýrech dozvěděl a dnes se s vámi chci právě o tuto moji jihoafrickou zkušenost podělit.

Profil Jihoafrické republiky



Země rozkládající se na ploše více než 1,2 mil. km² na jihu afrického kontinentu s více než 52 miliony obyvatel je také někdy nazývána „zemí duhového národa“ nebo „Celým světem v jedné zemi“. Ano, je tomu skutečně tak, protože i přes skutečnost, že je obyvatelstvo ze 79 % tvořeno černochoy, jsou zde zastoupeny další lidské rasy a národnosti. Běloši se podílí na populaci téměř 10 %, 9% podíl zaujímají míšenci a asi 2,5 % pak Indové. Samozřejmě, že tato skutečnost má dopad na stravovací návyky, a tudíž i na konzumaci sýrů, o kterých si budeme povídat.

Až do roku 1994 byla země charakterizovaná politikou rasové segregace, tedy tzv. apartheidu nejenom černošského, ale zejména míšeného obyvatelstva. Pád apartheidu v roce 1994 zapříčinil výrazné změny ve společnosti. JAR má nyní velmi vysokou míru zločinnosti, jednu z nejvyšších na světě. V současné době se zde naopak projevuje tzv. pozitivní diskriminace, která znamená zvýhodňování černého obyvatelstva a vede k odchodu bělochů ze země. Rasismus v JAR nevyzrá, a mnoho obyvatel vnímá společnost, ve které žijí, na základě rasového rozdělení. Ani dvacet let po zrušení apartheidu není tento „duhový národ“ jednotný. Bílý nacionalismus vystřídalo prosazování pročernošské politiky, kterou vede Africký národní kongres (ANC), a i když důsledkem toho začíná v Jižní Africe vznikat černošská střední třída, korupce ani zvýhodňování „jednoho od druhého“ nevyzrá.

JAR je v rámci afrického kontinentu stabilně jednou z nejvyspělejších zemí s dobře vyvinutým obchodem a službami a je již dlouho industrializovaná. Dnes tato země vytváří přibližně čtvrtinu HDP celého afrického světadílu, kde též drží prvenství ve spotřebě i výrobě elektrické energie. JAR má velmi bohatá naleziště nerostných surovin, ale nemá ropu.

Zemědělská výroba se soustřeďuje na pěstování kukuřice, pšenice, cukrové třtiny a produkci vlny, kuřat, skotu, ovcí, poměrně dobře se rozvíjí také mlékárenství.

Jihoafrické mlékárenství

V celé zemi je dnes přibližně 2600 mléčných farem, které produkují okolo 2,9 miliard litrů syrového kravského mléka. Významná v zemi je ale i produkce mléka koz a ovcí. Počet mléčných farem mírně klesá a vede k postupné koncentraci sektoru. V oblasti Kapska jsem měl možnost navštívit dvě mléčné farmy, které z pohledu velikosti a systému práce patřily mezi farmy s nejvyšší světovou úrovní. Na farmě ve Fair Cape, patřící pěti bratřím Loubserovým (farma byla založena v roce 1875), chovali 3500 ks hovězího dobytka, z toho 1400 dojených krav holštýnského plemene. Systém chovu byl založen na poloextenzivním způsobu hospodaření, při kterém se dojnice celoročně pasou a dvakrát denně jsou zaváděny do špičkové moderní karuselové dojírny DeLaval (64 stání), která za hodinu podojí asi 380 krav. Systém chovu, inseminace, welfare atd. splňoval nejpřísnější požadavky současné moderní prvovýroby mléka. Průměrná denní dojivost na farmě představovala 41 litrů, některé dojnice „rekordmanky“ poskytovaly nyní 79 litrů mléka denně.

Prvovýroba mléka v Jižní Africe má ale velmi různorodou povahu, vzhledem ke klimatickým rozdílům v různých oblastech, k rozdílům ve velikosti výrobních jednotek, režimech krmení, chovaných plemen, způsobům dojení, a především vzhledem ke stupni sofistikovanosti řídicích a technických procesů.

Z celkového objemu vyrobeného mléka se 95 % zpracovává průmyslově. Někteří prvovýrobci provozují sami svoje (mini)mlékárny a takovýchto podniků je dnes v Jižní Africe 131. Jednou z nich je i mlékárna zmíněných bratří



Stádo dojnic Jersey z mléčné farmy Melkhout v oblasti Overberg v Západním Kapsku

Loubserových, která patří naopak k větším a je specializována na výrobu jogurtů a dalších zakysaných výrobků a mléčných dezertů. Kromě toho je v zemi dalších 169 zpracovatelských kapacit, které vykupují mléko od zemědělců a zpracovávají ho na široký sortiment mléčných výrobků.

Mezi největší zpracovatele patří globální společnosti Clover (www.clover.co.za), Parmalat (www.parmalat.co.za), Woodlands (www.woodlands.co.za), Dairybelle (www.dairybelle.co.za) a Nestle (www.nestle.co.za).

V roce 2011 bylo v Jižní Africe vyrobeno 1564 mil. litrů konzumních mlék, 324 tis. tun zakysaných výrobků, 12 tis. tun másla, 82 tis. tun sýrů a 34 tis. tun sušených mlék.

Téměř šedesát let bylo jihoafrické mlékárenství předmětem celé řady vládních opatření a regulace, dnešním charakteristickým znakem je však jeho úplná deregulace, kdy vláda již nikterak nezasahuje do objemu produkce, cenové politiky, ale nezajímá se ani o podporu vývozu, nebo naopak o regulaci dovozu. Pro podnikání jsou to tedy podmínky poměrně tvrdé.

V rámci mlékárenského sektoru dnes fungují zejména „Milk Producer's Organization“ (MPO), tedy organizace prvovýrobce mléka fungující na dobrovolné bázi, dále pak stejně dobrovolná organizace zpracovatelů „South African Milk Processors Organization“ (SAMPRO). Oba tyto svazy spolu vytvořily významnou instituci „Milk SA“. Dalším důležitým orgánem je ještě „Dairy Standard Agency“ (DSA), jež je nezávislou expertní organizací zabývající se podporou dodržování právních norem v oblasti mlékárenství.

Výroba a spotřeba sýrů v Jižní Africe

Jak již bylo uvedeno, sýrů se v současnosti vyrábí v zemi okolo 82 tis. tun a zpracovává se k tomu asi 800 milionů litrů mléka. Hlavním segmentem je čedar (31 %) a gouda (20 %), jejichž výrobu sem vlastně „dovezli“ bílí kolonizátoři již před asi 300 lety. Novými a stále se rozvíjejícími druhy pak jsou „mozzarella“, bílé sýry typu „feta“ a čerstvé krémové sýry, které tak naplňují současné světové spotřebitelské trendy. Někteří výrobci ale přicházejí stále více i s výrobou specialit, s výrobou sýrů speciálních chutí a také s výrobou sýrů italského či francouzského typu, které je odlišují od jinak běžné nabídky průmyslových sýrů na trhu.

Podle adresáře jihoafrického zpracovatelského průmyslu jsem napočítal, že se výrobou sýrů v Jižní Africe v současnosti zabývá 87 výrobců. Samozřejmě ale hlavní výroba spočívá na pouhých 12 hlavních průmyslových hráčích, kteří disponují moderně vybavenými sýrařskými provozy a vyrábějí 65 % celkové národní produkce. Největší sýrárny (např. společnosti Clover či Parmalat) dokáží vyrábět až 65 tun sýra za den, ale bohužel ve velmi uniformní kvalitě, jiné „sýrárny“ naopak zvládnou vyrobit jenom pouhých 25 kg sýrů denně.

Sýry se dosud vyráběly po celé zemi, v poslední době je však patrný trend k pozvolné koncentraci sýrařen a posunu výroby z vnitrozemí především do pobřežních regionů Západního a Východního Kapska v důsledku příznivějších klimatických podmínek pro produkci mléka a také z důvodu dostupnosti vody. Nejvýznamnější oblasti sýrařství je nyní Západní Kapsko (Western Cape), kde se produkuje více než 50 % jihoafrických sýrů.

Spotřeba sýrů na obyvatele poměrně rychle roste a dosahuje hodnoty 1,9 kg za rok, přičemž v roce 1995 to nebyl ani 1 kg. Míra meziročního růstu spotřeby sýrů je okolo 3 %, a je tedy rychlejší než současný světový průměr (1,8 %). Příčinou toho je změna životního stylu a tím i stravovacích návyků Jihoafričanů. Spotřebitelé sice zatím upřednostňují tradiční



V samoobslužných regálech se sýry převládají v jihoafrických supermarketech porcované čedary a goudy v různých gramážích a tučnostech.

„mladé“ (méně prozralé) průmyslové sýry (84 % populace konzumuje čedar a goudu), ale oblíbené jsou také tavené sýry. Do roku 2000 byl poměr mezi čedarem a goudou ve spotřebě 52 : 48, ale mnohostranné použití čedaru vedlo ke změně uvedeného poměru na dnešních 62 : 38. S vytvářením „střední třídy“ se totiž stravuje stále více spotřebitelů mimo domov a zamilovalo si různé „fast foody“ využívající právě čedar a pizzerie zpracovávající mozzarellu. V tom druhém případě se odhaduje, že za měsíc se v jihoafrických pizzeriích spotřebuje nejméně 1 tis. tun mozzarely, tedy nejméně 12 tis. tun ročně.

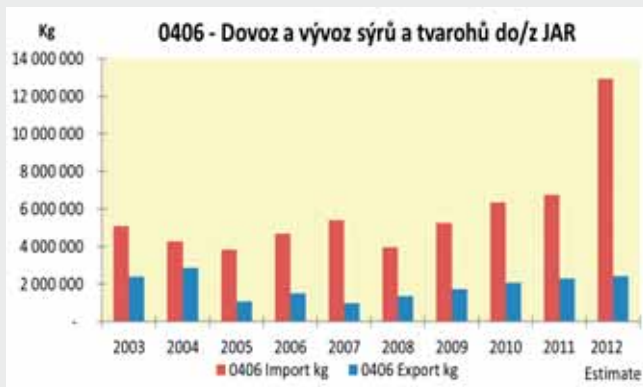
Stejně jako v západních zemích se populárními stávají různé televizní seriály o vaření a kulinářské školy, které podněcují a motivují rovněž k vyšší spotřebě sýrů. Sýr se tak stává stále ve větší míře samozřejmou součástí jihoafrického jídelníčku.

Jak již bylo zmíněno, někteří konzumenti očekávají a požadují i zcela nové, vzrušující chutě u sýrů, jejich prozralější varianty, uleželé sýry a skutečné sýrové speciality. To vede jednak k tomu, že zejména menší výrobci jejich výrobu zařazují do svých výrobních programů, ale také k tomu, že se rovněž zvyšuje jejich dovoz. Ten nyní představuje přibližně 13 tis. tun, přičemž se jedná zejména o sýry evropské provenience.

Je však potřeba poznamenat, že s ohledem na úplnou deregulaci mléčného trhu patří sýry v Jižní Africe spíše mezi dražší mléčné potraviny, a ty dovozové jsou pak obzvláště velmi drahé a mohou si je dovolit pouze majetnější spotřebitelé.



Sýrové pulty jsou v Jižní Africe spíše výjimkou, ale v lepších marketech jsou plně srovnatelné se západním světem.



Převážný objem prodeje sýrů se odehrává v supermarketech, které jich zobchodují okolo 75–85 %. Nejvýznamnějším segmentem jsou hlavně rychloobrátková balení polotvrdých méně prozrálých sýrů, v „luxusnějších“ supermarketech moderních obchodních center jsem narazil i na oddělené regály a pulty se zajímavými sýrovými specialitami a výrobky z dovozu. Při krátkodobém pozorování obrátkovosti prodeje v tomto segmentu jsem zaznamenal velmi nízkou četnost nákupů, což mi potvrdily v několika případech i velmi krátké zbývající doby spotřeby vyznačené na spotřebitelských baleních.

Návštěva sýrárny v Mooivallei

K návštěvě sýrárny jsem se z Kapského Města vypravil asi 200 km do vnitrozemí. Uprostřed hornaté krajiny Overberg plné pastvin s dojnícemi jsem zavítal do městečka Mooivallei ve stejnojmenném údolí. Už z názvu města a údolí je patrné, že prvními osídlenci byli kdysi Holanďané, protože „Mooivallei“ v holandštině doslova znamená „Krásné údolí“. A zdejší příroda skutečně nádherná byla.

Zde jsem si měl možnost prohlédnout středně velkou rodinnou sýrárnu „Mooivallei Suiwel“, specializující se na výrobu čedaru (v blocích) a goudy (v tradičních bochnících). Sýrárnu před 11 lety založila rodina Du Plessis společně s jedenácti místními farmáři a objem výroby postupně vzrostl z 10 tisíc litrů zpracovávaného mléka denně na současných cca 45 tisíc litrů. Výkonný ředitel sýrárny pan Hendrik du Plessis nám detailně představil tradiční výrobní technologii obou typů sýrů s celou řadou mechanizačních a automatizačních prvků. O to více mě pak tudíž překvapila úsměvná „lidská automatizace“ při zakládání a vyskladňování sýrů ve zrácích sklepích.

Sýry z této sýrárny se úspěšně prodávají ve velkých centrech v Kapském Městě, Johannesburgu a v Durbanu a měl jsem možnost posoudit, že jejich kvalita byla



Technologie výroby goudy v Mooivallei není sice velkokapacitní, v parametrech kvality sýrů si však nezádá s evropskou úrovní.

mimořádně vysoká. Pro běžný prodej dozrávají goudy pouhých 6 týdnů a čedaru 5 týdnů, já jsem mohl posoudit ale půlroční sýry, které odpovídaly těm nejvyšším standardům.



Zakládání a vyskladňování sýrů v zrácích sklepích bylo svěrázné a spíše mechanizované „na lidský pohon“.

Jižní Afrika a tradiční sýry

Samozřejmě, že jsem se v Jižní Africe zajímal také o to, zda má tato země nějakou originální specialitu, se kterou se jinde ve světě nesetkám. Osobně jsem na takové výrobky nenarazil a ani zdejší sýraři mi v tomto směru neposkytli uspokojivou odpověď. Odpověď jsem tedy hledal v encyklopediích a na internetu, a přece jenom jsem něco objevil:

Sýrárna Indezi River Cheese Company vyrábí původní sýr s označením **Kwaito**. Jedná se o středně tučný sýr z pasterovaného kravského mléka vyráběný v pěti různých příchutích: zelený pepř, černý pepř, uzený sýr, paprikový mix



Rodinná sýrárna Mooivallei Suiwel byla založena v roce 2000.



Sýry Kwaito jsou prý původním jihoafrickým výrobkem.

a bylinky. Označení *Kwaito* pochází z afrického jazyka kmene *Isicamtho* a v překladu znamená „úžasný“. Tímto označením je ale také nazýván jeden africký žánr populární hudby. Že by tedy tyto sýry ve své chuti doslova zpívaly?

Dalším osobitým sýrem je africký kozí měkký sýr *Bokmakiri*, případně sýry *Beast* a *Mqundu*, o kterých jsem toho v encyklopediích ale mnoho neobjevil.

Budoucnost jihoafrického sýrařství

Jak jsem již naznačil, sýry na jihu Afriky budou stále populárnější a vyhledávanou potravinou a jejich spotřeba poroste. Tento trend je předurčen westernizací zdejší společnosti. O popularizaci sýrů se stará rovněž „Jihoafrický

south african
cheese
AGRI-EXPO festival



Plakátová upoutávka na Jihoafrický festival sýrů

festival sýrů“ (South African Cheese Festival), který se koná každoročně u příležitosti veletrhu Agri-Expo koncem zdejšího léta (tedy v polovině dubna) v městě Sandringham, kde také probíhá velmi silně medializovaná národní přehlídka a soutěž sýrů (www.cheesefestival.co.za). Při této příležitosti jsou rovněž udělovány „Ceny kvality“ (The quality awards) nejlepším jihoafrickým sýrům, které splnily nejpřísnější světové parametry. Prestižní ocenění může získat pouze omezený počet výrobců. Logo této ceny kvality pak mohou nést na obalech vítězné produkty po celý následující rok a samozřejmě jsou oceněné výrobky náležitě popularizovány v tisku a ve veřejných médiích.

Sýrařský průmysl Jižní Afriky je mladým odvětvím, které má však před sebou další velmi slibnou perspektivu. ■



Netradičně servírovaný čedar v sýrárně Mooivallei Suiwel



Z našeho sýrového dezertu na závěrečné večeři IDF summitu by měl jistě radost i Jamie Oliver.



představuje

koncentrovanou šťávu,
která **obsahuje pouze přírodní cukr**,
neobsahuje **žádné konzervanty**,
barviva ani **éčka**.

Je ideální pro zdravý vývoj
vašich dětí.



Telefon: +420 416 782 721

Fax: +420 416 782 730

www.severofrukt.cz

Toulky MVDr. Zdeňka Galíčka po černém kontinentě

ZAMBIE – 1. ČÁST

MVDr. ZDENĚK GALÍČEK



Jak jsem k tomu přišel a jak jsem tam „došel“

Kdybych nebyl typ jakéhosi „dobrodruha“ či v lepším případě cestovatele vábeného neznámem, nebyl bych už v letech 1971–1973 pracoval a žil s celou svou rodinou v Etiopii. Právě ta touha po poznání neznáma mne přiměla k přijetí nabídky, abych v rámci zahraniční expertizy jel pracovat do Afriky k firmě Bishoftu Farms v etiopském hlavním městě Addis Abebě.

A tak, když se objevila podobná nabídka s příchutí exotiky Afriky, která mně byla předaná prostřednictvím Polytechny PZO Praha od společnosti Kingstones tentokrát ve státě Zambie, a to na jaře roku 1979, ani jsem zas tak dlouho nemusel přemýšlet. S myšlenkou opětovného návratu do Afriky jsem po tom, co jsem se vrátil z Etiopie, stále žil a návrat do Afriky jako by byl pro mne předurčen. Času na rozmyšlenou mi dali málo, vlastně jsem ho ani nepotreboval.

Ale – co jsem dosud o Zambii věděl? Dohromady nic. V tom mi však výborně posloužila Ostravská knihovna s publikacemi staršími i současnými. Dověděl jsem se veliké zajímavosti: mnohdy si myslíme, že když nic nevíme, že ani nic nebylo. Chyba lávky. Jen v této Zambii nalézá archeologie doklady života již před dvěma miliony let, a tak není divu, že věda neví, kam umístit „původní lidský ráj“, zda do Přední Asie či do Afriky.

Co však bylo mnohem důležitější, bylo řešení rodinné situace. Jsem přece ženatý, respektuji a ctím manželku a mám s ní dvě dcery – Zdeňku a Evu. Zdeňka sice již má svou rodinu, ale mladší Eva dokončuje povinnou školní docházku a rozhoduje se, jak dál. To je právě období, kdy se aktivně uplatňuje celá rodina. Museli jsme proto hledat řešení, které by překonalo jednotlivé potíže a postupně vyhovovalo všem. (Po časově delším odloučení jsme se opět všichni shledali a rodinu tvoříme dodnes.)

Vyřizování všech potřebných formalit proběhlo v požadovaném čase a můj dosavadní zaměstnavatel, Masný průmysl Ostrava, souhlasil, protože uznával vyšší zájem společnosti. Polytechna – Podnik zahraničního obchodu mohl

odsouhlasit pracovní smlouvu s mým budoucím zaměstnavatelem King Farm Products LTD Zambia-Lusaka, kterou jsem následně podepsal. Zdravotní vyšetření a očkování proti cholere či žluté zimnici jsou nezbytným předpokladem k vydání zdravotního průkazu, který Zambie vyžadovala.

A tak 29. dubna 1979 jsem již měl v ruce letenku a pracovní povolení od zambijského ministerstva vnitra a na letišti v Praze-Ruzyni čekal na letadlo. Dokazuje to, že vše lidsky i administrativně potřebné může proběhnout v několika málo třebe jen předjárních měsících roku 1979. Po přestupu v Londýně do letadla společnosti Zambia Airways jsem následnou noc prožil ve vzduchu. Africkou pevninu jsem rozespálý zahlédl až kolem šesté hodiny ranní a po jedenáctihodinovém letu jsem v hlavním městě Lusace podruhé vstoupil na africkou půdu. Byl jsem klidný, protože jsem za sebou již měl etiopské zkušenosti a má znalost angličtiny mi dodávala více jistoty. V letištní hale mne očekával obchodní rada čs. zastupitelského úřadu v Lusace p. Vladimír Hoffbauer.

Od něj jsem obdržel základní informace o tom, co se ode mne zde očekává, a dočasně mne ubytoval v rezidenci obchodního zastupitelství Československého velvyslanectví.

Začíná má druhá mise na „černém kontinentě“.

Země sluncem zalitá, to je Zambie

Co je sníh a zima, věděl jsem od mala. A že se rok dělí na čtyři roční období, to také. Navíc jsem si myslel, že tak je tomu všude. Omyl. To je jen naše středoevropská zkušenost, to jsou jen ty první školní poznatky. Ale pro život to nestačí.

Také jsem se v zeměpise učil, že v Africe je nějaká Severní a Jižní Rhodesie. Není to sice tak dávno, ale to už neplatí. Z Jižní Rhodesie je od roku 1980 stát Zimbabwe a britská kolonie Severní Rhodesie se roku 1964 přeměnila v samostatnou republiku Zambie. Suchozemský stát bez přístupu k moři. To je snad jedna z mála věcí, kde máme něco společného. Jinak jen samý rozdíl:

- Zatímco tam se lidé v noci dívají na Jižní kříž, my máme Severku. Dělí nás rovník.
- Zatímco u nás známe zmiňovaná čtyři roční období, jim stačí jen tři: období dešťů (v našich zimních měsících, kdy pod rovníkem bývá léto). V době našeho jara a začátku léta deště ustávají a je chladněji (zatímco u nás si libujeme), aby pak následovaly dva či tři měsíce sucha a horka.
- V přírodě si tam volně pobíhají opice, kudu, žirafy, lvi, sloni, levharti, hroši či nosorožci, my se na ně jezdíme s dětmi podívat jen do zoologických zahrad.
- Zatímco základem naší potravy je vepřové, hovězí a drůbeží maso s přílohami, u nich základ tvoří kukuřice a maso je opatrnou přílohou.
- I když se Zambie nachází v tropickém pásmu, přece jen před jeho extrémy je chráněna tím, že většina území je rozložena na zvlněné náhorní plošině 900 až 1500 m n. m. V okolí velkých řek a jezer je mnoho rozlehlých bažin.
- Zatímco naše dávné mýtické počátky si vykresluje dle Jiráskova návodu Starých pověstí českých, naše znalosti o Zambii jsou nesmazatelně spojeny se jménem Davida Livingstona, skotského misionáře, lékaře a cestovatele, který jako první Evropan objevil a také podle anglické královny pojmenoval Viktoriiny vodopády. O dvacet roků později mnoho pro poznání tohoto území udělal český cestovatel Emil Holub, který v Africe přežil řadu útoků lvů i domorodců, aby nakonec podlehl zimnici. Průvodci ho našli již mrtvého, jak klečí u svého lůžka, jakoby se modlil.

My, zimomřiví středoevropané, si však po příchodu do Zambie všimneme především, že je tam mnohem více slunce,

slunce zářivého a oblohy po půl roku téměř bezmračné. Až to skoro přestává bavit. Uvádí se, že Zambie má za rok 2800 slunečních hodin. U nás je to o 1000 hodin méně, to je pouhých 64 % jejich nebeského přídělů. Proto právem můžeme Zambii nazvat Zemí zalitou sluncem.

Můj první den v Lusace – na Prvního máje

Nevím, jakou hrou osudu vyšlo, že hned první den po mém příletu na expertizní činnost v Africe se v hlavním městě Zambie – Lusace – slavil První máj. Především ještě v Praze či Londýně, včera ve vzduchu a dnes je zrovna 1. května a po světě – ať již bílém či černém – probíhají oslavy Svátku práce. Měl jsem velkou výhodu, že jsem nebyl vázán žádnými společenskými povinnostmi, ba naopak, spíše těch několik málo lidí kolem mne mělo se mnou soucit, protože jsem měl za sebou tak dlouhou cestu.

Na únavu jsem téměř nechtě zapomněl, protože mne to táhlo vidět, jak se pro změnu v jižní Africe oslavuje tento svátek, nakolik se to liší od našich poměrů, jak se chovají černoši, jaká je organizace i účast atd.

Musím konstatovat, že Zambijci rádi slaví. Cokoliv. Mají to v krvi, jsou společenští. A to je dobře. Tento optimismus jim pomáhá překonávat mnohé překážky, které jim prostředí klade do cesty. Pěkné počasí na Prvního máje si zde nemusejí předem podplácet či objednávat, to je ve zdejších polohách již tradiční samozřejmostí. Slunce září na modré obloze „na plné pecky“, nikde ani mráček, protože období dešťů již skončilo, a proto: lidé, radujte se. A oni se radují. Přicházejí před hlavní tribunu ze všech závodů z oblasti Lusaky a každý se chce svým způsobem odlišně prezentovat.

Na tribuně všechny v četném doprovodu vítá sám prezident Dr. Kenneth Kaunda a živě zdraví mnohobarevný průvod nejen z továren, ale i ze škol, sportovních klubů, vojenských oddílů, zdravotnických či ženských organizací, lidí prostých i inteligence. Působilo to na mne velice spontánně, jak se lidé bavili, zpívali, vykřikovali či tančili nebo předváděli.

Protože jsem pracovník masného průmyslu, byl jsem zvědavý, zda v průvodu uvidím nějakou prezentaci i tohoto odvětví. Dočkal jsem se. A byl jsem překvapen. A to nejen



Lusaka – Cairo Road



Jedna z nejvyšších budov v Lusace – Indeco House

sám, spolu se mnou i mnozí jiní, mezi nimi i sám prezident Kaunda, jak jsem mohl vyčíst na dálku z jeho tváře či pohybů, i když přímo zde slovně nereagoval. To, co předváděli pracovníci z městských jatek v Lusace, ukazovalo sice náznorně namáhavost i složitost jejich práce, ale přece jen! Na plném slunci a ve zvířeném prachu předvádět, jak se poráží, vykruvuje a vykoluje, pak následně porcuje mladý býček, jak po stranách alegorického vozu stéká jeho krev či vnitřní tekutiny a další po tom šlapou..., to nejenže je hygienicky diskutabilní, ale také nemusí být každému příjemné. I když tvrdá africká letora leccos snese. Dozvěděl jsem se později, že manažer jatek za to nesklidil žádnou slávu, ba právě naopak. Vzpomínám, jak přísně hygienicky a bez jakýchkoliv svědků jsem při své pozdější návštěvě Izraele nemohl být ani jako pracovník tohoto odvětví přítomen porážce na jatkách. Ale ani zde v Lusace jsem v následujících letech již neviděl podobné názorné ukázky pro publikum.

Veřejným předváděním porážky dobytka očividně nebyl nadšen ani prezident Dr. Kaunda, syn vůbec první zambijské učitelky, sám vychovatel a vzor ušlechtilých mravů. Byl to muž mírumilovný, s velkou úctou k člověku a na znamení míru a pokoje měl při vystupování na veřejnosti v ruce vždy bílý šátek.

Napřed zbuduj a potom ukaž, co umíš

Ne, ne. Nepřišel jsem do Afriky k hotovému. „Jsme sice zvědaví, co umíš, a chceme se obohatit tvým kumštem, ale – aby ses nemohl vymlouvat, že ti něco ‚nepasuje‘, udělej si všechno sám.“

Tak bych mohl rozumět úkolu, před který jsem byl postaven hned po Prvním máji. Nebyl jsem přivítán v žádné vybavené kanceláři moderního masného provozu, nýbrž „na zelené louce“ v Industry Area nedaleko centra Lusaky. Plocha patřila mému zaměstnavateli Oliveru Irwinovi, spolujaviteli



Budova masného závodu King Farm Products LTD

firmy King Farm Products LTD, a po mně se žádalo zajištění a vybudování masné výroby s denní produkcí cca 5000 kg masných výrobků dle českých zvyklostí. Bylo to uvnitř relativně dobře vybavené průmyslové zóny s přívodem vody, elektrické energie a s fungující kanalizací. Jako bonus mi bylo přiděleno osobní auto a mohl jsem se přestěhovat do vybaveného třípokojevého rodinného domku s kuchyní i koupelnou. Byt byl v Lusace, ale asi 8 km od centra města v blízkosti golfového hřiště, a – jak jsem brzy zjistil – nebyla to zrovna bezpečná lokalita. Často se stávala cílem zlodějských gangů. Proto jsem tu ani dlouho nepobyl a našel si v rezidentní městské části Kabulonga bezpečnější bydlení v domku s menším obytným prostorem, zato však s velkou zahradou a bazénem, se sousedem – rodinkou Ing. Petra Skály, který pracoval na obchodním oddělení Československého zastupitelského úřadu. Tady jsem také v červenci přivítal manželku i s dcerou Evou, která za mnou přijela jen na prázdniny.

Hned po převzetí úkolu jsem připravil několik alternativních možných řešení budoucího závodu, také technologickou návaznost v uspořádání a projednal to s vedením, které pak realizaci předalo zkušené místní stavební firmě, která zajistila projekci a za mojí součinnosti pak následně další potřebné záležitosti k zahájení stavby.

Pracovalo se usilovně denně od 7 do 17 hodin, včetně soboty. Hrubá stavba ležela na podkladové desce a práce s hlubokými základy odpadla. Zdivo a příční stěny vyrůstaly velmi rychle a zastřešení bylo budováno s kovovou konstrukcí. Dobře se mi spolupracovalo se stavbyvedoucím Mr. Chibwe, který měl pochopení pro určité změny. Zvláštní pozornost jsem musel věnovat postavení komínu pro varné vany a udírny. S komíny zde nemají mnoho zkušeností, těch je zde málo, protože v městech lidé používají většinou elektrické spotřebiče a na venkově se jídlo připravuje na ohništi před tukuly či domky. A já jsem navíc pro varné vany s vybudovaným ohništěm a udírny požadoval komín vyšší, který by měl dostatečný tah!

Zatímco stavbaři prováděli dokončovací práce, včetně chladíren, já jsem již sestavoval a také konzultoval telefonicky s firmou Watter LTD GB. London potřebné technologické strojní vybavení pro zpracování masa a výrobu masných výrobků. Na tom hodně záleželo v souvislosti se zdárným a účelným použitím. Také jsem koncem srpna 1979 odletěl do Londýna k převzetí zařízení. Dámský doprovod mi dělala dcera Eva, která se vracela domů, aby mohla začátkem školního roku nastoupit na studia. Dobře, že jsem přejímku strojů dělal osobně, protože zrovna na kutru jsem objevil rýhu na otáčivé míse, kterou museli ihned vyměnit. Za tři týdny již bylo vše v Lusace a započala instalace tohoto technologického

zařízení, včetně udírenských boxů, varných van a pracovních stolů, které na objednávku zhotovila Československá afilace PRAGO LTD.

Nadešel čas nábory a výběru potřebných pracovních sil. Přednost měli mladí muži do 25 let. Potřeboval jsem jich pro začátek patnáct – s dokončenou Primary Cours (základní školou) a se základními hygienickými poznatky. Lusaka měla v této době kolem 800 000 obyvatel, nezaměstnanost byla značná, přesto vybrat a vyškolit první nové pracovníky vůbec nebylo snadné. Z původního výběru se jedna třetina pracovníků pro práci v uzenářské dílně a ani pro vykostování a přípravu masa nehodila. Aby stav pracovníků mohl být stabilní, bylo nutno tento potřebný stav několikrát doplňovat. Ale povedlo se.

A tak se podařilo na africkém kontinentě od května do konce října, tj. za půl roku, vybudovat a technologicky vybavit nový závod na zpracování masa a výrobu masných výrobků.

28. říjen 1979 – „Král (stavař) je mrtev, ať žije král (výrobce)“

Samo to datum 28. října je jakési magické. Ani nevím, jak se mi dostalo té cti připojit se k řadě vyznavačů této skutečnosti. Tento den jsem totiž mohl zapomenout na „své stavařské“ umění, protože masný závod byl dokončen a mohl jsem se vrátit ke své vlastní profesi – zodpovědnosti zpracovatele masa a uzenáře.

Mohl jsem i bez velkých oslavných fanfár zahájit pravidelný denní provoz. Byla to víceméně interní záležitost pod záštitou vedení společnosti, žádná manifestační reklama. Největší radost jsem z toho pochopitelně měl já, že se podařilo v tak krátkém čase celý masný závod na zelené louce zbudovat a zprovoznit.

Pro první den se dovezlo z městských jatek 50 vykuchaných nepůlených a vychlazených vepříků (na háku i s hlavou o průměrné váze cca 65 kg), jak dosud bylo zdejší zvykem. Půlení jsem zavedl až později na jatkách v dalším novém masném závodě Kyindu Meat Factory. Převážili jsme, zkontrolovali veterinární a hygienické osvědčení (ověření) – vykostili a vytríděné maso zpracovali. Dalo se očekávat, že mladí začátečníci budou „opravovávat“ kromě masa vepřového i to svoje. Lékárnička byla velmi brzy prázdná, musel jsem ji rychle doplňovat, ale naštěstí řezné rány nebyly příliš hluboké.

Prvním naším zákazníkem byl belgický velvyslanec v Lusace, který si hned objednal mimo jiný sortiment uzenářských výrobků také celou pražskou šunku na kosti.



Uzenářská dílna masného závodu King Farm Products LTD



Reprezentativní prodejna King Farm Products LTD v Lusace

Sortiment výrobků byl sestaven podle požadavků obchodů, které byly ve spoluvlastnictví majitelů našeho masného závodu. Postupně jsme přidávali výrobky podle českých zvyklostí, jako např. Moravské klobásy, špekáčky, párky, salám šunkový či turistický, dušená šunka, anglická slanina, debrecínská pečeně a uzená krkovička bez kosti. Museli jsme přece šířit slávu i chutě naší vlasti. Ale vnucovat jsme to opravdu nemuseli! Mezitím jsme dokončovali vlastní reprezentativní prodejnu masa i výrobků, a to přímo v masném závodě. Vše, včetně chladicích pultů v prodejně, bylo na evropské úrovni. Protože rostly požadavky na výrobky balené, musel jsem rychle zajistit z Jižní Afriky nářezové stroje, balicí materiál a vakuové balíčky.

Protože odbyt utěšeně rostl, po třech měsících nezbyvalo než doplnit stav pracovníků o dalších deset, dle předem stanoveného výběru. Naši reprezentativní prodejnu si oblíbili především Evropané – zaměstnanci nejrůznějších zastupitelských úřadů a jejich rodiny v hlavním městě. O špekáčky měli například velký zájem zaměstnanci a rodinní příslušníci z velvyslanectví SSSR. Ti měli s nimi dobré zkušenosti z opékání již v Moskvě, kde se české špekáčky již delší dobu prodávaly. Za první rok od zahájení byla nejvyšší prodejnost u párků hotdog a u bar-be-que clobas, vyráběných podle receptury Moravských klobás. Bez tepelné úpravy se prodávaly Americké párky nebo párky k opékání. Salám Junior jsme prodávali pod názvem French Polonny a u tohoto výrobku jsem musel důsledně dbát, aby byl v nářezu co nejvíce rudě červený a měl stálou barvu, a proto bylo nutno používat potravinářské barvivo. Ta barva totiž zvyšovala prodejnost, a to hlavně u samotných Zambijců. Červená, ta byla favoritem.

Zájem byl také o výsekové maso, především o maso hovězí. Je to pochopitelné, když uvážíme, že v tu dobu bylo v Zambii 1,1 milionu kusů skotu. Po hovězím byl největší zájem o maso drůbeží a maso skopové. Teprve pak přicházelo na řadu vepřové, které nakupovali především Evropané. Vepřiny byly jen na několika farmách, a to v držení italských majitelů. Významné místo ve spotřebě obyvatelstva měly i ryby. Ty se lovily ve velkých řekách a přírodních nádržích, ale především pocházely z jezer, jako je Tanganika, Mweru či Bangweulu. Expertizní činnost v oboru rybnářství zde vykonávali také, a to postupně, experti z Československa.

Hovězí maso se v prodejnách prodávalo bez nám tak známé výsekové úpravy – krk a žebro v nařezaném stavu pod názvem Mix-cut, hrudí pod názvem Brisket, vysoký roštěnec a plec, to vše s kostí v nařezaném stavu v úhledných kusech o váze cca 300–400 g. Zadní maso se prodávalo jako maso bez kosti na steak s tím, že kupující si zadní hovězí maso kupovali dle názvu jednotlivých svalů. Hovězí roštěnec s kostí



Prodejna uzenářských výrobků King Farm Products v oddělení supermarketu Kabulonga – Lusaka

a neoddělenou svíčkovou se v upraveném stavu nařezával (porcoval) o váze jednotlivých kusů cca 250–300 g a prodával pod názvem T- BONE STEAK. Hovězí kolena se prodávala výhradně s kostí nařezaná na plátky 2–3 cm široké, pod názvem OSSO BUCCO. Velmi žádané byly dršťky a také maso z hovězích hlav, naopak hovězí srdce bylo neprodejné. U místního obyvatelstva setrvává pověra, že v srdci zůstává duch zvířete, který se může zjevovat, a být tak příčinou neklidného spánku. Pokud v prodeji bylo vepřové maso, tak všechny části byly upravené s kostí a ponecháním kůže na povrchu masa. Také zde byl zaveden prodej selat – opékání selat se zde na různých slavnostech těšilo velké oblibě.

Pozn.: 4. část seriálu Toulky MVDr. Zdeňka Galíčka po černém kontinentě
Pokračování v dalším čísle.




BONECO a.s., česká společnost zabývající se výrobou majonéz a tatarských omáček pod značkou Majolka®, hořčic, lahůdkových salátů a pomazánek pod značkou Boneco®.



Dlouholetá TRADICE

TRADITION MAJONEZA
Výrobeno v České republice



Vyhodnocení soutěže Mladý cukrář/ka

„Já už to znám, umím“

**V HLUŠICÍCH SE SEŠLO REKORDNÍCH
379 ŽÁKŮ ZÁKLADNÍCH ŠKOL**

Mgr. VLADIMÍR BLAŽEJ, ředitel školy
Střední škola technická a řemeslná, Nový Bydžov

Sedmý ročník soutěže „Já už to znám, umím...“ účasti žáků výrazně překonal předchozí rekord – v Hlušicích se sešlo 379 žáků základních škol. Po dvou prvenstvích putuje do základních škol Nová Paka, Husitská, a do Hořic, Na Habru.

Druhý pátek v měsíci prosinci 2012 byl již tradičně termínem soutěže odborných dovedností pro žáky 8. a 9. tříd základních škol, kterou pod názvem „Já už to znám, umím...“ pořádá Střední škola technická a řemeslná Nový Bydžov ve spolupráci se Střední školou gastronomie a služeb Nová Paka a Střední školou zahradnickou Kopidlno, vklad do pořadatelství dala podobně jako vloni i Základní škola Hlušice, která soutěži poskytla své velmi dobře vybavené školní dílny.

Původně bylo před 7. prosincem 2012 ve výukovém centru Hlušice registrováno 433 přihlášených žáků, nakonec „hranice snů“ 400 žáků nepadla. Už třetí rok po sobě se soutěže zúčastnilo celkem 25 základních škol, pořadatelé uvítali opět reprezentanty všech tří hořických škol, nejvzdálenějšími školami byly ZŠ Mostek a ZŠ Podhartá a ZŠ Schulzovy sady ze Dvora Králové. V Hlušicích byl nakonec k vidění dosavadní nominální rekord účastníků v počtu 379 žáků, počet oproti roku 2011 se zvýšil o plných 71 startujících. Kapacita hlušického areálu už praskala ve švech.

V 11 soutěžních disciplínách, oproti roku 2011 přibyla soutěž Mladý řidič-Mladá řidička a Mladý rybář-Mladá rybářka, se v Hlušicích bojovalo celé soutěžní dopoledne a od 12,30 ve zdejší sportovní hale proběhlo vyhlášení výsledků, které skončilo podle harmonogramu ve 13,15. Na startu bylo

v letošním roce prezentováno přihlášených 58 mladých auto-mechaniků (vítěz Matěj Šíma ze ZŠ Na Daliborce, Hořice, před Jiřím Noskem ze ZŠ Libčany a Radkem Adamem ze ZŠ Podhartá, Dvůr Králové), v poli startujících byla i dívka Margarete Taberné ze ZŠ Hořice, Komenského. Ceny dostala nejlepší desítka startovního pole.

Představilo se celkem 37 mladých opravářů zemědělských strojů (vyhrál Jindřich Bartko ze ZŠ Sobotka před Davidem Klabanem ze ZŠ Libáň a Janem Sedláčkem ze ZŠ Smidary), zajímavostí bylo, že vítěz skončil vloni na třetím místě a reprezentant ZŠ Sobotka vyhrál tuto kategorii vloni i letos. Osm nejlepších opravářů dostalo pěkné ceny věnované partnery soutěže. Novou kategorií byla soutěž mladých řidičů se 45 účastníky (vítěz Petr Ptáček ze ZŠ Hořice, Na Habru, druhý Lukáš Koláček ZŠ Nechanice a třetí Pavel Remsa ze ZŠ Smidary), soutěžící si mimo jiné vyzkoušeli nové trenažery autoškoly Střední školy technické a řemeslné a nejlepší kvinteto obdrželo ocenění. Ve sportovní hale výukového centra Hlušice se představilo 67 mladých kuchařů (vítězka Michaela Plísková ze ZŠ Hořice, Na Habru, před Karolínou Rybářovou ze ZŠ Nechanice a Patrikem Tomášek ze ZŠ Libčany), oceněno bylo celkem 8 nejlepších v pořadí. ZŠ Hořice, Na Habru, obhájila loňské prvenství, které pro školu v roce 2011 získal Vilém Vaňura. Rekordních 87 mladých cukrářů naplnilo



Vyhodnocení nejúspěšnější školy



Soutěž „Nejdelší slupka“ – Mladý kuchař/ka

doslova do posledního metru školní jídelnu hlušického centra (vítězka Gabriela Radoňová ze ZŠ Dymokury před Barborou Musilovou ze ZŠ Podhart, Dvůr Králové, a Annou Hamplovou ze ZŠ Hlušice), celkem bylo vyhlášeno 9 nejlepších, mezi oceněné dívky letos nepronikl žádný chlapec. Standardní počet 25 mladých zahradníků se sešel na startu této soutěže (vítězka Hana Víchová ze ZŠ Libčany, druhý skončil Petr Prajs ze ZŠ Vysoké Veselí a třetí Andrea Plecháčová ze ZŠ Všeštery), ocenění byli čtyři nejlepší v pořadí. Školní závod Střední školy technické a řemeslné SAMO HS Suchá letos hostil klání 7 mladých řezníků (vítěz Filip Malý ze ZŠ Husitská, Nová Paka, před Janou Gotzovou ze ZŠ Sobotka a Richardem Gocevem ze ZŠ Hořice, Na Daliborce). Potřetí v historii soutěže bojovalo 19 mladých truhlářů v dílnách ZŠ Hlušice (vítěz Denis Dytrych ze ZŠ Nová Paka, Husitská, před Lukášem Kopištěm ze ZŠ Libčany a Janem Krausem ze ZŠ Libčany). Základní škola Libčany také obsadila tři místa v první čtyřce. Soutěž Mladý elektrikář se letos odehrávala v dílnách Střední školy technické a řemeslné v Novém Bydžově, celkem bylo na startu 13 startujících (vyhrál Lukáš Sobotka ze ZŠ Libáň, druhý byl Tomáš Stejskal ze ZŠ Všeštery a třetí Lukáš Košťák ze ZŠ Libáň). Oceněno bylo celkem pět nejlepších i díky partnerovi společnosti JIMI Hradec Králové. Zcela novou soutěží byl Mladý rybář se 16 účastníky (stylově vyhrál Jakub Blumenthal ze ZŠ Chlumeck n. Cidlinou, druhý byl Josef Falta ze ZŠ Nechanice a třetí Daniel Hájek ze ZŠ Hlušice). Vítězkou soutěže Mladá krejčí se stala obhájkyně loňského titulu Pavla Žižková ze ZŠ Klicperova, Nový Bydžov.

Cenu Nejvzdálenější základní škola získala Základní škola Mostek. Nejúspěšnějšími základními školami se podle výsledků své reprezentace staly ZŠ Libčany, ZŠ Nechanice a ZŠ Hořice, Na Habru. Nejvíce účastníků přijelo ze Základní školy Chlumeck n. Cidlinou. Partneři soutěže se



Práce v dílenském areálu Hlušice



Vyhodnocení výsledků

staly společnosti SAMO HS Suchá, Jablotron Jablonec n. N., Seco-group Jičín, Farmet Česká Skalice, Obec Hlušice, Škoda Auto Mladá Boleslav, Terop Smiřice, JŠS Kolín, DESPA OK Chlumeck n. Cidlinou, JIMI Hradec Králové, MSP automatic Nový Bydžov, Agroslužby Hradec Králové, Agro Slatiny, AUTO Štangel a řada dalších.

Celá akce se odehrála za finanční pomoci grantu Královéhradeckého kraje. Královéhradecký kraj a odbor školství Královéhradeckého kraje zastupovala členka Rady Královéhradeckého kraje Mgr. Táňa Šormová, vedoucí odboru školství Královéhradeckého kraje JUDr. Radmila Šulcová a vedoucí oddělení středních škol odboru školství Mgr. Miloš Kosina. S přítomnými řediteli a výchovnými poradci základních škol se podělil o názor Úřadu práce v Hradci Králové jeho ředitel Mgr. Martin Horák. Mezi přítomné ředitele ZŠ a výchovné poradce zavítali i zástupci společnosti z podnikatelské sféry v čele s personálním ředitelem společnosti SECO GROUP Jičín Bc. Bořkem Kučerou, personální ředitelkou Masokombinátu Kaufland Modletice Ivou Tišlovou, jednatelem společnosti SAMO HS Janem Hrnčířem, mimochodem absolventem zdejší školy, a zástupci společnosti BAXANT. V rámci soutěže proběhly i první hodiny projektu Dům mladého technika pro 47 přihlášených žáků ZŠ, který realizuje Střední škola technická a řemeslná Nový Bydžov. Ceny všem nejlepším předávali ředitelé SŠTR Nový Bydžov, SŠGS Nová Paka a SZaŠ Kopidlno Mgr. Vladimír Blažej, Mgr. Milan Pospíšil a Ing. Lenka Nosková, dále zástupci praktického vyučování všech tří pořádajících škol Iva Tišlová a Jan Hrnčíř za partneři akce.

Celé klání proběhlo letos opět hladce bez časových i jiných zádrhelů a potvrdilo, že se stalo již tradiční náplní zájemců o odborné vzdělávání z řad žáků ZŠ a místem příjemného setkání zástupců středních a základních škol, jejichž zřizovatelů a podnikatelské sféry. ■



Mladý opravář zemědělských strojů



Foto: Kancelář prezidenta republiky

Prof. Ing. Gabriela Basařová, DrSc. – významná vědecká a pedagogická osobnost v oboru pivovarství

„Na pivovarství je krásné, že je to obor, který se neustále vyvíjí, navíc má lidský rozměr a výsledek naší činnosti přináší lidem radost.“

Gabriela Basařová

Když profesorka Gabriela Basařová na Pražském hradě převzala 28. října 2012 z rukou prezidenta České republiky státní vyznamenání, medaili Za zásluhy o stát v oblasti vědy, výchovy a školství, měli z toho radost nejen rodinní příslušníci, ale také všichni, kteří dnes v pivovarském a sladařském sektoru u nás pracují. Přidali se k nim i mnozí odborníci ze zahraničí. Ale vezměme to popořádku a podívejme se, co tomuto slavnostnímu aktu předcházelo.

Cesta k nedávnému ocenění a respektu odborných kruhů nebyla pro Gabrielu Basařovou nijak jednoduchá. Narodila se v Plzni do učitelské rodiny, která v té době žila v pohraniční

oblasti. Rod z otcovy strany pocházel z Chodska a jedna z praprababiček se jmenovala Sladká. Byla ze slavného Újezdu, který proslavil Jan Sladký, zvaný Kozina. Její otec byl učitelem matematiky a fyziky, maminka působila jako učitelka v mateřské škole. Otec, velký příznivce Sokola, vedl ve Stodě místní organizaci hnutí. Právě to se mu však stalo do značné míry osudným. Když v roce 1939 při probíhání okupace zazdíval prapor a některé další materiály o stodském Sokole do zdi v sokolovně, nemohl tušit, že je jeho život v ohrožení. Místní Sudetští Němci ho zatklí a předali nacistické armádě. Po návratu z výslechů na plzeňském gestapu měl trvale podlomené zdraví.

Mezitím rodina po zabrání Sudet ze Stodu uprchla do Plzně. „Jediné hračky, které jsme si s bratrem při dramatickém útěku z tehdejšího domova odnesli, byli dva cínoví vojáčky a panenka,“ vzpomíná Gabriela Basařová. Celou válku rodina strávila v malém bytě s prarodiči v dnes těžko představitelných podmínkách a strachu, zda si pro otce opět nepřijdou. Po válce, když rodina získala samostatný byt, si Gabriela Basařová pamatuje, že si na cukrových koláčcích, které její maminka, vynikající kuchařka, pekla, někdy pochutnávali také dva mladíci ze sousedství. Přípravovali se totiž na daleké cesty. Nebyl to nikdo jiný než Jiří Hanzelka a Miroslav Zikmund.

Gabriela po válce mohla začít studovat na střední škole. Byla vynikající studentka a jejími nejoblíbenějšími předměty byly matematika a chemie. Tato záliba ji přivedla k brigádám v laboratořích. Pracovala ve vodárně, v lihovaru a v Marile Rokycany, v té době šlo o vyhlášenou konzervárnu. Nejvíce ji ovlivnila brigáda v plzeňském pivovaru. „Rozhodující vliv na moje rozhodování, co jít studovat po maturitě, bylo prostředí pivovaru. Nejen fakt, že výroba piva je z chemického hlediska velmi složitý a zajímavý proces, ale i pro samotné



Gabriela na snímku pro maturitní tablo Foto: osobní archiv

velmi málo a v odborných profesích v té době snad ani jedna. Ovšem já si prosadila svou a dodnes ničeho nelituji. Právě naopak," dodává s úsměvem profesorka Basařová.

Během studií na Vysoké škole chemicko-technologické patřila nejen k nejlepším studentům, ale její další velkou láskou byl sport, k němuž ji dovedl především tatínek. Od mládí hrála tenis a volejbal a její vysoká postava ji předurčila k aktivitě na poli atletiky, kde se její disciplínou stal hod oštěpem. Brzy ovšem zvítězila košíková. Stala se členkou širšího reprezentačního juniorského týmu. Tam se seznámila a sprátelila s Olgou Fikotovou, která naopak začínala u basketbalu. Nakonec však přešla k atletice, konkrétně k hodu diskem, a v roce 1956 vyhrála olympijské hry v australském Melbourne. „Právě s ní a dalšími členkami týmu juniorské reprezentace jsme nejen trénovali, ale jak bylo v těch časech nutností a zvyklostí, také museli jezdit na brigády, abychom se příliš nevzdálili, jak se říkávalo, od pracujícího lidu," říká Gabriela Basařová. „Pamatuji se, jak nás při jedné z brigád na východním Slovensku poslali s Olgou do Košic koupit si modré svazácké košile, abychom se nelišily od ostatních. Zkrátka byla jiná doba," dodává s úsměvem. Není bez zajímavosti, že basketbalu, který hrávala na VŠCHT, zůstala věrná až do svých padesátin.

Na Vysoké škole chemicko-technologické v Praze si vybrala specializaci kvasná chemie a technologie. Po absolutoriu nastoupila do tehdejších Plzeňských pivovarů, n. p.,



Na brigádě na Slovensku. O. Fikotová v popředí vpravo, za ní G. Basařová. Muži vesměs členové národního družstva košíkové Foto: osobní archiv

prostředí v pivovaru. Když jsem viděla, jak se odbornost pivovarských snoubí s dodržováním obyčejů a dnes až neuvěřitelnými profesně-lidskými vztahy, bylo rozhodnuto," objasňuje laureátka. „Pivovarství je obor, který je zajímavý a krásný. Chtěla bych v něm pracovat celý život," vzpomíná na období rozhodování o své životní dráze Gabriela Basařová. „Nemyslete si, že rodiče byli nadšení. Bratr studoval medicínu a pivovarské prostředí nebylo chápáno jako příliš prestižní prostředí. Žen tam tehdy pracovalo



Promoce vědecké hodnosti kandidátky věd v Karolinu v roce 1965 Foto: osobní archiv

kde pracovala v letech 1957–1967. Vedla laboratoře i technologickou skupinu a založila výzkumné centrum, které se zabývalo možnostmi modernizace technologického postupu výroby světoznámého piva Prazdroj, a to bez vlivu na jeho specifické a charakteristické vlastnosti. Vybavena bohatými praktickými zkušenostmi v roce 1967 odchází Gabriela Basařová do Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského v Praze, kde založila a vedla biochemické oddělení; v letech 1978 až 1982 byla ředitelkou tohoto ústavu. V rámci spolupráce s výzkumnými centry především v zemích východní Evropy, se kterými bylo v komunistickém režimu možné rozvíjet kontakty, řešila a koordinovala četné státní a mezinárodní projekty. Během zajišťování technologické pomoci spolupracovala s českými, slovenskými, jugoslávskými, bulharskými a dalšími pivovary.

V roce 1981 se navíc stala externí vedoucí Ústavu kvasné chemie a bioinženýrství VŠCHT v Praze, kam v roce 1982 přešla do stálého pracovního poměru, a tento ústav vedla následujících 25 let až do roku 1997. Na své alma mater přednášela prof. Basařová předměty Sladařství, Pivovarství, Vinařství, Moderní biotechnologie a bioekologie a vedla desítky diplomových prací i prací doktorských v rámci postgraduálního vysokoškolského studia. Postupně získala všechny vědecké a pedagogické tituly, které se v České republice udělují (Ing. 1957, CSc. 1965, DrSc. 1980, docent–profesor 1981).

Ústav kvasné chemie a bioinženýrství VŠCHT, dříve Ústav kvasné chemie a technologie a v současnosti přejmenovaný na Ústav biotechnologie, je jediným historickým pracovištěm pro výchovu vysokoškolských odborníků a postgraduátů (Ph.D.) pro pivovarský obor v České republice (výuka vysokoškolských pivovarských odborníků byla zahájena na pražské technice již v roce 1818).

Absolventi Ústavu kvasné chemie a technologie působili již od 19. století nejen v domácích sladovnách a pivovarech, ale i v různých zemích na světě. V současnosti čeští absolventi prof. Basařové zastávají vedoucí funkce i místa technologů a věnují se práci v laboratořích ve sladovnách a pivovarech České republiky. Ovšem působí také v zahraničí na vysokých školách, např. v USA, v afilacích nadnárodních pivovarských společností a v navazujících oborech v zahraničních firmách, např. ve Švýcarsku, Jihoafrické republice, Belgii apod. Její zahraniční studenti pracují ve výzkumných pivovarských ústavech, sladovnách a pivovarech svých mateřských zemí, např. v Německu, Polsku, Maďarsku, Bulharsku, Rumunsku, Rusku, Estonsku, Lotyšsku, Mongolsku, Koreji, Vietnamu, Laosu, Peru, na Kubě a jinde. Když prof. Basařová hodnotí své na zkušenosti a úspěchy bohaté více než padesátileté působení v pivovarském oboru, vždy tvrdí: „Za svůj největší životní úspěch považuji to, že jsem se jako žena proboxovala do patriarchátu Plzeňského Prazdroje, kde v době mého nástupu – stejně jako v ostatních pivovarech – pracovaly ženy jen jako uklízečky, pomocné síly v provozu či písáčky.“

Ve vědecké a výzkumné práci se prof. Basařová zabývala vlastnostmi surovin a jejich vlivem na kvalitu piva, inovacemi technologických procesů a analytických metod pro potřeby sladařství a pivovarství, studiem metabolismu pivovarských kvasinek a významem vlastností kmenů kvasinek pro charakteristické vlastnosti jednotlivých druhů piva, výzkumem komponent staré chuti piva a technologickými variantami jejich redukce. Nejvíce jejích vědeckých a výzkumných prací bylo věnováno studiu tvorby nebiologických, tzv. koloidních, zákalů piva a metodám oddálení jejich tvorby během skládování. Na tyto práce navazovalo zavádění optimálních technologických stabilizačních postupů v praxi za účelem zvýšení fyzikálně chemické stability (koloidní stability) piva.

Stejně bohatá je i pedagogická činnost prof. Basařové. Vedle vedení katedry na VŠCHT byla dlouhá léta předsedkyní komise pro státní zkoušky a obhajoby diplomových prací v oboru kvasná chemie a bioinženýrství, předsedkyní komisi pro obhajoby kandidátských (CSc.) a následně disertačních prací (Ph.D.). Vedla komisi při Ministerstvu školství pro obhajoby a jmenování doktorů technických věd v oboru kvasná chemie a technologie (DrSc.) a stala se též místopředsedkyní komise pro obhajoby doktorátů technických věd (DrSc.) v oboru chemie a technologie požívatin. V obdobných orgánech působila také na Slovensku.

K dalším jejím činnostem patří dlouholetá působnost ve vědeckých radách Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského, Potravinářského výzkumného ústavu, Vysoké školy chemicko-technologické a Fakulty potravinářské a biochemické technologie VŠCHT. Dále se podílela na činnosti redakční rady odborného časopisu Kvasný průmysl a dozorčí rady n. p. Budvar v Českých Budějovicích; dále pracovala v ústředních orgánech Československé vědecké společnosti, České akademie zemědělské a v Československé chemické a mikrobiologické společnosti. Byla členkou



Foto: osobní archiv

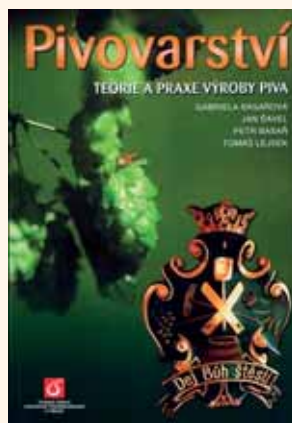


Foto: PORT/jv

komise pro výchovu odborníků v Evropské biotechnologické konvenci (Working Party of Education EBC) a působila rovněž v komisi pro jmenování profesorem na Technické univerzitě v Berlíně.

Obraz profesorky Basařové by nebyl úplný, kdybychom nezmínili její obsáhlou publikační a expertizní činnost. Prozatím počet jejích odborných a vědeckých článků, přednášek, posterů, výzkumných a expertizních zpráv, patentů, skript, knižních odborných publikací

a prací z historie našeho pivovarství určených široké veřejnosti a propagaci českého piva v zahraničí dosáhl úctyhodné výše: 538 položek. Nepochybně se toto číslo bude nadále zvyšovat. Z dlouhého seznamu jmenujme např. autorčinu knihu *Analysenmethoden für die Brau- und Malzindustrie*, která vyšla v roce 1988 v Německu, či pojednání o historii a současnosti výuky pivovarství v ČR z roku 2001 (*Geschichte und Gegenwart der Ausbildung von Hochschul- und Fachschulspezialisten des Brauwesens auf dem Gebiet der heutigen Tschechischen Republik*). O působení prof. K. N. Ballinga na pražské technice se zajímala v knize z roku 2005 (*Carl Joseph Napoleon Balling, Professor an der Technischen Hochschule in Prag 1805–1868*). Oba tituly byly vydány v Německu tamní Společností pro historii pivovarství. Dále byly publikovány výsledky výzkumu z oblasti stabilizace piva např. v časopisu *Food Microstructure* v USA, německém časopisu *Brauwissenschaft* či v srbském časopisu *Pivovarství*. V praxi se stále využívá třídílná kniha *Pivovarsko-sladařská analytika* z let 1992 a 1993 nebo velmi ceněná knižní publikace *České pivo*, pojednávající o historii českého sladařství a pivovarství, jejíž dvě vydání zpracovala společně s Ing. Ivo Hlaváčkem, CSc., a třetí vydání z roku 2012 se svým synem a synem Ing. Ivo Hlaváčka, CSc. Byla vedoucí autorského kolektivu, který v roce 2011 vydal obsáhlou (863 stran) technologii *Pivovarství*. Vydavatelství Vysoké školy chemicko-technologické v Praze obdrželo za tuto publikaci od Českého svazu pivovarů a sladoven Výroční cenu F. O. Poupěte za mimořádný společenský přínos k rozvoji českého pivovarství a sladařství v roce 2010.

Uvedené příklady jsou jasným důkazem, že autorka neomezila svou publikační činnost pouze na Českou a Slovenskou republiku. Významné jsou její práce přeložené do němčiny, angličtiny, srbštiny, ruštiny a dalších jazyků a publikované v odborných časopisech příslušných států. Mnoho technologicky orientovaných příspěvků bylo předneseno na mezinárodních sympoziích v České republice a různých evropských zemích, ale také např. v Japonsku či na Kubě. Profesorka Basařová ovlivnila nejen vědecké myšlení a praxi sladařství a pivovarství u nás i v zahraničí, ale význačně přispěla rovněž ke světové propagaci významu českého pivovarského oboru a fenoménu české pivo.

Před rokem 1989 nebylo českým pivovarníkům povoleno stát se členy Evropské pivovarské konvence, směli se tedy kongresů EBC zúčastňovat jen jako hosté. Prof. Basařová vzpomíná, že přesto mohla být na věhlas českého sladařství a pivovarství včetně kvality domácích surovin (sladu a chmele) právem hrdá. Nejvíce ji potěšilo, když českou kvalitu uznávaly přední evropské osobnosti pivovarského oboru a předsednictva EBC. Vyznamenávali české účastníky



Gabriela Basařová s prof. Narzissem na kongresu EBC v Maastrichtu v roce 1997
Foto: osobní archiv

kongresů svým přátelstvím a uznáním historického významu českého pivovarského oboru. V té době Gabriela Basařová navázala hluboce přátelské vztahy s osobnostmi, jako byli např. prof. Hartong z Nizozemska, prof. De Clerck z Belgie, doposud jsou jejími přáteli prof. Chapon z Francie, prof. Narziss a prof. Wackerbauer z Německa a mnozí další.

Za svoji dlouholetou činnost v pivovarském oboru obdržela množství významných cen. Kromě již uvedené státní ceny to byla kupř. tato ocenění: Nejlepší pracovník pivovaru Prazdroj (1965), Vynikající pracovník Ministerstva zemědělství a výživy (1973), Zasloužilý pracovník koncernu pivovary a sladovny (1982), vyznamenání od odborných společností jako ČVTS, ČAZ, Chemická a Mikrobiologická společnost, dále medaile Za zásluhy o rozvoj pivovarsko-sladařského oboru na Slovensku (1984), Čestné uznání rektora VŠCHT (1985), Pamětní medaile B. Štefanovského za spolupráci s polytechnikou v Lodži (1985), Pamětní medaile FPBT VŠCHT (1994), Ballingova medaile FPBT-VŠCHT Praha (1999), Pamětní medaile prof. Votočka VŠCHT (2000), v novinářské anketě Osobnost roku v pivovarském oboru (2000), v roce 2002 byla uvedena jako první spolu s Ing. Ivo Hlaváčkem, CSc., do nově založené Síně slávy českého pivovarství a sladařství a v roce 2011 získala titul Honorary Connoisseur od Plzeňského Prazdroje, a. s.

Profesní dráha prof. Basařové se ani dnes v čase zasloužené penze neomezuje pouze na vysokoškolské pracoviště,



Prof. G. Basařová uvedena do Síně slávy. Foto: Richard Dvořák

kde působí jako externí profesorka a dosud přednáší určité části předmětů Sladařství a Pivovarství. Nadále je členkou státní komise u závěrečných zkoušek a při obhajobách diplomových prací i komisí pro obhajobu doktorských prací na Ústavu biotechnologie VŠCHT. Navíc vykonává funkci předsedy komisí pro jmenování docentů a profesorů v oboru biotechnologie na VŠCHT. Je rovněž stále ve styku s pracovníky českých sladoven a pivovarů, se kterými konzultuje provozní problematiku, a aktivně se podílí na činnosti Vědecké rady VÚPS a redakční rady časopisu Kvasný průmysl.

V současnosti připravuje s týmem spolupracovníků z VŠCHT a VÚPS spolu s dalšími odborníky publikaci Sladařství. „Rukopis by měl být připraven do konce letošního roku. Není tajemstvím, že je určen nejen naší odborné veřejnosti, ale počítá se také s překladem knihy do němčiny a angličtiny,“ poznamenává spokojeně profesorka Basařová.



Gabriela Basařová s manželem a vnučkami Foto: osobní archiv

Profesorka Basařová však vyznává vedle vlastní odborné činnosti i další hodnoty. Jak sama říká: „Nejvíce si považuji perfektní rodiny, jejíž základy byly vytvořeny v mém dětství.“

Důkazem je její mnohaleté spokojené manželství. Manžel, syn a snacha jsou všichni absolventi VŠCHT, jedna vnučka studuje na Karlově univerzitě, druhá je kvintánka gymnázia. Manžel pracoval v tukovém průmyslu, syn je zaměstnán v managementu zahraniční firmy, která je dodavatelem prostředků a zařízení pro zajištění sanitanice a hygieny pro sladařský a pivovarský obor. Snacha působí na Ústavu chemického inženýrství VŠCHT. Prof. Basařová má neobyčejně ráda četbu historických románů a literatury faktu, miluje vážnou hudbu a pilně navštěvuje výstavy obrazů.

„Na pivovarství je dodnes krásné především to, že přes velký pokrok v technologiích je za každou várkou piva stále vidět člověk, což se v mnoha jiných oborech už neděje,“ říká Gabriela Basařová. „Každý rok se urodí jiný chmel, jiný jarní ječmen, a proto musí lidský um na vzniklou situaci nějak reagovat. Vždy je to lidský faktor, který musí všechny přístroje a technologie nastavit tak, aby pivo bylo dobré nebo – stále lepší. To mně právě na výrobě piva přijde snad až fascinující: Nekonečný proces sladování toho, co příroda dala, s tím, co je člověk schopen sám vymyslet a vyrobit,“ dodává paní profesorka.

A jaké je životní motto paní profesorky Basařové? „Mám jeden oblíbený citát od J. W. Goetha, který považuji za své motto: Největším štěstím myslícího člověka je poznávat poznatelné a uctívat nepoznatelné.“ Ing. Josef Vacl, CSc.

Obsah:

3

Editorial

Ing. FRANTIŠEK KRUNTORÁD, CSc.,
AGRAL s. r. o.

4

Potravinářský obchod současnosti

MARTIN DITMAR,
generální ředitel SPAR ČOS,
viceprezident SOCR ČR

7

Kvalita potravin

Ing. JAROSLAVA BENEŠ ŠPALKOVÁ,
MZe

9

Světový mlékárenský summit IDF 2012 v Jižní Africe

Ing. JIŘÍ KOPÁČEK, CSc.,
ČMSM

14

Výživa školních dětí a její rizika

Mgr. ALEXANDRA KOŠTÁLOVÁ,
MUDr. MICHAEL VÍT, Ph.D.

20

Sendvič, nebo chlebiček?

MVDr. PAVEL POLÁK, CSc.

25

S jídlem roste chuť...

MUDr. RADIM UZEL, CSc.

28

Fenomén nápojových kartonů

Ing. JANA ŽIŽKOVÁ,
Vyšší odborná škola obalové techniky
a Střední škola Štětí

32

Historie výroby a balení piva – 1. část

Ing. VLADIMÍR ŠEFRNA, CSc.,
ČVUT

43

Trh pekařských výrobků v ČR

Ing. JAROMÍR DŘÍZAL,
předseda PSPC v ČR

46

Konkurence pekařských výrobků v mikroregionu

Doc. JUDr. Ing. OLDŘICH TVRDOŇ, CSc.,
Mendelova univerzita v Brně

50

Hodnocení potravinářských výrobků společností DLG pomocí metody 5-Punkte-Skala

Ing. JOSEF JANDÁSEK, Ph.D.^{1,2},
Ing. ROBERT GÁL, Ph.D.³,
¹Raps GmbH & Co.KG, Kulmbach, SRN;
²FVHE, VFU Brno;
³Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

55

Nové trendy v Jižní Koreji – příležitost i pro české potravináře

MARTIN JÍROVEC,
Kotra

58

Vývoj ekonomiky potravinářského sektoru v roce 2011

JUDr. Ing. JOSEF MEZERA, CSc.,
Ing. LENKA PLÁŠILOVÁ,
ÚZEI

62

Za sýry do Jižní Afriky

Ing. JIŘÍ KOPÁČEK, CSc.,
ČMSM

66

Toulky MVDr. Zdeňka Galíčka po černém kontinentě Zambie – 1. část

MVDr. Zdeněk Galíček

70

„Já už to znám, umím“

Mgr. VLADIMÍR BLAŽEJ,
Střední škola technická a řemeslná,
Nový Bydžov

72

Prof. Ing. Gabriela Basařová, DrSc. – významná vědecká a pedagogická osobnost v oboru pivovarství

Ing. JOSEF VACL, CSc.

Contents:

3

Editorial

Ing. FRANTIŠEK KRUNTORÁD, CSc.,
AGRAL s. r. o.

4

Food trade of the present days

MARTIN DITMAR,
General Manager SPAR
„Česká obchodní společnost“

About the history of Czech modern trade, new trends of shopping, and outlooks for the next year.

7

Quality of food products

Ing. JAROSLAVA BENEŠ ŠPALKOVÁ,
Deputy Minister of Agriculture

Consumers and their interest in food quality. The Klasa quality mark, a new legislation concerning food products. The DT 13 national support title.

9

World Dairy Summit of IDF 2012 in South Africa

Ing. JIŘÍ KOPÁČEK, CSc.,
Czech-Moravian Association
of Dairy Industries

About the course of the IDF summit held on November 4–8, 2012 in Cape Town, South Africa.

14

Nutrition of school children and its risks

Mgr. ALEXANDRA KOŠTÁLOVÁ,
MUDr. MICHAEL VÍT, Ph.D.

Main aspects evaluating the quality of nutrition of school children.

20

Sandwich or "chlebíček"?

MVDr. PAVEL POLÁK, CSc.

About sandwiches, their history, numerous kinds and many versions in various countries of the world.

25

Appetite grows with eating...

MUDr. RADIM UZEL, CSc.

What is the connection between consumed food and sex?

28

A phenomenon of beverage cardboard boxes

Ing. JANA ŽIŽKOVÁ,
Higher Technical School of Packaging Technology
and Secondary School in Štětí

Cardboard packaging – the most important segment of packaging production. Our market and three most important producers of beverage cardboard boxes.

32

History of beer processing and packing – 1st part

Ing. VLADIMÍR ŠEFRNA, CSc.,
Faculty of Mechanical Engineering,
Department of Processing Machinery
and Equipment, Czech Technical University in Prague

The first part of the serial about beer. This time, about the first historical mentions about its production till the period of beer processing in the beginning of the 19th century.

43

Bakery market in the Czech Republic

Ing. JAROMÍR DŘÍZAL,
Chairman, Association of Bakers
and Confectioners of the Czech Republic

Situation on bakery market in the Czech Republic as well as abroad. Preferences of Czech households. Development of bakery segment in the last 5 years and outlooks for the future.

46

Competition of bakery products in micro-region

Doc. JUDr. Ing. OLDŘICH TVRDOŇ,
CSc., Mendel University in Brno

About a specific position of bakery companies and businesses in micro-regions.

50

Evaluation of food products of the company DLG using the 5-Punkte Skala method

Ing. JOSEF JANDÁSEK, Ph.D.^{1,2},
Ing. ROBERT GÁL, Ph.D.³,

¹Raps GmbH & Co.KG, Kulmbach, SRN;

² Faculty of Veterinary Hygiene and Ecology,
University of Veterinary
and Pharmaceutical Sciences Brno;

³ University of Tomáš Baťa in Zlín

An information about the company DLG and its evaluation system to assess the quality of food products.

Contents:

55

New trends in South Korea – an opportunity also for Czech food processors

MARTIN JÍROVEC, Kotra

About the opportunities for Czech exporters of food commodities on the market of South Korea.

58

Development of food industry sector economy in the year 2011

JUDr. Ing. JOSEF MEZERA, CSc.,

Ing. LENKA PLÁŠILOVÁ,

Institute of Agricultural Economics and Information, Prague

Final economic assessment of food industry sector for the year 2011.

62

The cheese of South Africa

Ing. JIŘÍ KOPÁČEK, CSc.,

Czech-Moravian Association of Dairy Industries

South Africa and its dairy industry. A reportage from the visit of local dairy plant. A traditional cheese of South Africa.

66

Wandering of MVDr. Zdeněk Galíček in Black Continent Zambia – 1st Part

MVDr. Zdeněk Galíček

Another part of the serial about the activities of Zdeněk Galíček in Africa; the first part about Zambia.

70

„I already know, I can handle it“

Mgr. VLADIMÍR BLAŽEJ, School Director

A presentation of professional skills for the students of the 8th and 9th classes of elementary schools.

72

Prof. Ing. Gabriela Basařová, DrSc. – A prominent research and pedagogic personality of beer processing

Ing. JOSEF VACL, CSc.

Another part of the serial “Profile of prominent personality”.


Potravinářský zpravodaj
**ŘEZNICKO/
UZENÁŘSKÉ noviny**

 PŘÍLOHA
POTRAVINÁŘSKÉHO
ZPRAVODAJE


 Roční předplatné
+ částečná úhrada
poštovního – 805,- Kč

 Roční předplatné
+ částečná úhrada
poštovního – 315,- Kč

 Roční předplatné
+ částečná úhrada
poštovního – 180,- Kč

OBJEDNÁVKA PŘEDPLATNÉHO

Jméno (název podniku):

Adresa :

IČO: DIČ: Číslo účtu/kód banky:

Počet výtisků: Datum objednávky: Jméno objednavajícího:

Objednávka je stálá – není nutno každoročně obnovovat. Žádáme pouze nahlašování veškerých změn (adresy, počet výtisků apod.) v co nejkratší době. Objednávaný titul označte v příslušném rámečku.

Objednací kupon zašlete na firmu ABONT, s. r. o.,
Chlumova 17, 130 00 Praha 3, e-mail: abont@seznam.cz.



– odborný časopis pro výživu, výrobu potravin a obchod. Časopis je citován v databázích České zemědělské a potravinářské bibliografie. Vydává: AGRAL s. r. o., Zelený pruh 1560/99, 140 02 Praha 4, tel.: 296 374 652, fax: 296 374 658, e-mail: p.revue@agral.cz, <http://www.agral.cz>. Oddělení inzerce a administrace tel.: 296 374 657, fax: 296 374 658. Šéfredaktorka: Věra Fillnerová. Objednávky vyřizuje: Abont s. r. o., Chlumova 17, 130 00 Praha 3, tel./fax: 222 781 521, e-mail: abont@seznam.cz. DTP a grafická úprava: Pavel Vodička. Tiskárna OMIKRON Praha, spol. s r. o., 198 00 Praha 9, U Elektry 650, ISSN 1801-9102 Evidenční číslo: MK ČR E 15151. Periodicita dvouměsíční. 8. ročník. Cena včetně úhrady poštovního – 115 Kč, roční předplatné 805 Kč. Vydáno 12. 2. 2013.

NOVINKA NA TRHU INK-JET TISKÁRNA 9232E



...pro značení rychlostí až 1000 m/min.

DÁLE NABÍZÍME...

ink-jet tiskárny



...a další



tiskárny
velkých znaků

aplikátory
etiket



ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM
výhradní distributor Markem-Imaje

komplexní značící technologie pro výrobní a balicí linky
Nad Přehradou 2296, 738 02 Frýdek-Místek, tel.: +420 558 639 611

ONDRÁŠEK

www.ondrasek.cz



markem·imaje

the team to trust



Kompletní mlýnská výroba

GoodMills Česko a.s.

...jsme součástí koncernu GoodMills Group GmbH. Naše členství v této skupině je zárukou neustálého zvyšování kvality produktů a přináší nám možnost modernizace výrobních procesů. Na českém trhu máme dlouholeté zkušenosti. Mouku a další mlýnské produkty

vyrábíme výhradně v tuzemských mlýnech. Víme, že požadavky zákazníků jsou stále vyšší, proto naše výrobky garantují odpovídající kvalitu. Intenzivně se také zabýváme clientským servisem a snažíme se vyhovět všem přáním našich zákazníků.

naše značky:

