

SZIF

newsletter

číslo 4 | 2019

rozhovor:
Kateřina Ratajová, SZIF

Země žitelka 2019

Degradace půdy

Kvalitní potraviny

Ve stručnosti





Vážení čtenáři,
právě jste si otevřeli elektronický Newsletter SZIF, ve kterém přinášíme to nejzajímavější z naší činnosti. Hlavní téma rozhovoru tohoto čísla by mělo být nanejvýš atraktivní v podstatě pro každého. Z odpovědí Kateřiny Ratajové se dozvíte, v čem spočívá úloha Fondu v souvislosti s kvalitními potravinami. A nejde „jenom“ o vysvětlení toho, jak moc dobře děláte, pokud nakupujete potraviny s označením KLASA, Regionální potravina nebo Bio. Zjistíte mnohem víc! Třeba to, že lze ve státní správě provádět reklamní kampaně, které osloví nejenom spotřebitele, ale i odbornou porotu. A že vzdělávání zákazníků přináší jejich stále větší orientaci na kvalitu, a tudíž tlak na výrobce, kteří se musí požadavkům trhu přizpůsobit.

Je srpen, čas dožínky, ale také Země živitelky. Nemůže chybět článek s výčtem důvodů, proč stojí za to tuto výstavu navštívit. V jiném příspěvku se dočtete, proč žadatelé o podporu musejí udržovat půdu v dobrém stavu, a co hrozí, pokud podmínky nedodrží. V budoucnu se tomuto mimořádně důležitému námětu budeme věnovat detailněji.

Pavel Klempera
šéfredaktor

03

rozhovor: Kateřina Ratajová, SZIF



06

Země živitelka v roce 2019



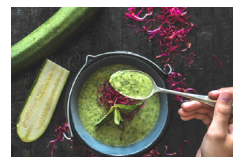
08

Degradace půdy



09

Kvalitní potraviny



09, 10, 11

Ve stručnosti





POCHVALA OD VÝROBCŮ JE VÍC NEŽ REKLAMNÍ TROFEJE

Osobnost, s níž jsme si povídali, stojí za tím, jak se daří značkám KLASA, Regionální potravina, Bio a dalším, které už se pevně ukotvily v povědomí nás všech. Název odboru, který vede Kateřina Ratajová, může znít laikům jako záhadná šifra. Je to Odbor administrace podpory kvalitních potravin. Věříme, že jej v rozhovoru nejen vysvětlíme, ale také zaujmeme čtenáře atraktivním tématem na pomezí péče o kvalitní stravu a životního stylu.

Při domlouvání našeho rozhovoru jsem měla dojem, že publicitu moc nemilujete. Pletu se?

To je jen částečně pravda, kvalitní potraviny a naše kampaně si publicitu rozhodně zaslouží. Co se mě týče, nejsem na pozici ředitelky odboru dlouho a měla jsem pocit, že rozhovor by mohl ještě počkat. Já mám ráda rozhovory, ale ty spontánní, nepřipravené.

Už tedy vím, že příště si na vás počkám na ulici a nic vám nepovím předem (Kateřina se smíchem přikyvuje). U propagace kvalitních potravin jste ale roky. Jistě k tomu máte co říct.

U Regionální potraviny jsem deset let, od dob, kdy jsem pracovala na Ministerstvu zemědělství, protože tam projekt vznikl. Subjektivně ji považuju za svoje první „marketingové dítě“. Na tento unikátní projekt jsme moc pyšní.



Probíhá formou soutěží a vyhrají opravdu ti nejlepší. Jde o malé a střední firmy, které si nechávají na svých výrobcích moc záležet. Potraviny chuťově prezentují konkrétní region. Jejich výrobci jsou často opravdu srdcaři.

Máte raději oslovení paní ředitelko nebo Kateřino?

Já vlastně snad neznám nikoho, kdo by mi říkal paní ředitelko. Ať už беру v potaz dodavatele,

nebo lidi z reklam, s kterými spolupracujeme. Tam se formálnost příliš nenosí. V SZIF jsem od roku 2012, před tím jsem pracovala na ministerstvu, znám už prostředí a lidi, s kterými pracuji, relativně opravdu dlouho. Možná je to u nás ve státní správě neobvyklé, ale jsem zvyklá a upřednostňuji tu Katku.

Vystudovala jste marketingovou komunikaci. Co pro vás osobně znamená pojem komunikace?

Je to nejúspěšnější způsob dorozumívání mezi lidmi :-). Neobejdeme se bez ní. Je na začátku všech vztahů, profesních i osobních. Celá dnešní doba je o komunikaci, i když bohužel někdy zkratkovitě, viz současný trend sociálních sítí. Je tedy nutné ovládnout způsob, jak komunikovat správně a účinně, a to i když nepracujeme v marketingu. V mém případě je tu ještě o tento důvod víc.

Odkdy jste věděla, co chcete v životě dělat?

Myslím, že člověk se nějak formuje už v dětství, v rodině, na základní škole. Byla jsem nadšená pro novinářinu. Napoprvé jsem se ale na ten obor nedostala. Šla jsem si tedy vyzkoušet práci v reklamní agentuře, nebo,



jak se dnes říká, v komunikační agentuře. Zkusila jsem si komunikaci z druhé strany, s novináři. Byla jsem trochu rozčarovaná, protože se mi během akcí, které jsem pro žurnalisty chystala, přestala jejich profese líbit. Na tiskovkách jsem viděla ten úkaz, kterému se říká „holubí letka“, jak se sbíhají na chlebičky a dárečky a téma dne je ani moc nezajímá. Neplatí to na všechny, ale pro mě jako mladou nadšenou bytost to byla trochu deziluze. Naopak se mi začala moc líbit práce, k níž jsem přivoněla v reklamce. Marketingová komunikace se tehdy studovala jen na Baťovce, takže jsem z Mariánských Lázní přesídlila do Zlína. Dneska jsem za to ráda.

V rámci Fondu jste zodpovědná za oblast, která se týká „života“ kvalitních potravin KLASA a Regionální potravina, ale i biopotravin. Možná se dá stručně říct, že sem spadá administrace, marketing a prezentace „našich“ značek...

Problematika kvalitních potravin je široká. Nejdéle je v péči SZIF značka KLASA, která je i nejznámější na českém trhu. Staráme se o ni šestnáct let. Asi dobře, protože spontánní znalosti spotřebitelů o ní jsou podle průzkumů velmi vysoké. A je také v první desítku nejznámějších českých značek vedle Škodovky nebo Kofoly. Je to obrovský úspěch pro státní sektor. Co se týče naší činnosti, máme na starosti vše od A do Z. Ve velmi hrubé zkratce například u značky KLASA: Hlásí se nám

výrobci, my posoudíme jejich žádost, předložíme ji na komisi MZe, která potravinu senzorycky zhodnotí, zkontroluje její složení, etiketu a další okolnosti, rozhodne, zda může obdržet značku KLASA. Na základě rozhodnutí komise pak opět komunikujeme s výrobcem a přivítáme výrobce mezi držiteli této národní značky kvality. Mezi naše další stěžejní činnosti patří realizace komunikační kampaně, která se k jednotlivým značkám váže. V roce 2016 došlo ke změně, kdy na základě notifikace přestala být naše činnost „jen“ o značce KLASA, ale rozšířila se na projekt kvalitních potravin. Přibýly tedy naše biopotraviny (tzv. „biozebra“ a „biolist“), značky chráněného značení. A nesmíme zapomenout také na Regionální potravinu. Získali jsme tím tah na edukaci z naší strany vůči spotřebitelům s cílem, aby věděli, jaké benefity mají od našich značek očekávat a co vůbec jako spotřebitelé mají a mohou požadovat. Jistě každý zaregistroval například téma dvojí kvality potravin při posledních volbách do evropského parlamentu. My se snažíme propagovat nejen značky, ale právě tu kvalitu, která za našimi značkami je. To pokládám za mimořádně důležité.

Dá se říci, že KLASA prošlapává cestu ostatním značkám?

Je to těžké říct, protože každá z našich značek znamená jiný bonus a jistotu pro spotřebitele. Ale všechny dohromady spojuje právě vysoká kvalita. Já v nadšázce říkám, že KLASA je značka pro lidi, kteří nechtějí číst etiketu. Když spěchají, mohou ji hodit do košíku a mít jistotu, že už ji někdo velmi důkladně zkontroloval a stále kontroluje.

Září bude měsícem biopotravin, bude to vlastně vyvrcholení komunikace se spotřebiteli o našich bioznačkách, ale kampaň začala mnohem dřív...

Kampaň běží, započali jsme ji před rokem na Zemi živitelce. Nejdřív jsme museli udělat výzkum nejen o tom, co lidé vědí, ale také co si představují pod pojmem

biopotravina. Na základě těchto zjištění jsme pak rozjeli kampaň.

Vaše kampaně jsou edukativní. Nepodobají se klasické reklamě. Proč jste zvolili tuto těžší cestu?

Je opravdu těžší. Ale musíme mít na paměti, že jsme státní správa, takže nejde jen o to dostat značku do povědomí, ale snažit se, aby veřejnost byla v dobrém smyslu osvětlená. To znamená nějakou vhodnou cestou seznámit spotřebitele se základními parametry, co by měli vyhledávat a proč. Kvalita se mnohdy odrazí na ceně, tudíž kupující musí vědět, za co platí a proč je dobré si tuto značku vybrat. Značky jim nabízejí velmi konkrétní nadstandard.

V posledních letech jste získali za kampaně mnoho mezinárodních cen. Kde se vzala taková žeň?

V roce 2017 jsme uspěli v EFFIE, což je jedna z nejprestižnějších oborových cen, bylo to druhé místo v kategorii veřejná správa a také druhé místo ve velmi ceněné kategorii potravin. Odborná veřejnost ocenila, že jdeme edukativní cestou. Nestojíme za tím ale jen my, máme reklamní agentury, které pro nás kampaně připravují podle našich specifických požadavků. Jsou dobří sparingpartneři, pohybují se však převážně



v komerční sféře, takže hodně diskutujeme, abychom si vyjasnili, že ve státní sféře oslovujeme lidi jinak než ve sféře komerční. Ceny jsme pak získali i v následujícím roce 2018. Šlo o české ceny IMC, tehdy to bylo dvakrát stříbro a třikrát bronz, a postoupili jsme do Bruselu na evropské vyhlášení, kde jsme také uspěli. Rozhodně je příjemné mít tady vystavené ceny...

...tak si představuju Zlaté

slavíky u Karla Gotta...

...(Smích) Ano, je hezké se kochat, jsme na ně hrdí, ale mnohdy mě napadá, že pokud nám výrobce řekne, že jsme mu pomohli na jeho cestě splnit si profesní sen a uspět s jeho produktem nebo nám lidé píší, co jim kvalitní potraviny vnesly do života, znamená to víc.



Naplánovat a vytvořit kampaň, to je práce na roky. Jaké jsou jednotlivé kroky této práce?

Zase hodně ve zkratce... Musíte mít vstupní data. Na začátku je vždy výzkum nejen znalostí, ale i názorů veřejnosti. Na tomto základě sestavíme strategii a mediální plán a vše realizujeme... Zní to strašně jednoduše, ale je za tím spousta práce. A jelikož jsme státní instituce, tak někdy také hodně byrokracie a administrativy.

Váš motiv kampaně na biopotraviny je nápaditý, každá z potravin komunikuje s lidmi, je personifikovaná.

Ano, tento nápad nás hodně zaujal, právě proto vyhrála tato vysoutěžená agentura. Vzniká tím emoce, přes ni jde sdělení snadněji k lidem. Mediální část kampaně ale končí, přichází měsíc biopotravin a bude hlavně o akcích a prezentacích v regionech. Velkou součástí dialogu se spotřebiteli jsou i veletrhy a výstavy, teď to bude náš největší agrosalón Země živitelka, kde budou biopotraviny už podruhé. Vloni se osvědčil koncept stánku zaměřeného na rodiny s dětmi. Měli jsme dílničku, děti si mohly zasadit biosazenice, trochu se umazat. Nabízeli jsme ochutnávku biopotravin, kolegové z MZe odpovídali na všechny zvídavé dotazy. A taky vaříme z biopotravin, návštěvníci se pletou pod ruku profesionálům, mohou vše ochutnat. Odcházejí nadšení a nemohou minout hned

vedle největší expozici na Živitelce s téměř 40 našimi oceněnými výrobci, kde si mohou hned něco zakoupit i s sebou domů.

Jaká jste ředitelka, uplatňujete autoritu nebo spíš diskutujete?

Tuhle otázku si sama nekladu, nemám to promyšlené. Nynější pan sekční ředitel Petr Milas, který byl dřív na mé dnešní pozici, mě naučil dopřát kolegům samostatnost, jen je mírně usměrňovat. My jsme babinec, není to záměr, asi ta komunikace přitahuje ženy. V tomto případě tedy „moje holky“. Vždy spolu vše zvládneme, je tu dobrá atmosféra. Jsme na sebe vyladěné. Kdybyste se jich zeptala, doufám, že by řekly, že nám to společně funguje a že je nám fajn.

Vaříte ráda?

Moc ráda, zrovna včera asi do jedenácti v noci, cibulačku z všestarské cibule, kromě značky Chráněné označení původu má i KLASU, polévka byla sice na francouzský způsob, ale s českým vínem. Cibule je tradiční česká plodina. I na tomhle je vidět, že značky podporují naše tradiční plodiny a potraviny.

Stravují se Češi kvalitně?

Co se týče nákupů potravin, rozhodně. Ten trend je podložený čísly. V první polovině roku realizovala agentura GfK podrobný výzkum, který měl za cíl zjistit, jak si u nás segment kvalitních potravin vede. Ze získaných dat vyplynulo několik zajímavých zjištění, především ale to, že objemy prodeje kvalitních produktů rostly třikrát rychleji než zbytek trhu. V konkrétních číslech se jedná o růst segmentu kvalitních potravin o 8,6 mld. Kč. Tato část trhu přitom roste výrazně rychleji (o 7 %) než jeho zbytek (o 2,5 %). Jasně to dokazuje, že Češi na edukativní kampaně slyší a své nákupní zvyklosti začínají měnit. Pro výrobce je to naopak významný signál k tomu, aby se o loga kvality ucházeli. Je i zvýšená poptávka po biopotravinách, jejich domácí spotřeba byla 3,33 miliardy za rok 2017. Výrazně roste i počet registrovaných ekologických zemědělců, od roku 2017 se zvýšil průměrně o 13,5 procenta, o 23 procent pak

ve Středočeském nebo Jihomoravském kraji. To je obrovský skok. To je možné proto, že je po kvalitě poptávka. I v obchodních řetězcích se šíří koutky biopotravin a lokálních potravin. Čili pozitivní trend tady je. Je to motivace pro české potravináře, aby se orientovali na kvalitu. A pro naše spotřebitele, aby si koupili to, co vzniklo doma, ne to, co obletělo planetu.

Jak se dá stíhat naplno práce a rodina, abyste nekončila s migrénou a hadrem na hlavě?

Dá se. Jako většina zaměstnaných žen to neřeším, prostě stíhám. Nějaké rodinné postižení tam asi je, osmiletá dcera Anička je edukovaný spotřebitel, běhá mezi regály a hledá „naše značky“. To pro ni není na škodu. Taký miluje písničky z našeho projektu „Pospolu u stolu“. V září na dožínkách ministerstva budeme mít koncert téhle kapely, tam Anička nesmí chybět. Chodí se mnou na akce, poučuje kamarády ve škole. Takže nám moje práce život spíš obohacuje. Velmi rádi lyžujeme, děláme výlety, ať pěší nebo na kolech, a všude přitom samozřejmě ochutnáváme místní potraviny.



Co byste přála českému potravinářství do budoucna?

Hodně spokojených zákazníků. Pak se bude dařit i výrobcům. Přesu jim úspěch v soutěžích a v udělování značek, aby udrželi tradiční plodiny a výrobky, je to velká hodnota. Aby naše potraviny nebyly unifikované, ale měly barevnou škálu chutí a stálou kvalitu. Rádi bychom jim byli s naším týmem při tom nápomocni. Doufám, že se na tom budeme profesně podílet i nadále a že i nám tady ve Fondu bude spolu fajn.

Připravila: Lucie Kaletová

Zdroj fotografií: Kateřina Ratajová



ZEMĚ ŽIVITELKA V ROCE 2019

Letos je Země živitelka „dámou v nejlepších letech“, která loni oslavila polokulaté výročí a letos má už 46. narozeniny. Reprezentuje tento ideál: Už leccos o světě ví, je krásná, zralá a praktická. Strávit příjemný čas ve společnosti této hvězdy můžete od 22. do 27. srpna.

PROFIL ZRALÉ DÁMY

Země živitelka je tradičně náš nejvíce reprezentativní a nejnavštěvovanější agrosalón. Zaměřuje se na zemědělský sektor v komplexním pokrytí napříč všemi jeho obory v České republice i na Slovensku. Každoročně je zde možné vidět nejnovější výrobky zemědělské techniky, novinky z oboru rostlinné a živočišné výroby, lesního a vodního hospodářství, ekologického zemědělství, potravinářství, životního biostylu, ale také z myslivectví, rybářství či včelařství. Na své si tu přijdou i zahrádkáři a všechny obory těší návštěvníky svými přesahy do ekologie a ochrany životního prostředí. Výstava tvoří stálou platformu zahraničního i tuzemského obchodu. Kromě těchto praktických funkcí však nezapomíná ani odborníky na jedné straně – a na straně druhé na zábavu a rodinné či dětské návštěvníky výstavy. Výstavnictví má v jihočeském regionu bohatou tradici – už roku 1848 probíhaly v Českých Budějovicích čtyřikrát ročně výroční trhy. Od roku 1960 se



zde pravidelně konala regionální zemědělská výstava. Právě na ni současný agrosalón navazuje.

PROGRAM SNŮ

Odbornými informacemi je agrosalón prostoupen – konají se zde přednášky a semináře a každá vystavující instituce zde má odborníky, kteří komunikují s veřejností. Jednotlivé kraje ČR zde mají své expozice. Nejmenší návštěvníci zde mnohou „zažít zemědělství“ na vlastní kůži – a ať už je zážitková pedagogika jakkoli módním hitem, je fakt, že pokud si něco děti mohou osahat, rado-

vat se ze hry a prožít silné emoce, budou si to potom pamatovat po celý život. Proto i ve zdejších dětských farmách, lesních školách, na interaktivní stezce se může uvnitř dětského srdce zrodit nový zemědělec, lesník či ekolog. Zázraky se mohou dít také ve 3D obří naučné kopuli, ve které návštěvníky okouzlí podvodní svět, divoká příroda, vesmír s planetami a černými dírami a mnoho jiných přírodních jevů. Návštěvníci si tu mohou i zazpívat nebo zafandit svým hudebním idolům, najdou zde koncerty napříč žánry od dechovky po rock. O laskominách



v čele s našimi kvalitními potravinami značek KLASA, Regionální potravina a Bio, ani nemluvíme.

STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÝ INTERVENČNÍ FOND NA ZEMI ŽIVITELCE

Účast Fondu na výstavě se stala tradicí již od roku 2004. V posledních letech zvou kvalitní potraviny své příznivce do pavilonu T1, kde se prezentují na největší expozici o ploše 408 m². Vzhledem k horkům, jaká výstavu obvykle provázejí, a skutečnosti, že hala je klimatizována, jde o vhodný prostor nejenom pro vystavovatele, ale především pro zákazníky. U informačního pultu stánku se návštěvníci mohou seznámit s činnostmi SZIF a aktuálními novinkami o zemědělských dotacích. Zaměstnanci Fondu jim poradí, na jaké druhy činnosti lze o podporu žádat. Základní přehled o možnostech mohou získat i z letáčků a jiných tiskovin.

Na dalších třiceti sedmi pultech se prezentují jednotliví výrobci značek KLASA a Regionální potravina. Zájemci se zde potkají i s producenty s certifikací Bio a s krajskými koordinátory, kteří zprostředkovávají ochutnávku letos oceněných výrobků prestižní značkou Regionální potravina. Expozice Regionální potravina nabídne bohatý doprovodný program pro malé i velké diváky. Těšit se můžete například na kuchařskou show s Ondrou Slaninou, přednášky na téma „Jak poznám Bio“

doplněné vařením z Bio výrobků či soutěže o piknikové koše. Nebudou chybět ani workshopy zaměřené na vazbu květin, zdobení perníčků, folklorní vystoupení či párování jídla s vínem. Celý program vyvrcholí tradičně slavnostním předáváním certifikátů oceněným výrobkům značky KLASA z rukou ministra zemědělství Miroslava Tomana a generálního ředitele SZIF Martina Šebestyána. Stejně jako v loňském roce se i letos opět objeví nejmladší expozice z rodiny kvalitních potravin, a to Bio. Program zaujme především malé návštěvníky, kteří si budou moci zasít semínka a zasoutěžit o drobné dárky.

Lucie Kaletová

Foto: Petr Cenker SZIF



PROČ NAVŠTÍVIT ZEMI ŽIVITELKU

- Více než 500 vystavovatelů
- Přes 21 000 m² výstavních ploch
- Cca 110 000 návštěvníků
- Přehled nejmodernější techniky a technologie
- Novinky z rostlinné a živočišné výroby
- Řada inspirací k ekologii a ochraně životního prostředí
- Výrobky k myslivectví, rybářství a včelařství
- Zahrádkářské potřeby a produkty
- Služby důležité pro život na venkově
- Finanční specialisté pro zemědělství
- Inspirace k životnímu biostylu
- Mnoho zajímavostí z potravinářské výroby
- Stánky s výrobky se značkou KLASA, Regionální potravina a Bio
- Odborné rady pro zájemce o zemědělské dotace
- Kulturní i odborný program
- Program i pro rodiny s dětmi
- 6 dnů plných netradičních zážitků
- A mnoho jiného...



DEGRADACE PŮDY

Půda je jednou ze základních součástí našeho životního prostředí a má mnoho nenahraditelných funkcí. Povinností každého příjemce dotací z přímých plateb a některých jiných podpor je plnit podmínky udržování půdy v Dobrém zemědělském a environmentálním stavu (DZES). Přetrvávající degradace půdy ve světě i v naší zemi je však závažný problém dneška i budoucnosti, který je nutné s plnou vážností řešit.

Standardy DZES nastavují individuálně členské státy EU na základě legislativního rámce Evropského parlamentu a Rady EU, který definuje tematické okruhy. Okruh půdy pokrývají standardy DZES 4, DZES 5, DZES 6. Nedodrželi-li žadatel o podporu tyto standardy, může mu být výplata dotace krácena nebo neposkytnuta. Konkrétní podmínky si stanovuje každý členský stát podle místních specifik.

FUNKCE PŮDY A JEJÍ DEGRADACE

Půda má, řečeno ve zkratce, užité, environmentální a kulturní funkce, které dohromady tvoří provázaný celek, citlivý na zásahy zvenčí. Užítkovou, respektive produkční funkci půdy reprezentuje zejména její využití jako základního výrobního prostředku v zemědělství a lesnictví. Moderní technologie, používané při hospodaření na půdě, jsou obvykle zaměřeny zejména na produkci a její zvyšování. V praxi to bohužel většinou znamená negativní dopad na funkci environmentální. Degradace



ale může v konečném důsledku někdy vést i k úplné eliminaci produkčních možností půdy.

EKOLOGICKÉ ASPEKTY

Environmentálních funkcí půdy je celá řada a jsou velmi důležité. Náleží sem funkce filtrační, akumuláční a retenční, asanační, transformační a transportní. V neposlední řadě půda tvoří genovou rezervu a prostředí pro organismy. Důležitá je rovněž její schopnost odolávat změnám pH, která závisí např. také na množství organické hmoty v půdě obsažené. Všechny environmentální funkce půdy by měly existovat

vedle funkce produkční. Při využívání půdy je proto třeba hledat vhodný kompromis, aby hospodaření na ní udržovalo rovnováhu mezi produkcí a ekologií.

HLAVNÍ FAKTORY

Degradaci způsobují zejména: vodní eroze, větrná eroze, utužení, zastavování, ztráta organické hmoty, okyselování nebo kontaminace půdy. Nejde o oddělené jevy, ale o proces, kdy převažující typ degradace způsobí řetězovou reakci a vznik dalších forem poškození. Takový proces je obtížné zastavit a obnovit původní stav půdy. Kromě uvedených jsou i jiné, méně významné negativní faktory, ovlivňující její stav a kvalitu. V poslední době se k těm závažnějším připojuje i vliv struktury vlastnictví půdy v naší zemi. Konkrétně velké, často nesourodé množství vlastníků a spoluvlastníků. Významným faktorům degradace půdy a kontrolní úloze SZIF se budeme v budoucnu na stránkách Newsletteru věnovat podrobně.

Petr Cenker

KVALITNÍ POTRAVINY

Pro mnoho lidí dneška začíná být důležitější, jak vysoce kvalitní potraviny jejich rodina konzumuje, než kolik za ně zaplatí. Vždyť budeme-li korigovat každý sám u sebe plýtvání, které je dnes bohužel tolik rozšířeno, dospějeme k tomu, že zaplatíme stejně, ale jíst budeme lépe. Průvodcem na cestě k tomuto cíli je i SZIF a tato pravidelná rubrika o kvalitních potravinách.

ZÁŘÍ – MĚSÍC BIOPOTRAVIN



Je to už hezká tradice. Každý rok v září vyhlašuje Ministerstvo zemědělství měsíc biopotravin a ekologického zemědělství. Letošní informační kampaň je už patnáctá v pořadí. Díky ní vstupují biopotraviny nejen do povědomí spotřebitelů, ale na talíře konkrétních domácností.

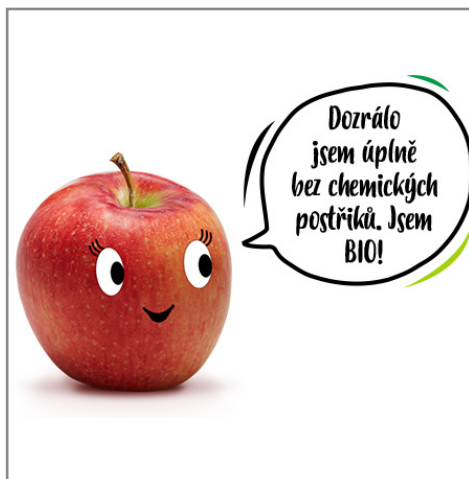
Země živitelka a biotiskovka

Spotřebitelé už vědí, že v obchodních sítích se mají poohlížet nejen po značkách Klasa a Regionální potravina. Pokud mají zájem o biokvalitu, je tu také "biozebra" a „biolist“. Heslem letošního měsíce biopotravin je slogan „Bio chutná vám i přírodě.“ Ekologické zemědělství totiž šetří půdu,



na níž bioprodukty vznikají, a vrací jí původní kvalitu.

Rozhodujícím argumentem pro každého člověka je rozhodně ochutnávka. Právě k ní budou mít příležitost návštěvníci největšího agrosalónu Země živitelka, který se koná od 22. do 27. srpna v Českých Budějovicích. Už druhý rok budou tyto ekologicky získané potraviny šířit svou „chuť a slávu“ na nejvíce navštěvované zemědělské výstavě. Měsíc biopotravin hned poté tematicky zahajuje tisková konference Ministerstva zemědělství, a to 4. září v 10 hodin



v budově Národního zemědělského muzea. Jejím prostřednictvím budou i spotřebitelé seznámeni s kampaní, akcemi a možnostmi, jak začlenit tyto potraviny do svého života, a jaké jsou bonusy, které nám přinášejí.

Zúčastněte se také

Měsíc biopotravin je zaměřen na zvyšování osvěty v této oblasti zemědělství a trhu. V jeho rámci proběhnou desítky akcí, jichž se účastní nevládní organizace, ekologičtí zemědělci a farmáři, výrobci a prodejci biopotravin, a tak má spotřebitel, který se jen trochu o téma zajímá, mnoho příležitostí získat kontakty například na nej-

PODZIMNÍ ZAHRADE ČECH

43. ročník podzimního veletrhu Zahrada Čech startuje v pátek 13. 9. v Litoměřicích a potrvá celých 9 dní. Kromě sortimentu, jako jsou květiny, sadba, zahradní postřiky, hnojiva i technika, tu bude samozřejmě vše kolem domu z oblasti stavebních materiálů, tepelné či solární techniky nebo bytových doplňků. Chybět nebude ani stánek SZIF s informacemi o dotacích a také tradiční nabídkou kvalitních potravin.

VINOBRANÍ NA PRAŽSKÉM HRADĚ

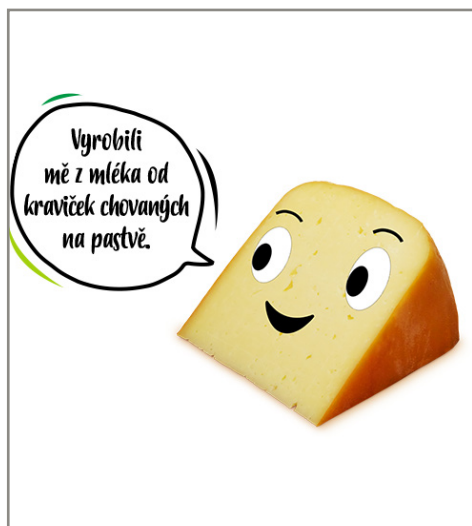
Den po zahájení Zahrady Čech vypuká ještě jedna krásná akce s naší účastí. Jde o tradiční Vinobraní na Pražském hradě o víkend 14. a 15. 9. A tady jsou hlavní úlohy jasné: dobrá vína a kvalitní potraviny, obojí k sobě opravdu patří. Naše značkové dobroty můžete zapít i výběrem z desítek kvalitních českých vín a podpořit tak domácí výrobce a pěstitele.

FLORA OLOMOUC

Pro všechny sadaře, zahrádkáře a ovocnáře tu bude podzimní běh výstavy Flora Olomouc, a to od 3. do 6. 10. Bohatý program s Podzimními zahradnickými trhy, festivalem gastronomie a nápojů, koštěm, floristickou soutěží i z areálu přesahujícím projektem Rozkvetlé památky bude tradičně obohacen i o stánek Fondu a ochutnávku kvalitních potravin. Proběhne zde také předávání cen Regionální potravina Olomouckého kraje.

PODZIMNÍ ZEMĚDĚLEC

V Lysé nad Labem se od 3. do 6. 10. koná podzimní běh výstavy Zemědělec. Každoročně naplní areál kolem 30 tisíc návštěvníků. Zahradníci a zemědělci tu najdou sortiment všeho potřebného k práci a všichni návštěvníci také ochutnávku našich certifikovaných potravin. K tomu informační servis o práci SZIF.



bližší producenty ve svém okolí. Základní informační portál kampaně, na němž jsou prezentováni partneři akce i jednotlivé konané akce či soutěže pořádané v rámci kampaně, naleznete např. [ZDE](#). Kampaň také dává prostor každému jednotlivci, aby se prostřednictvím sociálních sítí sám zapojil, například vložení odkazů na akce a konkrétní produkty.

Soutěž o biopotravinu

V rámci akce Září – měsíc biopotravin a ekologického zemědělství proběhne také vyhlášení vítězů soutěže Česká biopotravina o nejlepší produkty českého ekologického zemědělství. Soutěž o nejlepší českou biopotravinu pořádá Svaz PRO-BIO ve spolupráci s Ministerstvem zemědělství a pod záštitou Státní zemědělské a potravinářské inspekce ČR již 18. rokem od roku 2002. „Cílem soutěže Česká biopotravina je ocenit a podpořit české zemědělce a producenty biopotravin v jejich snažení a představit zákazníkům ty nejlepší produkty ekologického zemědělství za daný rok. Stejně jako roste zájem zákazníků o lokální a biopotravinu, tak roste snaha producentů uvádět na trh nové kvalitní pro-



dukty s označením BIO. Letos se proto, jako každoročně, velmi těšíme na to, jaké produkty soutěžící přihlásí. (Možnost přihlášek skončila 15. srpna – pozn. red.) Mohou tak jenom získat, a to jak případné ocenění a zájem zákazníků, tak zpětnou vazbu od odborné poroty," říká manažerka PRO-BIO Svazu ekologických zemědělců Kateřina Urbánková k soutěži.

OSVŽUJÍCÍ CUKETOVÝ KRÉM

Farmáři a prodejci bio zeleniny a ovoce zaznamenávají v současnosti zvýšený zájem o své produkty. Zkuste si z poctivě pěstovaných cuket uvařit osvěžující polévku, kterou můžete konzumovat teplou, ale i ve studeném stavu. Přikousněte zapečenou bagetku s máslem či sýrem.

Tři až čtyři cukety rozkrájejte na kolečka a neloupejte. Restujte je na olivovém oleji ve větším hrnci se čtyřmi nakrájenými jarními cibulkami. Po 20 minutách



osolte, opepřete a nasypete hrst špenátových listů. Zalijte minimálně půl litrem zeleninového či masového vývaru. Přihodte hrst čerstvé máty či bazalky a povařte. Po zchladnutí rozmixujte dohladka a přidejte šťávu z poloviny citronu a zakysanou smetanu. Dobrou a čerstvou chuť!

VÝZKUM ZÁKAZNICKÉHO ZÁJMU

Na jaře proběhl v řetězcích výzkum společnosti GfK, který zkoumal znalost značek kvality a jejich reálný dopad na nákupní chování zákazníků. Ze získaných dat vyplynulo, že objemy prodeje kvalitních produktů rostly třikrát rychleji než zbytek trhu. Češi tedy na edukativní kampaně slyší a své zvyklosti reálně mění.

FOR GASTRO

SZIF a komplexní prezentace značek kvality nebude chybět ani na odborném veletrhu For Gastro. Koná se od 10. do 13. 9. v Letňanech. Veletrh je zaměřen na gastronomické zařízení a také na potraviny a nápoje pro restaurace a hotely. Přijďte se podívat, jak bodují kvalitní potraviny.

PŘÍJEM ŽÁDOSTÍ K PRV

Možnost podání žádostí k 8. kolu PRV se blíží. Příjem žádostí bude probíhat jen prostřednictvím Portálu farmáře v termínu od 8. 10. 8:00 hodin do 29. 10. 18:00 hodin. Na webu SZIF a Portálu farmáře bude k dispozici „Podrobný postup pro vygenerování a zaslání Žádosti o dotaci přes Portál farmáře“. Žadatelé také budou mít možnost vygenerování a předvyplnění Žádosti o dotaci.

INFOLINKA K PRV

Připomínáme, že u projektu proplacených do 31. 7. 2019 se musí doložit Monitorovací zpráva. Pokud jste tak neučinili, máte v srpnu možnost dodatečně ji dodat prostřednictvím Portálu farmáře. Byla zveřejněna výzva pro 8. kolo PRV. Investice budou směřovat například na potlačení kůrovcové kalamity, do rozvoje potravinářských a lesnických podniků. Výzvu najdete [ZDE](#).

ŽŇOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ

O průběhu sklizně informoval Státní zemědělský intervenční fond na svých webových stránkách a každý týden i na sociálních sítích. V porovnání s loňským rokem, kdy žně proběhly extrémně rychle, byl v letošním roce postup o něco pomalejší. V době uzávěrky Newsletteru SZIF se v České republice celkově sklídilo přes 90 % obilovin (pšenice ozimá, pšenice jarní, ječmen ozimý, ječmen jarní, žito, oves, triticeale) a více než 99 % řepky.



Agrofóry



Z WEBU SZIF

Otevřená data jsou ze zákona „...informace zveřejňované způsobem umožňujícím dálkový přístup v otevřeném a strojově čitelném formátu, jejichž způsob ani účel následného využití není omezen a které jsou evidovány v národním katalogu otevřených dat.“ Jde tedy o vysoce efektivní způsob zveřejňování informací veřejného sektoru. Od 15. 7. je také na webu SZIF k dispozici seznam příjemců dotací v open datech, a to v záložce „Seznam příjemců dotací“ v sekci „ke stažení“.

PŘEBYTKY ÚRODY PRO ZACHRAŇ JÍDLO

SZIF informoval o spolku Zachraň jídlo, který mimo jiné pořádá paběrkování dobrovolníků na přebytcích úrody po dohodě se zemědělci. Potraviny jsou zaváženy do potravinových bank a dostávají se tak k potřebným. Pokud byste chtěli spolek kontaktovat, spojení a informace najdete [ZDE](#).

OVOCE, ZELENINA A MLÉKO DO ŠKOL

10 mil. Kč navíc poskytne MZe na projekt Ovoce, zelenina a mléko do škol, který administruje SZIF. Chce tak podpořit distribuci zdravé výživy do menších škol, které mají méně než 150 žáků. „Praxe ukázala, že závoz do menších škol je nákladnější, proto na něj chceme poskytnout vyšší částku... Zároveň tak podpoříme dodávku ovoce, mléka a zeleniny od místních zemědělců a mlékařů,“ řekl ministr Miroslav Toman.

AUDITY EU NA SZIF

Od vstupu ČR do EU v roce 2004 proběhlo v rámci Fondu a Ministerstva zemědělství 100 auditní misí. Na základě zjištění z těchto auditů EU udělila korekce ve výši 1,1 mld. Kč, což činí jen 0,3 % z celkově vyplacených finančních prostředků EU. Ve srovnání s ostatními členskými státy si vedeme dobře.