

NEWSLETTER

SZIF

STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÝ INTERVENČNÍ FOND

LEDEN / ÚNOR 2024



01

**Nový jednotný vizuální styl
SZIF jako moderní nástroj
komunikace**

**Klasa oslavila dvacet let jako
vyhledávaná značka kvality**

**V Beskydech pomáhají
s farmařením roboti
Kvido a Hugo**

Cibule plněné sýrem gouda

Fond v číslech

Milé čtenářky, milí čtenáři,

v úvodním slovu únorového vydání Newsletteru SZIF shrnuje generální ředitel Fondu Petr Dlouhý v krátkosti loňský rok a představuje i plány pro letošek, například chystanou proměnu vizuálního stylu Fondu. Novému logu a celé nově navržené grafické komunikaci se podrobněji věnujeme i v samostatném článku. S Jakubem Michálkem, předsedou dozorčí rady, si v rozhovoru povídáme o jeho prvních dvou letech ve funkci a rozebíráme témata jako technologický pokrok, digitalizace státní správy či snižování administrativní zátěže. Pozornost si zaslouží rovněž kulaté jubileum, které oslavila národní značka kvality potravin Klasa. A nechybí ani inspirativní pohled do praxe: zavítali jsme na rodinnou Farmu Menšík, která se specializuje na chov krav a produkci mléka.

Přejeme příjemné čtení.

Obsah

Úvodní slovo generálního ředitele	4
Nový jednotný vizuální styl SZIF jako moderní nástroj komunikace	7
Rozhovor s předsedou dozorčí rady SZIF Jakubem Michálkem	12
Klasa oslavila dvacet let jako vyhledávaná značka kvality	15
V Beskydech pomáhají s farmařením roboti Kvído a Hugo	18
Cibule plněné sýrem gouda	22
Fond v číslech	24

Newsletter SZIF

Vydává: Státní zemědělský intervenční fond **Periodicita:** dvouměsíčník

Měsíc vydání: únor 2024 **Redakce:** Oddělení tiskové

Grafika a sazba: Lucie Vasilová **Foto na titulce:** Daniela Urbanová

Foto: archiv SZIF, Lucie Vasilová, Milan Mottl, Hugo Vítámvás, archiv HMS, Farma Menšík, Messe Berlin GmbH, Depositphotos

Infolinka: +420 222 871 871 / info@szif.cz **www.szif.cz**

Najdete nás také na:



Aktuality



54. konference ředitelů platebních agentur

Ve dnech 7. a 8. listopadu 2023 proběhla ve Valencii v rámci španělského předsednictví 54. konference ředitelů platebních agentur. Delegaci Fondu vedl generální ředitel Petr Dlouhý, s nímž do třetího největšího města Španělska dorazili i ředitel Odboru LPIS a GIS Jakub Šuma, vedoucí Oddělení finančního reportingu EU Petr Štefan a vedoucí Oddělení zahraničních vztahů Telis Aliapulios. Klíčovým tématem konference byl aktuální stav provádění SZP 2023–2027.

Fond se zasazuje o snížení kontrolní zátěže u AMS

Jedním z očekávaných přínosů monitoringu zemědělských ploch pomocí družic (AMS) bylo snížení počtu kontrol na místě a obecně kontrolní zátěže. V roce 2023 se však počet kontrol fakticky zdvojnásobil oproti době před zavedením systému. Navýšení četnosti prováděných kontrol souvisí s nařízenými a závaznou metodikou Evropské komise pro výběr kontrolního vzorku. Situaci proto intenzivně řešíme ruku v ruce s Ministerstvem zemědělství a dalšími členskými státy.



Zaměstnanecký jarmark pro dobrou věc

Na konci loňského roku se na centrálním pracovišti Fondu v Praze již tradičně uskutečnil dobročinný zaměstnanecký jarmark. Výtěžek putoval na bohubilou věc, konkrétně organizaci Cesta domů, jež provozuje Domácí hospic na území Prahy. Celkem jsme letos společně vybrali úctyhodných 26 250 korun. Máme radost, že se jarmark vydařil a vybrané finanční prostředky byly poukázány potřebným.

Do Portálu GTFoto byla doplněna nová funkcionalita

Nyní máte možnost exportovat vybrané fotografie do souboru PDF. Lze exportovat fotografie z úkolu i ty samostatně. PDF s fotografií můžete využít třeba pro doložení aktuálního stavu dílu půdního bloku (DPB) v průběhu procesu řízení na Oddělení příjmu žádostí a LPIS, dále při ohledání, pro úkon předcházející kontrole nebo jako důkaz o aktuálním stavu DPB při odmítnutí supervize. Export fotografií do PDF je k dispozici i pro soukromé účely.



Fond na berlínském veletrhu Grüne Woche 2024

Na veletrhu Grüne Woche měla i letos zastoupení Česká republika. V oblasti potravinářství byla výstava zaměřena v první řadě na prezentaci gastronomie, na čerstvé produkty, ryby, maso, mléčné výrobky, výběr vín z různých zemí, pivo a alkoholické nápoje.



Ve dnech 19.–28. ledna 2024 se v Berlíně konal mezinárodní potravinářský, zemědělský a zahradnický veletrh Internationale Grüne Woche. Výstava se pyšní dlouhou tradicí, neboť první ročník se uskutečnil již v roce 1926. Brány veletrhu byly otevřeny jak odborníkům, tak široké veřejnosti. 88. ročníku se na 118 000 metrech čtverečních výstavní plochy zúčastnilo 1 400 vystavujících z více než 60 zemí. Pro firmy v zemědělství a potravinářství bývá akce tradičním a důležitým testovacím trhem před nadcházející sezónou. Na veletrhu Grüne Woche měla i letos zastoupení Česká republika. V oblasti potravinářství byla výstava zamě-

řena v první řadě na prezentaci gastronomie, na čerstvé produkty, ryby, maso, mléčné výrobky, výběr vín z různých zemí, pivo a alkoholické nápoje. Veletrh Grüne Woche představil nové trendy v oblasti potravinářství a biopotravin. Pozornost byla věnována i dalším tematicky blízkým oblastem, jako například lesnictví a myslivosti, případně zahradnictví a květinářství. Nechyběly ani přehlídky hospodářských zvířat. V rámci expozice Fondu (152 m²) byla pro zájemce připravena prezentace výrobců, jejichž produkty byly oceněny značkami kvality potravin Klasa či Regionální potravina. Celkem se na veletrhu představilo 11 výrobců, kromě jiných ekologická

Farma Rudimov, brněnská firma Huhuchilli zabývající se výrobou chilli produktů a kimchi, společnost Vřes Caffé se svojí čerstvě praženou zrnkovou kávou či třeba rodinná firma Hřebečská medovina specializující se na produkci originální medoviny.





Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

děkuji vám za váš zájem o činnost Fondu, za aktivní spolupráci s kolegy a kolegyněmi v regionech a za zpětnou vazbu, která se nám od vás dostává. I díky vám je Fond moderní platební agenturou, jež žadatelům o zemědělské dotace dlouhodobě poskytuje servis vysoké kvality. Každý konstruktivní apel nás posouvá dál.

Loňský rok byl v celém zemědělském odvětví náročný. Museli jsme zvládnout zavedení nové společné zemědělské politiky do praxe a s tím souvisejících nových dotačních titulů nebo pro všechny členské státy EU závaznou implementaci AMS (monitoring zemědělských ploch s využitím družic). Rok 2023 přinesl v oblasti zemědělství a zemědělských dotací řadu změn, což pocítili v první řadě žadatelé o dotace, ale rovněž my, pracovníci Fondu. Mimo jiné byla implementována nová pravidla a aktualizovány priority. Dotace mají v obecné rovině podporovat hospodaření s ohledem na přírodu, prevenci a ochranu před změnami klimatu, posílit konkurenceschopnost, rozvíjet venkov, myslet na vědu, výzkum i generační obměnu v zemědělství.

Základní principy fungování jsou zaměřeny na podporu evropských zemědělců, zajišťování potravinové bezpečnosti v Evropě, a to při provozování odolného, udržitelného a konkurenceschopného zemědělského sektoru.

Změny oproti předchozímu období rozhodně nebyly kosmetické, proto jsme pro zemědělce uspořádali pestrou paletu seminářů a webinářů, kupříkladu k tématu Jednotné žádosti jsme jich realizovali více než padesát, abychom jim nové nastavení dotačního systému řádně představili a pečlivě vysvětlili.

Hlavní zemědělskou dotací zůstaly přímé platby, které jsou plně hrazeny z evropských zdrojů.

Kromě už zavedených dotací, jako je základní platba na plochu (BISS) nebo podpora citlivých komodit (CIS), byla nově zavedena platba pro malé zemědělce (MALZ), doplňková redistributivní podpora příjmu pro udržitelnost (DRP) a takzvaná celofaremní ekoplatba. Poprvé tak měli nárok na speciální dotaci malí zemědělci, kteří hospodaří na výměře do 10 hektarů. Další nová přímá platba, doplňková redistributivní podpora příjmu pro udržitelnost, je určena pro všechny žadatele na prvních 150 hektarů zemědělských pozemků.

Cílem celofaremní ekoplatby je pro změnu podpora postupů prospěšných pro životní prostředí a klima a také důraz na udržitelnost hospodaření. Tato platba má dvě úrovně, a to základní a prémiovou s odlišnou výší sazby. Nově vyprofilované přímé platby mají více přispívat k rozvoji menších zemědělských farem a zároveň motivovat k šetrnějším postupům hospodaření.

Fond v roce 2023 nakonec přijal a zpracoval celkem 31 218 jednotlivých žádostí od farmářů a zemědělců, na jejichž základě administruje podporu v oblasti přímých plateb a neprojektových opatření Rozvoje venkova. V rámci jednotlivých žádostí za rok 2023



bude žadatelům finálně vyplaceno okolo 30 mld. korun českých.

Vyplacených žádostí v roce 2023 je 35 598, kdežto v roce 2022 to bylo 37 163. Suma vyplacených prostředků byla 8,2 mld. ke konci roku 2023 oproti 14,8 mld. v roce 2022. Rozdíl ve výši vyplacených dotací je dán nejen pozdějším zahájením vydávání rozhodnutí z důvodu náročnější implementace nové SZP, ale zejména pak výrazně nižší alokací finančních prostředků (cca o 5 mld. Kč) na platbu BISS oproti platbě SAPS v roce 2022. Současně je potřeba upozornit na to, že část žadatelů požádala Fond o odklad vydání rozhodnutí, případně o vyplacení dotace až v roce 2024.



U nejrozšířenější dotace BISS Fond vydal do konce roku 2023 již 93,85 % rozhodnutí, přičemž deklarovaný předpokládaný termín pro vydání 90 % byl až 26. leden 2024, což podtrhuje efektivitu administrace v rámci tohoto opatření. BISS (Základní podpora příjmu pro udržitelnost) se vyplatí 24 296 žadatelům, mezi něž se rozdělí více než 6 miliard. Sazba BISS pro rok 2023 byla stanovena na 1 760 korun na hektar.

Letos nás čekají výzvy další. Druhý rok pojedeme podle pravidel nové Společné zemědělské politiky na období 2023–2027, momentálně analyzujeme možnost návratu k zálohovým platbám tak, aby to bylo pro nás administrativně efektivní a pro zemědělce praktické a vstřícné.

Prioritou je pro nás výplata plateb z Jednotné žádosti 2023, například nového titulu Ekologické zemědělství. Ve spolupráci s Ministerstvem zemědělství bude rovněž probíhat příprava nového dotačního titulu k erozi.

Novinky plánujeme také v přihlašování na portály Fondu (Portál farmáře, Portál AMS i GTFoto).

V souladu s doporučením Ministerstva vnitra a celospolečenským trendem zavedeme možnost autentizace, tedy autorizovaného přihlášení, přes Identitu občana. Kolegové z Odboru komunikace již přes rok pracují na návrhu nového vizuálního stylu, který chceme začít také letos postupně implementovat napříč Fondem. Současná vizuální identita funguje od roku 2004, není dobře aplikovatelná v praxi elektronické komunikace a zároveň dostatečně nevystihuje charakter naší instituce. Chtěli jsme, aby nová vizuální identita sebevědomě prezentovala Fond jak u nás, tak v zahraničí, odrážela prestiž a solidnost úřadu a zároveň byla lehce zapamatovatelná a aplikovatelná do praxe.

Změny připravujeme i v oblasti marketingové podpory a komunikace značek kvality potravin Klasa, Regionální potravina a BIO. Máme za sebou i úspěšnou sezónu veletrhů a výstav, kde se spolu můžeme osobně potkat, už se připravujeme a těšíme na novou sezónu.

Vážení přátelé, i v roce 2024 budeme intenzivně pokračovat

v podpoře českého zemědělství. Hospodařit budeme minimálně s rozpočtem 38,9 miliardy korun, který schválila Poslanecká sněmovna ČR. Většina finančních prostředků, konkrétně 29 miliard, bude pocházet z evropských fondů. V rámci I. změny rozpočtu počítáme s dalším zapojením národních prostředků do rozvoje venkova.

Vše je v pohybu a v procesu kontinuální změny. Musíme flexibilně reagovat na potřeby doby, prioritně se zaměřujeme na digitalizaci a zefektivňování interních procesů Fondu. Sledujeme trendy, sdílíme zkušenosti i s kolegy ze zahraničí a jdeme naproti změnám a inovacím. Dnešní rychlá doba se může zdát být v zavedených zvyklostech přítěží, ale ani v našem zemědělském odvětví se pokroku, digitalizaci a s tím souvisejícím změnám nevyhneme.

Těším se na spolupráci s vámi a přeji vám šťastný a úspěšný rok 2024.

Petr Dlouhý
generální ředitel SZIF

Nový jednotný vizuální styl SZIF jako moderní nástroj komunikace

Nová vizuální identita SZIF je postavena na typografickém pojetí značky s charakteristickým detailem, který tvoří základní kámen celé komunikace. Vítězný návrh je přátelský, graficky působivý, nadčasový a najde široké uplatnění na tištěných materiálech, veletržních stáncích i v online komunikaci a na sociálních sítích.



Cesta k novému vizuálnímu stylu

Současná vizuální identita Fondu vznikla již v roce 2004 a v poslední době jsme čím dál častěji začali v komunikaci a prezentaci narážet na její limity. Proto jsme se v roce 2022 ve spolupráci s organizací Czechdesign rozhodli vyhlásit uzavřenou designéřskou soutěž (dvoufázovou, neanonymní), jejímž cílem bylo definovat a vytvořit novou vizuální identitu, která sjednotí a systematizuje vizuální komunikaci Fondu jako moderní platební agentury, včetně vybraných značek a podznaček, posílí a zvládne komunikaci zejména směrem k našim klientům, zemědělské veřejnosti a dalším relevantním cílovým skupinám.

Chtěli jsme, aby nová vizuální identita sebevědomě prezentovala Fond jak u nás, tak v zahraničí, odrážela prestiž a solidnost úřadu a zároveň byla lehce zapamatovatelná a aplikovatelná do praxe. Nynější vizuální identita postrádá nadčasovost, není dobře aplikovatelná v praxi elektronické komunikace a zároveň dostatečně nevystihuje charakter naší instituce. Soutěže se zúčastnily čtyři týmy designérů: HMS design, Studio Marvil, Studio Svéráz a duo Věra Marešová a Ondřej Zámeš. Kromě konceptu vizuální identity měli soutěžící navrhnout též podobu ikon systému AMS, grafické řešení podznaček a regionálních odborů, řešení exteriéru služebního vozidla, podobu externího časopisu či

příspěvků na sociální síti. Zakázku na vypracování nové vizuální identity a její implementaci, která bude zahájena letos, nakonec získalo studio HMS design. Studio v soutěži uspělo s nadčasovým a čistě typografickým pojetím vizuální identity, která je přátelská, vizuálně výrazná a široce aplikovatelná.

Rostoucí klas nebo otisk stopy od traktoru aneb působivý rastr jako nový vizuální prvek

Typografické pojetí značky Fondu v návrhu od HMS navázalo na původní logotyp, liší se však nápaditým detailem v šikmé části druhého písmena názvu SZIF. To je pro působivost celého zpracování klíčové: určuje celý nový vizuální styl, značku instituce, a především vyjadřuje její zaměření. Tento grafický prvek (diagonála) v písmeni se tak stal hlavním komunikačním nástrojem nového vizuálního stylu. Oblé prvky v písmeni mohou připomínat pole nebo přírodní tvary jako listy, diagonála zase vytváří dojem cesty vedoucí mezi poli. Autoři si s ní v celé identitě pohrávají, tvoří z ní grafický rastr, skládají piktogramy, vyplňují ji fotkami.

Základní barvou SZIF zůstává zelená, která odkazuje k přírodě a podtrhuje zaměření instituce. Jednotlivé dotační programy Fondu mají svou vlastní ikonu a jsou barevně



odlišené. Každý program má přidělenou svou barvu, která se objeví na všech materiálech spojených s konkrétním programem. U programu Rozvoj venkova ikonu vytváří rostoucí klasy, program Celostátní síť pro venkov je vytvořen z navazujících dílků rastru a představuje síť, systém AMS (monitoring zemědělských ploch pomocí družic) tvoří geometrický tvar připomínající pole, ikona Společné organizace trhu, zahrnující programy pro školy, je nápaditě vytvořena z linek připomínajících zeleninu.

Prvek diagonály rozpracovalo studio HMS i do informační grafiky, takže vznikla základní sada informačních kreseb – piktogramů, které mají stejný charakter a doplňují tak jednotný vizuální styl. Aplikace těchto piktogramů bude využita na cedulkách a informačních panelech v prostorech a na budovách SZIFu.

Základním písmem nové identity je font Brutal Type, který vhodně doplňuje značku společnosti a dohromady tvoří nezaměnitelný vizuální styl. Jako doplňkové písmo zvolili autoři systémové písmo Arial, které se používá k vyplňování šablon merkantilních tiskovin a tvorbě jiných tiskových materiálů, kde není možno použít písmo Brutal Type.

Napříč celým vizuálním stylem se používá diagonální rastr, který má pevně daná pravidla. Na vizuálech, které pracují s představením určité osoby nebo vypráví konkrétní příběh, je použit vzor jedné diagonály.

Ta slouží jako podklad pro fotografii a daný člověk nebo předmět jakoby vystupuje z diagonály do prostoru. Diagonála také může přebírat barvy jednotlivých programů a podpořit tak záměr komunikačního sdělení. Druhým typem je univerzální grafický rastr vyplněný fotografií, jež se váže k určitému tématu. Takovýchto rastrů se stejnými rozestupy je k dispozici celkem šest, některé připomínají pole, rostoucí klas nebo otisk stopy od traktoru. Třetí variantou je rastr ponechaný pouze v barvě.

Grafické pojetí Státního zemědělského intervenčního fondu od HMS je výrazné, moderní a nadčasové. Značka je dobře čitelná a obsahuje působivý detail, díky kterému je originální. Jednotlivé grafické prvky vybízejí k výtvarné kreativě. Porota soutěže složená z odborníků oboru a zástupců zadavatele na vítězném návrhu ocenila především jednoduchost a věcnost, což přispěje k jeho snadné aplikaci napříč komunikačními kanály.

Jelikož je ale změna komplexní vizuální identity v rámci agendy státní instituce velice náročný proces, implementace, kterou zahájíme letos, bude postupná s důrazem na důslednost v detailech. V dlouhodobém výhledu je plánovaný také celkový redesign webových stránek včetně jejich struktury.





1/ Co vás na výzvě do soutěže zaujalo? Měli jste již zkušenost s projektem pro státní instituci?

K účasti v soutěži nás oslovila odborná organizace Czechdesign a protože tvorba značek a vizuálních stylů je naší hlavní činností, neváhali jsme a výzvu přijali. Líbila se nám možnost komplexního pojetí nového vizuálního stylu. Realizovali jsme již mnoho značek a manuálů pro státní instituce, například Českou filharmonii nebo AMU, ale takováto příležitost přichází přeci jen jednou za čas.

2/ Kolik lidí na návrhu pro SZIF pracovalo?

Na většině projektů pracujeme vždy všichni, tedy čtyři grafičtí designéři, později přebírá a vede zakázku již jen jeden z nás.

3/ Co byl při vymýšlení celkového konceptu vizuální identity největší oříšek?

Nejdůležitější moment je vždy ten první nápad. U zakázky pro SZIF to byla samotná značka a prvek diagonály, který určil další směřování. Čím více jsme návrh rozpracovávali, tím víc se před námi objevoval celý vizuální styl v konkrétních obrysech a práce nás bavila víc a víc.

Studio HMS design založili v roce 2000 Filip Heyduk, Josef Musil a Martin Strnad. Jako renomované pražské studio realizovali již více než 600 projektů v oblasti vývoje značky a vizuální identity a jsou držiteli mnohých prestižních ocenění. V jejich portfoliu najdete logotypy, grafické manuály, výroční zprávy, kampaně, umělecké publikace, expoziční grafiku výstav a veletrhů, firemní profily, webdesign i filmové plakáty.



4/ Jak si takový proces tvorby můžeme představit?

Ve studiu máme jasně rozdělené role, jsme čtyři grafici, dva grafici na DTP (příprava dat a sazby pro tisk), dva produkční a jeden programátor. Myslím, že právě díky jasně rozdělené práci můžeme být jako studio efektivní a rychlí.

5/ Kde čerpáte inspiraci a energii do další práce?

Největší odměnou pro nás je, když je klient s naší prací spokojený a vizuál, který jsme navrhli, používá. Zní to jako klišé, ale je to pravda. Někdy se nám stává, že se během práce ve vedení vymění lidé, kteří mají jiné představy a na to musíme pak reagovat. Takže když je s naší prací klient spokojený, dává nám to energii do dalšího projektu.





Odborná porota soutěže

Petr Štěpán – grafický designér, zakladatel studia superlative.works. Má bohaté zkušenosti s tvorbou vizuálních identit a grafickým designem v dopravě, navrhl například novou identitu RO-PID. Je držitelem ceny Czech Grand Design za orientační systém a vizuální styl Českých drah. Postaral se o grafickou podobu vizuálního stylu kampaně pro prezidenta republiky Petra Pavla.

Tomáš Machek – grafický designér a zakladatel studia Side2. Má dlouholeté zkušenosti s navigačními systémy a zajímá se o grafiku v architektuře, je autorem informačního systému pro multifunkční aulu Gong v Dolních Vítkovicích. Studio Side2 loni získalo cenu Czech Grand Design, Grafický designér roku 2023 za projekt Čitelná Praha – navigační systém pro pěší a veřejnou dopravu hlavního města Prahy.

Kateřina Přidalová – publicistka a kritička designu, přispívá do časopisů a online magazínů o designu a vizuální kultuře. Je členkou výběrové poroty Czech Grand Design, vyučuje na uměleckých školách (Scholastika, FAVU VUT, FU OU) a založila platformu Designěři dětem.





Pro zajímavost představujeme i další soutěžní návrhy, mezi kterými jsme vybírali.

Studio Svéráz se zaměřilo na pozitivní emoce, jednoduché symboly a barevnost. Jejich návrh by v obecnstvu měl vzbuzovat důvěru a souznívání s hlavním posláním instituce, kterým je pomáhat českým zemědělcům k růstu. Jednotlivé prvky loga symbolizují proces vzniku života v přírodě. Žlutý kruh jako slunce a modrá kapka jako symbol vody se vzájemně překrývají, čímž vzniká zelená barva. Porota soutěže na návrhu ocenila především uvažování nad symbolem a celkovou obsahovou promyšlenost.

Kombinace jednoduchosti a čitelnosti byla cílem dua designérů **Věry Marešové** a **Ondřeje Zámešného**. Pro svůj návrh zvolili zelenou a růžovou barvu a výraznou typografii. Vytvořili také koncepci, jak komunikovat s veřejností pomocí kampaní jako např. SZIF pomáhá, můj SZIF nebo SZIF příběhy. Široký záběr vizuálního stylu, práce s textem a zpracování velkého množství výrazových prostředků porota na tomto návrhu ocenila nejvíce.



Studio Marvil svůj návrh v odstínech zelené barvy postavilo na typografickém logu s dominantní stylizací litery F, kterou by v online komunikaci a na propagačních materiálech bylo možné použít i samostatně. Pro doplnění vizuálního stylu vytvořili abstraktní motivy inspirované českou krajinou, které by bylo možné využít například pro obsáhlejší témata jako možnou alternativu fotografií. Dle poroty byl návrh studia Marvil velmi sebevědomý a důrazný.



Rozhovor s předsedou dozorčí rady SZIF Jakubem Michálkem



Pane Michálku, letos tomu budou dva roky, kdy jste se stal předsedou Dozorčí rady platební agentury SZIF. S jakými představami a vizemi jste na pozici nastupoval?

Po zvolení jsem měl představu a povědomí o tom, co nás čeká z hlediska administrativního fungování Fondu, na které se zaměřuji v Dozorčí radě. Prvním tématem je obměna informačního systému tak, aby platební agentura fungovala pořádkem svižně a současně jsem si přál, aby SZIF pokračoval v digitalizaci. Mimochodem musím říci, že SZIF patří mezi nejpokročilejší úřady v přechodu na digitalizaci a současně je mým cílem, aby byl nadále transparentně fungující institucí. Druhá oblast se týká vyplácení dotací, respektive snahy, aby mix vyplácených dotací byl smysluplný. Za to je primárně zodpovědné Ministerstvo zemědělství, ale úlohu Dozorčí rady vnímám i tak, že poskytujeme Ministerstvu zemědělství zpětnou vazbu z terénu. Aby v případě, pokud to SZP dovolí, dokázalo ministerstvo dotační mix upravit a zvážit změny, které jsou potřeba pro to, aby byly dotace rozdělovány smysluplně. Na tuto oblast se zaměřují hlavně kolegové v Dozorčí radě, kteří mají rozsáhlé znalosti z oblasti zemědělství.

Zmínil jste, že Fond je pokrokový úřad v digitalizaci. To s sebou přináší i řadu změn při vyřizování

žádostí o dotace. Někteří kritici tomu říkají zátěž pro zemědělce.

Samozřejmě se setkáváme s tím, že pro zemědělce je to někdy zátěž, ale je třeba neustále vysvětlovat, že pokrok se nezastaví a musíme i zemědělské odvětví digitalizovat. Důležité je pozitivně motivovat a přesvědčit české zemědělce, že musí přejít na chytřejší technologie, které jim v důsledku práci usnadní. Vnímám strukturu zemědělců tak, že přibližně třetina lidí si ještě úplně nezvykla na některé digitální technologie, pořizování snímků GT foto a podobně. A jsem proto velmi rád, že SZIF má poměrně solidní strukturu v krajích, kde pomáhá zejména těmto lidem, aby pro ně nevznikla digitální propast. To by je v podstatě vyloučilo ze zemědělského odvětví. Takže silnou sítí podpory v krajích, kterou Fond poskytuje, hodnotím velmi dobře.

Další výhoda digitalizace je, že šetří peníze. Tím, že zavádíme nové technologie a automatizovaně zpracováváme žádosti, abychom zvládli změnu zemědělské politiky a nová pravidla. Současně samozřejmě plníme celoevropské požadavky na to, abychom dokázali zajistit efektivnější kontrolu, že skutečně všichni dodržují požadavky na seče a různé další podmínky. Během mého funkčního období se podařilo spustit projekt AMS (dříve Mach), na kterém pracovala

spousta lidí v rámci zemědělského fondu i externích dodavatelů, a byť jej provázely určité porodní bolesti a Dozorčí rada přinášela aktivně zpětnou vazbu od zemědělců přímo k vedení Fondu, nakonec se podařilo všechny nesrovnalosti napravit. Myslím si, že výsledek bude stát za to.

Díky AMS máme v podstatě neustálý přehled o tom, jak se česká krajina vyvíjí. Využíváme družice, které sledují spoustu různých parametrů a do budoucna to je věc, na které můžeme stavět a rozvíjet péči o krajinu tak, aby to bylo krajina, jakou si všichni občané Česka, nejen zemědělci představují.

Takže uplynulé dva roky ve Fondu hodnotíte pozitivně?

Myslím si, že pokrok, kterého se podařilo dosáhnout, je vidět. A ještě možná upozorním na to, že jako zástupce zvolený Poslaneckou sněmovnou prosazují náš koaliční program ve smyslu, že musíme snižovat náklady. Konkrétně v zemědělském fondu jsme snížili početní stavy o desítky zaměstnanců, což samozřejmě výrazně ušetří prostředky, které pak můžeme vložit přímo do dotací pro zemědělce, nebo použít ke snížení státního dluhu. Důležitá věc, na kterou jsem se také zaměřil, je problematika střetu zájmů tak, abychom vyřešili toto nepříjemné dědictví. Evropská komise vytýkala České republice, že nemá dostatečně

ošetřenou situaci, kdy členové vlády historicky dostávali dotace. Takže to je další věc v procesu a o výsledku rozhodnou soudy.

A jaké plány máte v roli předsedy Dozorčí rady do dalších dvou let?

Vedení platební agentury je na panu řediteli a na jeho týmu, úlohou Dozorčí rady je opravdu spíše kontrolovat, jakým směrem činnost Fondu směřuje a kontrolovat hospodaření. A také přinášet podněty a zpětnou vazbu vedení SZIF a Ministerstvu zemědělství. Samozřejmě mám témata, která vnímám jako srdcová, například úpravu skladby dotací tak, abychom podporovali trendy zásadní napříč evropským zemědělstvím, a to je podpora lokálních produktů. Chceme, aby zdravé produkty, jako lokální zelenina a ovoce, byly začleněny do veřejného stravování. Máme poznatky ze zdravotního profilu Česka, že jíme málo zeleniny, sice kupujeme zeleninu pro svoje děti, protože si uvědomujeme, že je zdravá, ale sami na sobě šetříme, což je škoda. A vlastně to celé zapadá do vize snížit cenu ovoce a zeleniny. Snížili jsme zdanění potravin o tři procentní body, což pomohlo tomu, že se část potravin zlevňuje a stala se dostupnější pro občany. A když čtu zprávy o tom, že se snižuje rozsah jabloňových sadů, tak mě to velmi mrzí a přál bych si, aby se nám tomu podařilo zabránit. Takže projekty typu z Farmy na



vidličku, Ovoce do škol, podpora ekologického zemědělství v krajině vůbec jsou věci, které je potřeba dotáhnout samozřejmě i z hlediska správy Fondu. Musíme dlouhodobě snižovat náklady na administrativu, aby co nejvíce peněz zůstalo na skutečnou podporu zemědělství. Rád bych, abychom docílili zpřehlednění značek kvality potravin. Dovedu si představit, že by zdravé potraviny byly označeny jednoduchými piktogramy, které by zákazníkům zpřehlednily výběr. Věřím, že lidem by takové označení pomohlo. Třeba na evropské úrovni se řeší hodně NutriScore, ale z mého pohledu má významná omezení. Podle piktogramů na obalu by se zákazníci jednodušeji orientovali, takže spíš bych doporučil, abychom hledali sadu zkratek, která bude opravdu srozumitelná a bude mít vypovídající hodnotu.

Co vás při příchodu do Fondu nejvíce překvapilo?

Musím přiznat, že mě překvapilo obrovské množství předpisů, kterými se řídí činnost zemědělského

fondu. Myslím tím, že jsou těmi pravidly a předpisy svázaní i úředníci a úřednice. Tolik regulací na evropské úrovni, množství předpisů a nařízení na české úrovni, prováděcí brožurky, výklady a víc než 1 000 interních předpisů a regulací SZIF. S takovou koncentrací předpisů jsem se jako právník, a to mám velký doktorát z právnické fakulty a prochází mi rukama mnoho zákonů, ještě nesetkal. Klobouk dolů před lidmi, kteří se v tom vyznají. Protože běžný člověk si představí, že zemědělství je odvětví hodně spojené s přírodou a se zdravým selským rozumem. A když se pak potkáte s realitou, množství požadavků, kterým musíme vyhovět Evropské unii, je opravdu obrovské a je to velmi, velmi komplexní problém, který je často pro naše klienty – zemědělce – nesrozumitelný. A proto také jedna z věcí, se kterou jsem oslovil pana ředitele Dlouhého je zjednodušit písemnosti tak, aby jim každý zemědělec rozuměl a aby byly psány srozumitelným jazykem. Zkrátka, abychom se co nejvíce vyvarovali „bruselštiny“.



Je třeba nadále zlepšovat servis pro české zemědělce, ale jsem velmi rád, že zpětná vazba, kterou mám, naznačuje, že zkušenost s Fondem mají zemědělci výjimečně dobrou. Když se jich dotazuji na zkušenosti a činnost SZIFu, tak jsou žadatelé vesměs spokojeni, že jim zaměstnanci Fondu v terénu v regionech opravdu pomáhají. Ale současně si myslím, že stále existuje prostor, jak můžeme inovovat a zlepšovat naše služby, aby byly ještě lepší. Samozřejmě spousta žadatelů se spoléhá na externí poradce, ale myslím si, že běžný zemědělec by neměl mít důvod, proč si najímat externího poradce, aby dostal dotaci na svých pár políčkách. Při zavádění nové společné zemědělské politiky jsme jenom pro Jednotnou žádost udělali víc než padesát workshopů a školení pro zemědělce, takže v tomhle trendu určitě budeme pokračovat. Dále bych chtěl administrativně zjednodušit žádosti, myslím si, že tady máme velký potenciál. Což půjde ruku v ruce s tím, jak se bude rozvíjet digitalizace Fondu a myslím si, že vykoučeno je správným směrem.

SZIF podporuje řadu krásných projektů, které rozvíjí život v regionech, napomáhají udržet tradiční receptury i řemesla, podporují zaměstnanost a živnostenské příležitosti. Máte vy osobně nějaký oblíbený projekt?

Jak už jsem zmínil, asi nejzajímavější jsou pro mne projekty, které se týkají odbytu zeleniny a ovoce. Tedy projekt Zelenina a ovoce do škol má velkou hodnotu. Nejenom ekonomickou, ale zejména výchovnou: děti si navýknou dostávat zeleninu z místního lokálního zdroje, a pokud je to spojeno s dobrou prací kuchařů a kuchařek třeba ve školní jídelně, tak je to skvělé. Když vzpomenu na vlastní školní léta, byla to pořád dokola zavařovaná řepa ze sklenic. Dnes už je úroveň opravdu někde jinde a co jsem měl možnost vidět a ochutnat v některých školních jídelnách, tak je i díky kulinářskému umění kuchařů podáváno zdravé a chutné jídlo.

Předseda Dozorčí rady musí řešit i nepříjemné případy dotačních podvodů. Jak nejlépe jim lze předcházet? A je těžké je odhalit, potažmo pak zjednat nápravu?

To mě velmi zlobí, protože každý takový podvod v podstatě odčerpává peníze pro 99 % poctivých zemědělců. Dostávám zprávy z terénu od lidí, kterým není lhostejno, že se podvody dějí. Například někteří vykukové, místo aby dodrželi požadavek 30 hektarů a rozčlenili svoje velké pole, si s tím poradili jenom

na papíře. Střídali dvě firmy a evidentně to vypadalo jako obcházení podmínek 30 hektarů; s nimi teď vedeme řízení o postihu. Chtěl bych důrazně varovat ty, kteří zvažují, že by si tímto způsobem přilepšili na úkor poctivých zemědělců, aby to nedělali. Jednak máme informační systémy, které tyto věci dokážou detekovat, jednak jim hrozí trestní postihy související s dotačním podvodem. Podvod není cesta, naopak je lepší se informovat, jakým způsobem je možné využít remízků, pásů a krajinných prvků v podobných záležitostech. Rád bych se zasadil o lepší vyhodnocení dopadů ekologických opatření, abychom viděli, zda deklarované ekologické cíle – třeba biodiverzitu – plníme, nebo ne.

Pane předsedo, děkujeme za rozhovor a na závěr se ptáme, co byste popřál našim čtenářům do nového roku 2024?

Určitě bych jim popřál zdraví, protože to je nejdůležitější, teď nás čekají chřipkové sezóny, tak aby nezapomínali zařazovat do svého jídelníčku zdravou stravu. Přeji všem čtenářům, čtenářkám, klientům a klientkám SZIFu také spokojenost a dobré vztahy v rodině a věci, které je v životě naplňují. Děkuji za rozhovor.



Klasa oslavila dvacet let jako vyhledávaná značka kvality

Národní značka kvality potravin Klasa oslavila v loňském roce dvacet let své existence. Aktuálně ji drží 946 výrobků od 274 výrobců. Klase se podařilo dostat se do široké povědomosti spotřebitelů.

V průběhu uplynulých dvaceti let ušla velký kus cesty a stala se pro zákazníky jednoznačně důvěryhodnou značkou a znakem kvality kupovaného výrobku, na jehož obalu ji najdete. Spotřebitelé, kteří se zajímají o původ a hlavně kvalitu potravin, ji vyhledávají a potraviny s Klasou přednostně nakupují.



Z pravidelných průzkumů zároveň vyplývá, že je Klasa nejznámější značkou kvality potravin. Její navozená znalost je vynikajících 90 procent a téměř 50 procent oslovených si značku vybaví spontánně. Pro zákazníky je ukazatelem toho, že výrobek je dostatečně prověřen. Přestože Klasa získala v průběhu let mnoho konkurentů v podobě dalších značek včetně těch privátních v gesci řetězců, se kterými jsou spotřebitelé při nákupu denně konfrontováni, její silný brand upřednostňují a vyhledávají.

Zájem o Klasu roste i mezi výrobci, a to především mezi menšími producenty, kterým pomáhá se zviditelněním jejich kvalitních produktů mezi širokou konkurencí.

V rámci Fondu značku administruje a na starosti má i doprovodnou

komunikační kampaň tým Kateřiny Ratajové, ředitelky Odboru aministrace podpory kvalitních potravin. S Kateřinou jsme si proto o současnosti i historii Klasy se zájmem popovídali.

Zájem o Klasu roste u menších výrobců

Z celkového počtu oceněných výrobců tvoří pouze 10 % velké podniky. Nejde tedy o značku pro výrobky velkých producentů, což bylo někdy Klase neprávem vyčítáno. Velikost oceněných výrobců je naopak v naprosté většině do 250 zaměstnanců (90 %). Konkrétně, firmy o velikosti do deseti zaměstnanců se podílí na celkovém počtu držitelů Klasy 17 %, s 11 až 50 zaměstnanci 32 %, 51 až 250 zaměstnanců uvádí 41 % firem a jen zbylých zmíněných 10 % má nad 250 zaměstnanců.

Dříve hrál prim původ, nyní kvalita

Původním záměrem Klasou bylo ocenit, respektive označit především ty výrobky, které byly tuzemské a vykazovaly nadprůměrné kvalitativní znaky. V letech 2003 až 2006 bylo pro udělení značky Klasa podmínkou určité procento zastoupení tuzemských surovin v produktu. I v tehdejší marketingové kampani byl zdůrazňován český původ Klasou oceněných výrobků. Ke změně došlo v roce 2007, kdy České republice vypršela výjimka v oblasti národní podpory, která platila od našeho vstupu do Evropské unie (EU). Vyzdvižení tuzemského původu produktu se proto dále již nemohlo při propagaci využívat.

Klasa se od té doby uděluje primárně výrobkům, které vykazují výjimečné kvalitativní charakteristiky, a pomáhá tak s jejich zviditelněním ve srovnání s konkurencí. Aktuálně je pro získání označení Klasa rozhodující prvek kvality, nikoli původ výrobku. Čímž je zároveň splněna podmínka dle pravidel financování daných propagačních aktivit v rámci EU.

Klasa se uděluje výrobkům, které vykazují výjimečné kvalitativní



charakteristiky, jež zvyšují jeho přidanou hodnotu a zaručují jeho jedinečnost ve vztahu k běžným výrobkům dostupným na trhu. Za takové se považují například mimořádné kvalitativní, nadstandardní vlastnosti (např. technologie výroby, tradičnost, významný obsah obohacujících složek aj.), složení výrobku, výjimečné senzorycké vlastnosti a další doplňující kritéria včetně ocenění a značek kvality s přímou vazbou na kvalitativní výjimečnost daného výrobku (např. inovativnost výrobku, držení dalších značek kvality, jako je např. Regionální potravina, CHZO, CHOP, ZTS, ochranné známky SISPO, IPZ, režimy jakosti BIO či Q CZ).

Více výrobců, méně produktů

Na změnu pravidel pro udělování značky reagují i výrobci, kteří o značku usilují. Jejich zájem o značku dlouhodobě roste, ale přihlašují menší počet produktů ze svého portfolia: protože chtějí zvýšit šanci na získání Klasu, vybírají a přihlašují skutečně jen ty nejlepší produkty.

Výrobci jsou si dobře vědomi skutečnosti, že s logem Klasa na obalu oceněného výrobku se jejich produkt oficiálně dostává mezi zboží s nadstandardními kvalitativními znaky. A kromě jednoznačné výhody zviditelnění na trhu a oddělení se od konkurence je pro ně značka Klasa i hmatatelnou formou ocenění jejich poctivé práce.

Cíle českého potravinářství

Strategické rozvojové cíle českého potravinářství se dlouhodobě odvíjejí dle Strategie resortu Ministerstva zemědělství České republiky s výhledem do roku 2030. Hlavním strategickým posláním rozvoje potravinářského průmyslu je výrazný růst jeho efektivity a konkurenceschopnosti na evropském i světovém trhu. Ty vytvářejí

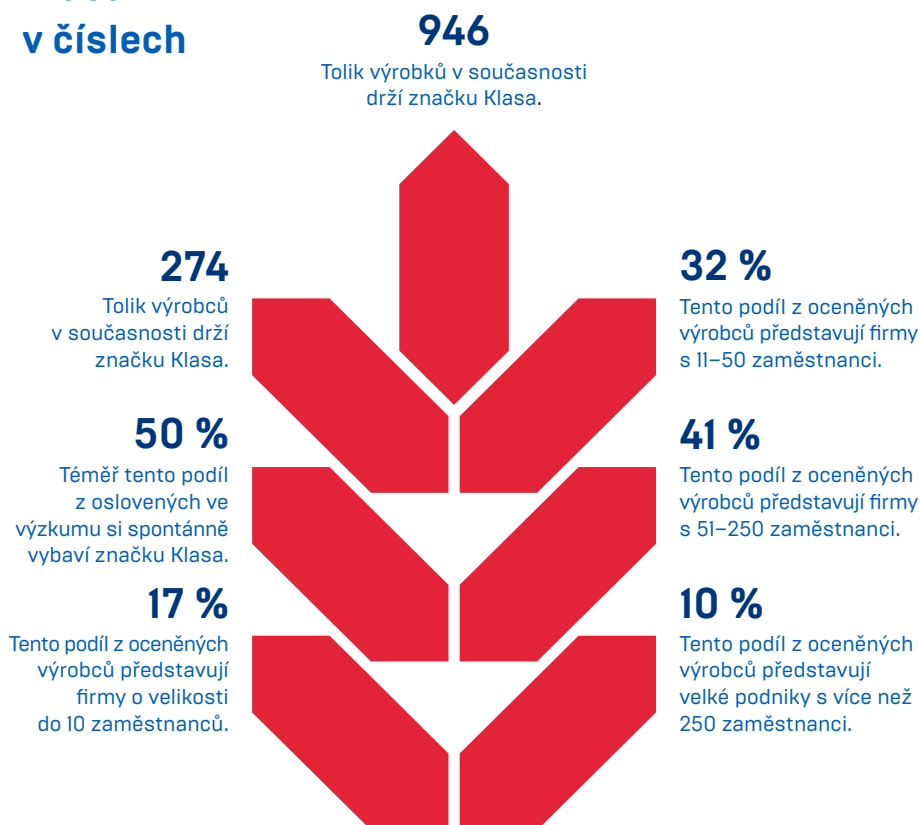
předpoklady nejen pro zvýšení nabídky bezpečných, kvalitních a cenově dostupných potravin spotřebitelům v ČR, ale i efektivní vazby na domácí zemědělství včetně zajištění mimoprodukčních funkcí potravinářství v oblasti rozvoje venkova, zlepšování vztahů k životnímu prostředí a snižování energetické náročnosti potravinářské logistiky.

Historie a komunikační záměr značky Klasa

Již samotný oficiální název Národní značka kvality KLASA napovídá, že byl její vznik iniciován zejména snahou o podporu tuzemských výrobců, ale i o pomoc spotřebitelům a odběratelům v orientaci na trhu s potravinářskými výrobky. Logo s lipovým listem slouží k lepší orientaci při identifikaci kvalitních potravinářských produktů a dává zároveň jistotu, že kvalita takového výrobku je stálá. Označení Klasa je také zárukou dodržování hygienických a technologických postupů, které podléhají pravidelné kontrole státních dozorových orgánů (Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Státní veterinární správa).

Prvotní nápad vytvořit značku, která by označovala kvalitní tuzemské potraviny, vzešel od Ministerstva zemědělství, potom byla její administrace postoupena na SZIF včetně zajištění a dohledu nad doprovodnou komunikační kampaní. V první etapě vzniku a uvedení Klasu na trh (do roku 2008) byla cílem její široká komunikace, aby se dostala do povědomí veřejnosti a spotřebitelů, aby se co nejrychleji vybudovala její plošná znalost a obsah. V průběhu druhé etapy (2009 až 2011) se komunikace zaměřila na fyzické a produktové hodnoty značky s cílem naučit spotřebitele rozeznávat kvalitativní rozdíly mezi jednotlivými potravinami a zároveň spotřebitelům ulehčovat výběr a nákup těchto potravin.

Klasa v číslech



snížení uhlíkové stopy, případně další agroenvironmentální dopady. Ve startovních letech se značkou Klasa pyšnilo kolem 270 výrobků od padesáti výrobců potravin. Aktuálně najdete Klasu na více než 900 produktech od téměř tří stovek výrobců tuzemského potravinářského trhu. Efekt Klasy na potravinářství je nemalý. Stačí projít obchodní síť a začít vnímat, kde všude se logo v barvách trikolory objevuje. Klasa a maskot Klasáček jsou průvodci kampaně na podporu kvalitních potravin, kam patří i další státem garantované značky, jako již zmíněná Regionální potravina, značky pro ekologické zemědělství s logy biozebra a biolist nebo označení pro Zaručené tradiční speciality, Chráněné označení původu a Chráněné zeměpisné označení.

Od roku 2015 se komunikační strategie posunula do úrovně spotřebitelských benefitů značky Klasa, aby spotřebitelé jasně pochopili, proč se jim vyplatí preferovat a kupovat kvalitní potraviny včetně produktů oceněných značkou Regionální potravina a ostatních státem garantovaných značek kvality.

Mezi lety 2016 až 2020 se kladl důraz na přesné definování parametrů kvality u potravin společně s důvody, proč dávat kvalitním potravinám přednost. Představili jsme animovaného panáčka Klasáčka, ambadora kvality, který se stal propagátorem a tváří značky. Jako její komunikátor vysvětluje, co je znakem kvality u různých potravin a proč je parametr kvality toho, co jíme, tak důležitý.

Klasa pomáhá a vzdělává

Dlouhodobým záměrem komunikace výhod Klasou označených výrobků je stav, kdy si spotřebitelé



více a v širším kontextu uvědomí, že cesta potravin na pulty obchodů představuje dlouhý proces, který začíná na poli u zemědělců a pokračuje přes zpracovatele zemědělských produktů až po výrobce potravin. Při nákupu potravin by měl vědomý zákazník či zákaznice ideálně zohledňovat nejen cenu a kvalitu, ale i délku dodavatelského řetězce, aspekt

V Beskydech pomáhají s farmařením roboti Kvído a Hugo



„V rámci té volnosti, kterou u nás krávy mají, pro ně musíte vyladit systém motivace, aby rády dělaly to, co vlastně potřebujete – zašly se alespoň dvakrát denně podojit a přitom tam nestály zbytečné fronty a během dne se pohybovaly v rámci farmy tak, jak jim vyhovuje – aby měly místo, kde se schovat před horkem, větrem, aby měly možnost se napást, když se jim chce...“

Farma Menšík je inspirativní ukázkou poctivého hospodaření následováním rodinné tradice s respektem k půdě, přírodě a udržitelnému zemědělství. Nejen o využití moderních technologií například při dojení, ale i o tom, že každá kráva je osobnost preferující svobodu, jsme si povídali s majitelem farmy panem Oldřichem Menšíkem.

Co je největší výzvou českého farmáře v Beskydech?

Výzvy se snažíme brát jako faktor, který nás motivuje k aktivitě a k přemýšlení, jak jim čelit a překonat je. Dnes se často mluví o **klimatické změně**, a vzhledem k našemu způsobu hospodaření je pro nás nejdůležitější dostatek vláhy. Jakkoli jsme naštěstí v posledních letech měli srážek dostatek, náš přístup k nakládání s vodou se určitě mění.

Další výzva je **ekonomická**: náklady za posledních dvacet let stoupaly rapidně rychleji než výkupní ceny produkce. A provozní dotace, u kterých bychom byli raději, aby vůbec nemusely být, reálně klesají. Na investiční dotace řada malých farmářů často nedosáhne. Případně dosáhne na malé částky mimo jiné proto, že obrovskou část těchto prostředků spolýkají velké podniky, které čerpají výhodu úspor z rozsahu. Ve výsledku tedy malým farmářům zůstává stále méně na investování do modernizace a rozvoje, což je základní

předpoklad pro dlouhodobé fungování a pro to, aby byl tento obor atraktivní pro další generaci.

A s tím souvisí i další výzva, a to **vnímání zemědělství** ze strany veřejnosti. Naší snahou je ukázat zákazníkům, hostům, sousedům, že zemědělství a farmaření může být atraktivní obor, kde se využívají moderní technologie, produkují kvalitní potraviny, kde získá práci řada vzdělaných a schopných lidí. A měl by být respektován i pro svůj přínos v péči o krajinu. Bohužel je však často prezentován pouze v souvislosti s dotacemi, což se na jeho vnímání podepisuje značně negativně.

Jakým způsobem zajišťujete odbyt svých výrobků?

Většinu produkce mléka realizujeme přes odbytové družstvo České biomléko, konkrétně naše mléko putuje na zpracování do mlékárny Kunín.

Již dvanáct let provozujeme i faremní minimlékárnu, kde zpracujeme asi čtvrtinu naší produkce mléka na několik druhů sýrů a kysaných mléčných výrobků. Velkou většinu těchto výrobků prodáváme „ze dvora“ v naší farmářské prodejně (otevřeno ve čtvrtek odpoledne), případně přes prodejní automat. Naše výrobky dále používá ve své kuchyni několik restaurací v okolí a je možné je najít i ve čtyřech obchodech s farmářskými produkty.

Rodinná Farma Menšík

Rodinná Farma Menšík leží v krásném prostředí Beskyd na úpatí hory Ondřejník v obci Kunčice pod Ondřejníkem. V současnosti obhospodařuje přibližně 140 hektarů pastvin a starají se o sedmdesát dojnic a přibližně stejný počet telat a jalovic.

Od svého vzniku v roce 1992 se na farmě věnují chovu krav a produkci mléka. Od roku 2010 přešli na hospodaření v režimu ekologického zemědělství a rozšířili svou činnost o nabídku ubytování a výrobu mléčných výrobků ve vlastní minimlékárně. Farma funguje v režimu ekologického zemědělství a splňuje podmínky certifikace veškeré produkce jako produkce ekologického zemědělství. Čistota a krása zdejší beskydské přírody umožňuje pracovitým farmářům a farmářkám nejen produkovat kvalitní mléko a potraviny, ale nabízí i neobvyklé a nezapomenutelné místo pro odpočinek a dovolenou. Za dnešní podobou a úspěchem farmy stojí dlouholetá poctivá práce stále se rozrůstajícího týmu nadšených farmářů rodiny Menšíků, jejímž členem je i mladá farmářka Olga Menšíková. Ta se rozhodla v rodinné tradici pokračovat a pustila se do vlastní zemědělské podnikatelské činnosti, na kterou požádala o dotaci. A v rámci opatření Rozvoj zemědělských podniků a podnikatelské činnosti ji získala.

Jak se prostředky z dotace využily?

Podnikatelským záměrem byl odchov mladého skotu ve spolupráci s dalšími ekologickými zemědělci a postupné zvětšení podniku, včetně převzetí pozemků a skotu od končícího zemědělského podnikatele. Dále nákup zemědělské půdy, zajištění vhodného prostoru pro skladování krmiv, podestýlky a vlastních mechanizačních prostředků stavebními opravami dlouhodobě pronajatého objektu, pořízení a užívání hloubkového kypřiče travních porostů za účelem zlepšení jejich schopnosti jímat a udržet vláhu a zajistit jejich dlouhodobou úrodnost. Posledním ve výčtu záměrů mladé podnikatelky bylo zlepšení kvality a výnosnosti obhospodařovaných pozemků přívsevem travních osiv. Nad rámec dotace se jednalo o pořízení dostatečně výkonného traktoru, pomocí kterého lze zajistit velkou část sklizňových i mimo-sklizňových prací na farmě.



Máte stále zákazníky z blízkého, nebo i vzdálenějšího okolí?

Vzhledem k omezené kapacitě produkce (malá řemeslná výroba) jsme se od začátku soustředili na přímý prodej u nás. Jakkoli bychom byli zřejmě schopni prodat naši produkci poměrně rychle a snadno například v Ostravě, ceníme si hlavně toho, že si nás našli zákazníci z naší obce a okolí. Ale není výjimkou, že k nám zajiždějí na nákup lidé i z větších vzdáleností.

Vím, že máte prodejní automat, jakou s ním máte zkušenost?

Prodejní automat nám umožnil oslovit především zákazníky, kterým nevyhovovala naše prodejní doba. Automat na naše mléčné výrobky je spolu s automatem na naši zmrzlinu umístěn v upraveném lodním kontejneru na dobře přístupném místě v Kunčicích pod Ondřejníkem a je otevřen v režimu 24/7. Samozřejmě vzhledem k našemu výrobnímu rytmu nelze vždy zaručit dostupnost všech výrobků (nejsem supermarket) – když se něco vyprodá, dokud se nevyrobí nová dávka, tak to prostě není.

Na farmě používáte moderní technologie, krávy dojí robot a ony si samy zajdou na dojení podle své potřeby. Můžete laicky popsat, jak to funguje, jak se to krávy naučí, jak často se dojí, zda stojí ve frontě...?

Hospodaříme v režimu ekologického zemědělství – v našem pojetí to ale není „návrat na stromy“. Jde o to, aby se věci děly přirozeně. A součástí toho je i používání moderních technologií – ty musí sloužit k usnadnění práce nám, ale i pro zpříjemnění života chovaného skotu. Naším kravám se snažíme dopřát co nejvíce **volnosti** – pokud to jde, pasou se venku, kam mají přístup čtyřicet hodin denně.



Během pastevního období (od poloviny dubna do co nejpozdějšího podzimu dle počasí) tvoří cca 80 % krmné dávky pastva – to ovšem pro použití u dojnic znamená poměrně náročný pastevní management. I proto, že sladit to s dojením v robotu není úplně jednoduché. V rámci té volnosti, kterou u nás krávy mají, pro ně musíte vyladit systém **motivace**, aby rády dělaly to, co vlastně potřebujete – zašly se alespoň dvakrát denně dojit a přitom tam nestály zbytečné fronty a během dne se pohybovaly v rámci farmy tak, jak jim vyhovuje –, aby měly místo, kde se schovat před horkem, větrem, aby měly možnost se napást, když se jim chce...

Samozřejmě pastevní období se liší od zimního období. V zimě se s pohybem musí omezit na poměrně prostornou stáj, kde jim krmení vozíme na žlab a průběžně ho přihrnuje přihrnovací robot Kvído. V tomto období je u nás průměrný počet dojení 2,6 na krávu a den. Během pastevního období klesne návštěvnost dojícího robota (říkáme mu Hugo) na 2,1 dojení/ks/den, ale dojivost vzroste o cca 20 %.

Vaše krávy mají jména a znáte jejich povahy. Kdo jména vybírá a máte svoji oblíbenou krávu, nebo i třeba černou ovci stáda?

Každá kráva je osobnost, každá je jiná (jak vizáží, tak chováním). Často se mě hosté ptají, jak je od sebe rozeznám, jak si zapamatují jejich jména – podle mě je to stejné, jako si učitel pamatuje své žáky. Nejde říct, která je vyloženě oblíbená nebo černá ovce stáda. V zásadě razíme myšlenku, že nejlepší kráva je ta, o které nevíme – ve smyslu běžně ji potkáváme, ale ona nepotřebuje naši pozornost: dojí (relativně jedno kolik), nemá zdravotní problémy, nedělá neplechu ve stádě, nemá problémy s reprodukcí a podobně. Samozřejmě že některé jsou společenšější než jiné a i to je příjemné, že si k vám přijdou pro podrbání, pohlázení.

Co mají krávy nejraději a co naopak rády nemají?

Z našeho pohledu mají asi nejraději tu volnost – a pak si samy vyberou, co jim nejlépe chutná a vyhovuje. Pokud se podaří udržet pastvu mladou a šťavnatou, je to pro ně určitě nejpřirozenější varianta krmení. I když jí rády proloží trochou mačkaného obilí, které dostanou během dojení v robotu.

A co rády nemají – to je jako u člověka různé. Většinou vám to svým chováním dají najevo.

Jaký z vašich produktů byste doporučil ochutnat jako první?

Těžko někomu něco doporučit, sto lidí sto chutí. Většina našich produktů je bez přídavných chutí. Kdo má zájem, může si sýr nebo jogurt snadno dochutit podle svých preferencí. Každopádně určitě stojí za to porovnat už jen naše mléko s alternativou v obchodě. A spousta zákazníků u nás oceňuje například „obyčejný“ tvaroh a kyšku.

Na co jste pyšní jako rodina a vy osobně?

Na rodiče, kteří se odhodlali v roce 1991 převzít část krachujícího JZD, zadlužit se a tvrdou prací vybudovat základy dnešní farmy. Rozhodně byli ve své době velmi pokrokoví. A ačkoli nejsme dokonalí a v mnoha ohledech nás čeká spousta další práce, jsme hrdí na to, že jsme spoustě lidem ukázali, že zemědělství nemusí být jenom nějaká „hnojařina“, ale že jsme schopni nabídnout mnohem více: kvalitní a žádané farmářské produkty, ubytování ve vyhledávaném penzionu, ale také v rámci exkurzí informace pro předškolní a školní výuku a v neposlední řadě i náš přínos k ekologickému a udržitelnému rozvoji regionu.

Co bylo hlavním důvodem, že jste se pro farmaření rozhodli? Šli byste do toho znovu?

Vždy se rozhodujete v daný okamžik na základě informací a zkušeností, které v té chvíli máte.

Přišlo nám přirozené navázat na rodiče a dál rozvíjet farmu, kterou založili. Rodiče dbali také na vzdělání, umožnili nám nejdříve studovat a následně i cestovat, což nám přineslo spoustu poznatků a zkušeností, které nás jednak podpořily v rozhodnutí věnovat se farmaření, jednak jsme je mohli částečně aplikovat i na naší farmě.

Nabízíte i turistické pobyty u vás na farmě v krásné přírodě Beskyd. Jakou s tím máte zkušenost? Za čím k vám lidé jezdí, co je tam táhne? S čím odjíždějí?

V rámci diverzifikace jsme se v roce 2010 rozhodli vybudovat minimlékárnu, abychom byli schopni část produkce realizovat sami s vyšší přidanou hodnotou. Současně s tím jsme rekonstruovali starou budovu stodoly na penzion, který jsme od počátku zaměřili především na pobyty rodin s dětmi. Naše lokalita je skvělým výchozím místem pro výlety do širšího okolí, zároveň si ale spousta hostů ráda užívá klidného místa a vyrazí na procházky do přilehlých luk a lesů. A děti se třeba mohou vyřádit na

„Již dvanáct let provozujeme i faremní minimlékárnu, kde zpracujeme asi čtvrtinu naší produkce mléka na několik druhů sýrů a kysaných mléčných výrobků.“

dětském hřišti. Hosté mají přístup do faremního obchůdku, kde si mohou sami kdykoli vybrat něco z naší produkce, případně některé regionální produkty, které tam nabízíme. A téměř všichni využijí možnost podívat se přímo na farmu: děti hlavně na telátka, dospělí především rádi zkoumají skloubení moderních technologií s tradiční zemědělskou výrobou.

Pamatuji si z dětství, že jsme chodili na chalupě k sousedům do chléva pro mléko a to pak jen převařené pili. Bylo moc dobré. Podáváte takové třeba turistům k snídani?

Ne, kupujeme jim krabicové (směje se). Ale teď vážně: samozřejmě je to jejich volba, u nás mají k dispozici čerstvé chlazené kravské mléko. Pokud si ho chtějí převařit, mohou. Naše mléko je ale průběžně testováno a kontrolováno v laboratoři a my sami ho pro vlastní spotřebu nijak neupravujeme.

A otázka na závěr, co vám dělá při farmaření radost?

Že děláme něco užitečného, něco, co dává smysl jak ekonomicky, tak společensky.



Cibule plněné sýrem gouda

**O tomto pokrmu si
dovolíme tvrdit, že je
zajímavou alternativou
francouzské cibulačky.
Takže pokud milujete
cibulačku, zaručeně
vás zaujmou i naše
cibule plněné goudou.**

Pro skvělý výsledek nesmí chybět zeleninový vývar a bílé víno. Základem chutného jídla je především volba surovin. A proto doporučujeme ty lokální, mezi které patří i geniální sýr naprosto fenomenální chuti Ovčí gouda archivní sýr ze Statku Horní Dvorce v jižních Čechách. Jedná se o polotvrdý sýr, který se vyrábí speciální ruční technologií ze 100% ovčího mléka. Potom poměrně dlouho zraje,

díky čemuž se může pyšnit plnou, ostrou a aromatickou chutí a vůní. Tato pochoutka byla vloni oceněna Regionální potravinou v Jihočeském kraji.



Počet porcí: 4 porce

Doba přípravy: 60 minut

Náročnost: **

Ingredience:

500 ml zeleninového vývaru

350 ml bílého vína

20 g másla

4 velké cibule

3 rajčata

120 g strouhanky

120 g Ovčí gouda archivní sýr,
Statek Horní Dvorce s r. o.

50 g petržele

2 stroužky česneku

3 jarní cibulky

Postup:

1. Troubu si předehřejeme na 180 °C.
2. Malý pekáč si vytřeme máslem.
3. Zeleninový vývar přivedeme k varu, přidáme víno a provaříme.
4. Cibule oloupeme, rozřízneme podélně a opatrně sundáme tři vrstvy. Vnější vrstvy cibule vložíme do vroucího vývaru a vaříme 3–4 minuty. Vytáhneme a necháme vychladnout.
5. Připravíme náplň. Rajčata nastrouháme na hrubém struhadle, většinu slupky, která nám zůstane, vyhodíme. Přidáme strouhanku, najemno nasekaný česnek, nasekanou petrželku, nakrájenou jarní cibulku, sůl, pepř a 90 g goudy nastrouhané najemno. Vše promícháme.
6. Každou vrstvu cibule naplníme směsí a utáhneme. Cibule skládáme do pekáče vedle sebe. Podlijeme trochou vývaru a pečeme 40 minut.
7. Po 40 minutách vytáhneme, posypeme zbylou nastrouhanou goudou pečeme dalších 10 min.
8. Dobrou chuť



Fond v číslech



14 556

dotazů celkem v roce 2023
vyřídila Infolinka SZIF

9 502

dotazů bylo telefonických

5 054

dotazů bylo e-mailových

1 485

dotazů se týkalo systému AMS či GTFoto

1 436

nejvíce dotazů bylo zodpovězeno v květnu

Chystáme

Vybrané akce Celostátní sítě pro venkov

(více na www.szif.cz/cs/venkov a na regionálních odborech, termíny se ještě mohou měnit):

RO Hradec Králové	Seminář: Inovace a udržitelné zemědělství při realizaci politiky Rozvoje venkova	7. března 2024
RO Hradec Králové	Exkurze: Vesnice v pohraničí	3.–5. dubna 2024
RO Olomouc	Workshop: Programový rámec SP SZP 2023–2027 a CLLD v praxi	16. dubna 2024
RO Opava	Seminář s exkurzí: Zelený čtvrtek pro zelenější region – lesy, lesnictví, agrolesnictví	28. března 2024

Celostátní síť pro venkov (CSV) jako každoročně připravuje sérii seminářů k Jednotné žádosti 2024, které se budou konat na konci března a v průběhu dubna napříč regiony České republiky. Dále chystá semináře ke třetímu kolu příjmu žádostí intervencí rozvoje venkova ze Strategického plánu Společné zemědělské politiky 2023–2027 a motivační semináře k soutěži Vesnice roku. Ministerstvo zemědělství patří mezi jednoho z vyhlášovatelů soutěže a zároveň je garantem ocenění Oranžová stuha České republiky, přičemž koordinátoři CSV jsou součástí hodnotitelské komise a spolurozhodují o udělování stuh mezi přihlášenými obcemi v jednotlivých krajích. Pro více informací sledujte stránky www.szif.cz, **konkrétně záložku Harmonogramy / Kalendář akcí**, kam budou postupně přidávány pozvánky na jednotlivé akce.

Zemědělské národní dotace

Příjem žádostí o dotaci pro rok 2024

Program 9.F.m. v termínu
1.–31. března 2024

Příjem žádostí o dotaci a příjem dokladů prokazujících nárok na dotaci

Program 17 v termínu
1.–30. dubna 2024

Ukončení příjmu žádostí o dotaci pro rok 2024

Program 15 do 31. března 2024
Programy 19.C. a 9.E.
do 30. dubna 2024

