

Statistická šetření ekologického zemědělství Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2015

TÚ 4212/2017

Výstup č. 1

Odpovědný řešitel: Ing. Hana Šejnohová, Ph.D.

Spoluřešitelé: Ing. Jana Peterková

Ing. Mgr. Lucie Rádlová

Brno, březen 2017



Obsah

Obsah.....	1
Seznam tabulek	2
Seznam grafů	3
Seznam zkratk.....	4
Úvod	5
1 Metodika sběru a analýzy dat.....	6
2 Souhrn hlavních výstupů.....	9
3 Situace na trhu s biopotravinami v ČR v roce 2015.....	12
3.1 Velikost trhu s biopotravinami	12
3.2 Podíl domácí a zahraniční produkce	13
3.3 Poptávka po biopotravinách	14
3.4 Způsob distribuce biopotravin	15
3.5 Prodej biopotravin ve vybraných maloobchodních řetězcích v roce 2014 a 2015.....	15
3.6 Nabídka biopotravin v maloobchodních řetězcích v roce 2015	20
3.7 Porovnání spotřebitelských cen u vybraných biopotravin a jejich konvenčních protějšků	21
3.8 Mezinárodní srovnání.....	24
4 Výroba biopotravin v ČR v roce 2015.....	28
4.1 Počet a struktura výrobců biopotravin	28
4.2 Výroba biopotravin	30
4.2.1 Rozsah výroby biopotravin.....	30
4.2.2 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu výroby	33
4.2.3 Uplatnění vyrobených biopotravin na trhu	34
4.2.4 Způsob distribuce biopotravin uplatněný výrobci.....	35
5 Distribuce biopotravin v ČR v roce 2015	37
5.1 Počet a struktura distributorů biopotravin.....	37
5.2 Distribuce biopotravin.....	39
5.2.1 Podíl distribuovaných bioproduktů a biopotravin z dovozu.....	39
5.2.2 Rozsah distribuce biopotravin.....	39
5.2.3 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu distribuce.....	41
5.2.4 Uplatnění distribuovaných biopotravin na trhu.....	42
5.2.5 Způsob distribuce biopotravin uplatněný distributory	42
6 Dovoz biopotravin ze třetích zemí	45
7 Závěr	52



Seznam tabulek

Tab. 1 Vývoj trhu biopotravin v ČR, 2006–2015.....	13
Tab. 2 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu biopotravin v ČR, 2006–2015	14
Tab. 3 Podíl hlavních odbytových míst na celkovém obratu biopotravin v ČR, 2006–2015	15
Tab. 4 Prodej biopotravin a konvenčních potravin v ČR, 2014 a 2015.....	16
Tab. 5 Prodej hlavních kategorií bio a konvenčních potravin v ČR v letech 2014 a 2015 a podíl biopotravin na celkovém obratu dané kategorie.....	17
Tab. 6 Meziroční změny v prodeji hlavních kategorií bio a konvenčních potravin v ČR (2015/2014) ..	17
Tab. 7 Podíl jednotlivých kategorií potravin na celkových prodejích bio a konvenčních potravin v letech 2014 a 2015 (v %)	18
Tab. 8 Prodej biopotravin podle regionů v jednotlivých měsících roku 2015 (v tis. Kč).....	20
Tab. 9 Přehled průměrných spotřebitelských cen u vybraných biopotravin v různých formátech prodeje (2015)	22
Tab. 10 Vývoj počtu registrovaných výrobců biopotravin, 2008–2015.....	28
Tab. 11 Počet ukončených a nových registrací výrobců biopotravin, 2008–2015	28
Tab. 12 Výrobci biopotravin dle druhu ekonomické aktivity, 2012–2015	29
Tab. 13 Výrobci biopotravin certifikovaní pro danou ekonomickou aktivitu (výrobní činnost), 2015.....	30
Tab. 14 Struktura výrobců dle velikosti obratu za biopotraviny, 2015.....	31
Tab. 15 Přehled 15 největších výrobců biopotravin dle obratu na českém trhu, 2015	32
Tab. 16 Struktura výrobců dle podílu obratu za biopotraviny na jejich celkovém obratu, 2015	32
Tab. 17 Uplatnění v ČR a struktura vývozu výrobců biopotravin (počet a obrat), 2015.....	35
Tab. 18 Vývoj počtu registrovaných distributorů biopotravin, 2008–2015	37
Tab. 19 Počet ukončených a nových registrací distributorů biopotravin, 2008–2015.....	37
Tab. 20 Přehled maloobchodních řetězců působících v ČR s nabídkou biopotravin, 2015	38
Tab. 21 Struktura distributorů dle velikosti obratu za biopotraviny, 2014 a 2015	40
Tab. 22 Struktura distributorů dle podílu obratu za biopotraviny na celkovém obratu, 2015	40
Tab. 23 Uplatnění v ČR a struktura vývozu distributorů biopotravin (počet a obrat), 2015	42
Tab. 24 Vývoj objemu dovozu biopotravin ze třetích zemí v letech 2006-2015 (v tunách).....	47
Tab. 25 Typické biopotraviny dovážené ze třetích zemí v roce 2015	48
Tab. 26 Dovoz biopotravin ze třetích zemí dle klasifikace výrobků CPA v letech 2007–2015 (tuny) ...	51
Tab. 27 Mezinárodní klasifikace výrobků „CPA“	54
Tab. 28 Hlavní kategorie biopotravin využité v dotazníkovém šetření.....	55



Seznam grafů

Graf 1 Podíl podkategorií potravin v rámci kategorie „Ostatní zpracované potraviny“, 2015	14
Graf 2 Prodej biopotravin v jednotlivých měsících roku 2015	19
Graf 3 Podíl kategorií biopotravin na celkových měsíčních prodejích biopotravin v roce 2015.....	19
Graf 4 Svět: rozdělení trhu biopotravin dle zemí, 2015	24
Graf 5 Evropa: Vývoj trhu biopotravin 2004–2015	25
Graf 6 Státy s největším trhem biopotravin (mil. EUR), 2015	25
Graf 7 Evropa: 10 zemí s největším podílem biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů	26
Graf 8 Evropa: 10 zemí s nejvyšší roční spotřebou biopotravin na obyvatele (EUR), 2015	27
Graf 9 Struktura výrobců biopotravin a obratu za biopotraviny v letech 2014 a 2015	33
Graf 10 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu výroby, 2014 a 2015.....	34
Graf 11 Podíl hlavních distribučních kanálů uplatňovaných výrobci biopotravin, 2014 a 2015	36
Graf 12 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu distribuce, 2014 a 2015	41
Graf 13 Podíl hlavních distribučních kanálů uplatněných distributory biopotravin, 2014 a 2015.....	43
Graf 14 Podíl hlavních distribučních kanálů po vyloučení Hipp Czech, s. r. o., 2014 a 2015.....	43
Graf 15 Vývoj dovozu biopotravin ze třetích zemí v letech 2006–2015	45
Graf 16 Objem dovozu biopotravin ze třetích zemí, 2014 a 2015.....	49



Seznam zkratek

a. s.	akciová společnost
AT	Rakousko
CPA	Klasifikace produkce
CZ	Česká republika
ČR	Česká republika
DE	Německo
EAN	European Article Number
ES	Evropské společenství
EU	Evropská unie
EUR	euro, společná evropská měna
EZ	ekologické zemědělství
FiBL	Research Institute of Organic Agriculture, Switzerland
KO	Kontrolní organizace
mil.	milion
mld.	miliarda
MŘ	maloobchodní řetězec
MZe	Ministerstvo zemědělství
CZ-NACE	Klasifikace ekonomických činností
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
PL	privat labels (privátní označení)
PL	Polsko
SAE	Spojené arabské emiráty
REP	Registr ekologických podnikatelů
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
SK	Slovensko
UK	Velká Británie
ÚZEI	Ústav zemědělské ekonomiky a informací



Úvod

Předkládaná zpráva o trhu s biopotravinami v České republice je jedním ze dvou výstupů tematického úkolu (č. 4212) s názvem „Statistická šetření ekologického zemědělství“, jehož zadavatelem je Ministerstvo zemědělství (MZe). Obsahem tematického úkolu je sběr základních statistických údajů o rostlinné a živočišné bioprodukci na ekofarmách a jejím uplatnění a dále od roku 2009 sběr informací o trhu s biopotravinami zahrnující analýzu rozsahu zpracování, odbytu a trhu s biopotravinami v ČR včetně vývozu a dovozu bioproduktů a biopotravin. Do zprávy je také zařazena kapitola o dovozu biopotravin ze třetích zemí za období 2006–2015.

Vzhledem k rostoucímu trhu biopotravin roste i potřeba informací o jeho stavu a vývoji. Dochází ke zvyšování potřeby údajů o samotném trhu biopotravin, neboť jeho transparentnost je podmínkou dalšího rozvoje a nezbytnou součástí úspěšného rozhodování všech aktérů (firem, státu, ale i výzkumu). S ohledem na tuto skutečnost většina členských zemí EU i samotná Komise zvyšuje svůj zájem o tržní data (viz projekt Organic Data Network cílený na zlepšení informací o trhu biopotravin v EU, či projekt Evropské komise cílený na zmapování tvorby ceny v dodavatelsko-odběratelských vztazích). ČR tyto skutečnosti reflektuje a z tohoto důvodu je záměrem MZe provádět tato šetření prostřednictvím Ústavu zemědělské ekonomiky a informací (ÚZEI) dlouhodobě a pravidelně v ročních intervalech.

Zpráva o trhu biopotravin je rozdělena do sedmi kapitol. První kapitola obsahuje popis metodiky sběru a analýzy dat. Druhá kapitola shrnuje v bodech hlavní výstupy zprávy. Kapitoly 3 až 5 prezentují detailní údaje získané z dotazníkového šetření u výrobců a distributorů biopotravin v ČR. Třetí kapitola je věnována celkové situaci na trhu s biopotravinami v ČR v roce 2015 a prezentuje základní tržní ukazatele. Je zde provedeno také mezinárodní srovnání, analýza nabídky potravin v maloobchodních řetězcích, cenové srovnání vybraných biopotravin a nově jsou zde také zveřejněny výsledky interní studie vytvořené pro ÚZEI společností Nielsen o velikosti prodeje biopotravin ve vybraných maloobchodních řetězcích. Čtvrtá kapitola se věnuje zvláště výrobě biopotravin v ČR, identifikaci hlavních vyráběných kategorií biopotravin a nejčastějších distribučních cest využívaných výrobci. Pátá kapitola shrnuje údaje poskytnuté subjekty, které se zabývají čistě distribucí biopotravin. Popisuje hlavní distribuované kategorie biopotravin a odbytové cesty využívané distributory na českém trhu. Šestá kapitola se věnuje vývoji dovozu biopotravin ze třetích zemí. Poslední sedmou kapitolou je závěr obsahující také výhled vývoje trhu biopotravin v dalších letech.



1 Metodika sběru a analýzy dat

Sběr primárních dat o trhu byl prováděn Ústavem zemědělské ekonomiky a informací ve spolupráci s kontrolními organizacemi, které měly v roce 2015 registrovány výrobce a obchodníky s biopotravinami (KEZ, o. p. s., ABCert AG, organizační složka, Biokont CZ, s. r. o. a BUREAU VERITAS CZECH REPUBLIC, spol. s r. o.). Data byla sbírána na základě dotazníku zpracovaného ÚZEI, a to v pěti variantách: výrobce, distributor, tzv. „mix“ subjekt¹, maloobchod/velkoobchod a faremní zpracovatel v souladu s jejich odlišným fungováním na trhu. Sběr dat o trhu biopotravin probíhal v průběhu roku 2016 formou dotazníkového šetření. Zjišťována byla reálná data zpětně za rok 2015 a v šetření byly osloveny všechny subjekty registrované jako „výrobce biopotravin“ nebo jako „distributor biopotravin“ k 31. 12. 2015.

Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo zjistit:

- a) soběstačnost, tedy zda objem a struktura domácí produkce biopotravin stačí k pokrytí potřeb výrobců biopotravin (resp. distributorů),
- b) velikost trhu, tedy celkový objem prodaných biopotravin na českém trhu, v členění na hlavní kategorie biopotravin včetně odhadu podílu biopotravin vyrobených v ČR,
- c) způsob distribuce, tj. prostřednictvím kterých odbytových míst je bioprodukce na českém trhu uplatňována.

V ČR zatím neprobíhá ucelený statistický sběr dat o biotruhu ani na straně domácností (tj. kolik utratí za biopotravinu průměrná domácnost), ani na straně prodeje (tj. kolik se prodá biopotravin v rámci maloobchodu), proto byl zvolen postup oslovení všech výrobců a distributorů registrovaných v systému EZ ve snaze identifikovat objem jimi nabízených biopotravin a na základě znalosti distribučních cest odhadnout celkovou velikost trhu v ČR.

K určení velikosti trhu biopotravin v ČR byly využity postupy uplatňované v zahraničí. Dle této metodiky je třeba zahrnout všechny významné aktéry, kteří realizují prodej biopotravin konečným spotřebitelům, **tedy velikost trhu je rovna objemu nákupu konečných spotřebitelů v dané zemi**. Snahou je tedy zjistit minimálně obraty v rámci následujících odbytových míst:

- maloobchodní prodej;
 - a. maloobchodní řetězce (včetně drogistických),
 - b. specializované prodejny (prodejny zdravé výživy a bioprodejny)
 - c. ostatní (neřetězcové prodejny potravin, vinotéky, lékárny apod.)
- gastronomie (tj. biopotravinu spotřebované ve veřejném stravování a restauracích);
- přímý prodej (tj. prodej konečnému spotřebiteli, např. zásilkový prodej, prodej přes podnikovou prodejnu, prodej na farmářských trzích).

Velikost trhu biopotravin v ČR byla tedy odvozena jako součet obrátů registrovaných výrobců a distributorů za prodej biopotravin na českém trhu směřujících do odbytových míst, která realizují prodej přímo konečnému spotřebiteli (tj. maloobchody s potravinami, drogerie či lékárny, zařízení veřejného stravování a přímý prodej).

¹ Tzv. „mix“ subjekt představuje společnost realizující jak distribuci biopotravin jiných dodavatelů, tak souběžně výrobu vlastních výrobků (je registrován jako výrobce a současně i jako distributor biopotravin).



Tyto obraty byly navýšeny o obvyklou 30% maloobchodní marži. K tomu byly navíc přičteny obraty za prodej importovaných biopotravin, které si maloobchody (jedná se především o maloobchodní řetězce) samy dovážejí, a které neprojdou tuzemskou dodavatelskou vertikálou. Do distribuce jsou zahrnuti i distributoři komodit (mléko, obiloviny). Do konečné velikosti trhu je pak započten pouze prodej biopotravin. Pro potřeby vyčíslení celkového obrátu za biopotraviny realizovaného „českými“ subjekty (resp. subjekty působícími v ČR) se navíc přičítá objem jejich vývozu.

K ověření správného nastavení metodiky ÚZEI byla nově využita data o prodeji biopotravin ve vybraných maloobchodních řetězcích dodaná společností Nielsen. Metodika realizovaného šetření je blíže specifikována v kapitole 3.5.

Návratnost dotazníků

Dle údajů z Registru ekologických podnikatelů (REP) bylo k 31. 12. 2015 v EZ registrováno celkem 790 subjektů, které se zabývaly výrobní nebo distributorskou činností, případně obojím. Registrováno bylo tedy 542 výrobců a 409 distributorů biopotravin. Z těchto mělo 161 subjektů registrovanou jak činnost výrobce, tak zároveň činnost distributora.

Pro oslovení konkrétním typem dotazníku byly subjekty rozděleny dle reálně vykonávané činnosti. Z celkového počtu 790 subjektů bylo 6 osloveno dotazníkem pro maloobchod. Tímto dotazníkem byly osloveny i ostatní maloobchodní řetězce (MŘ) působící v ČR, které mají biopotraviny ve svém sortimentu (tj. celkem 8 řetězců) a dále společnosti: dm drogerie markt s. r. o., Marks and Spencer Czech Republic, a. s. a ROSSMANN, spol. s r. o.

Z celkových 790 registrovaných výrobců a distributorů jich bylo 57 vyloučeno ze šetření, jelikož nerealizují prodej nebo distribuci potravin (jednalo se např. o distribuci krmiv, osiv nebo hnojiv, dále dopravu nebo skladování biopotravin pro zákazníka, resp. o subjekty mající vazbu na jiný registrovaný subjekt, který data poskytl). Dále byly vyřazeny subjekty Penny Market s. r. o., AHOLD Czech Republic, a. s., BILLA spol. s r.o., Kaufland Česká republika v.o.s., dm drogerie markt s. r. o. a Tesco Stores ČR a.s., které byly, jak je zmíněno výše, osloveny dotazníkem pro MŘ.

Návratnost dotazníků u výrobců dosáhla 97 % (data od 437 respondentů), avšak 120 (28 %) z nich uvedlo, že s výrobou dosud nezačali, nebo v daném roce již nic nevyráběli a výrobu ukončují.

Návratnost dotazníků u distributorů dosáhla 93 %, avšak 40 z nich (20 %) s distribucí ještě nezačalo nebo naopak činnosti již ukončuje. Do kategorie „mix“ zahrnující subjekty zabývající se jak distribucí (velkoobchod, import, export), tak také výrobou², bylo po zvážení zařazeno celkem 61 subjektů. Trvalou snahou je přerozdělení těchto subjektů do výrobců a distributorů na základě jejich převažující činnosti.

Návratnost dotazníků u této kategorie dosáhla 97 % (reagovalo 59 respondentů), z toho však 25 respondentů (42 %) uvedlo, že s distribucí/výrobou ještě nezačali.

U respondentů, u kterých se nepodařilo dotazníkovým šetřením zjistit všechny potřebné údaje, a jsou klíčoví pro trh biopotravin, byly údaje doplněny o kvalifikované odhady, a to na základě dříve vyplněných dotazníků a znalosti trhu z předchozích let. Závěry v této zprávě se tedy opírají o data 317 aktivních výrobců biopotravin, 156 aktivních distributorů a 34 distributorů/vyrobců. Dále také o údaje 11 obchodních řetězců nabízejících biopotraviny v ČR³.

² Výroba těchto subjektů zahrnuje zejména balící činnost.

³ U společnosti bio nebio s.r.o. byl oddělen obrát za výrobu a distribuci biopotravin, subjekt je tedy zastoupen jak mezi výrobci biopotravin, tak mezi distributory.



Přes výše uvedené skutečnosti, lze výstupy považovat za vypovídající, jelikož se podařilo získat odpovědi od většiny hlavních aktérů na trhu biopotravin.

Při využívání výsledků prezentovaných v této zprávě je třeba vzít v úvahu následující:

- a) Celková velikost trhu s biopotravinami v ČR včetně specifikace podílu hlavních kategorií biopotravin a distribučních cest (tj. kapitola 3) i údaje o celkovém objemu výroby či distribuce biopotravin, podílu jednotlivých kategorií biopotravin a podílu jednotlivých odbytových míst na celkovém obratu (tj. kapitoly 4 a 5) jsou nyní odhadnuty za celý sektor (tzn., že údaje zahrnují jak získané údaje od výrobců a distributorů, tak doplněné expertní odhady za chybějící subjekty, resp. části trhu).
- b) Rozdělení registrovaných subjektů do jednotlivých kategorií (tj. „výrobce biopotravin“, „distributor biopotravin“ a „výrobce/distributor“) je problematické, jelikož typ uváděné registrace nemusí zcela odpovídat realitě. Je to dáno změnou činnosti v průběhu roku, např. rozšířením sortimentu o distribuci jiných než vlastních výrobků, ukončení/odložení začátku výroby a setrvání jen u distribuce biopotravin apod.

Navíc vzhledem k tomu, že za výrobu biopotravin je považováno i pouhé zabalení nebo označování biopotravin (tj. přebalení biopotravin do spotřebitelského balení), je snižována rozlišovací hranice mezi skutečným výrobcem a pouhým distributorem.

Ke zpřesnění evidence o subjektech působících v ekologickém sektoru významně přispívá online systém Registr ekologických podnikatelů (REP) dostupný na webu MZe: <https://eagri.cz/public/app/eagriapp/EKO/Prehled/>.

- c) Údaje od tzv. „mix“ subjektů (tj. registrovaných současně jako výrobce tak distributor) jsou v této zprávě zahrnuty v plné výši k údajům výrobců v kapitole 4. Snahou šetření bylo identifikovat a odlišit u těchto subjektů obrat za jejich vlastní výrobu a za distribuci hotových výrobků jiných dodavatelů. S pomocí inspektorů kontrolních organizací se podařilo identifikovat hlavní činnost a přeradit více jak polovinu „mix“ subjektů buď do kategorie „výrobce“ či „distributor“. U 34 subjektů je realizován skutečně souběh jak vlastní výroby biopotravin, tak distribuce biopotravin jiných výrobců, byly tedy ponechány v kategorii „mix“.



2 Souhrn hlavních výstupů

Celkový trh s biopotravinami v ČR:

- **Celkový obrat s biopotravinami českých subjektů včetně vývozu dosáhl v roce 2015 přibližně 3,73 mld. Kč. Z toho celková spotřeba biopotravin (včetně dovozu) v ČR činila 2,25 mld. Kč, (což je nárůst o 11,4 % v porovnání s rokem 2014) a vývoz biopotravin vzrostl na cca 1,48 mld. Kč (z toho reexport činil 235 mil. Kč, tj. 16 % objemu vývozu). Průměrná roční spotřeba na obyvatele je 213 Kč a podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů je na úrovni 0,81 %.**
- **Z celkové spotřeby biopotravin činil obrat v maloobchodě 1 842 mil. Kč. Ve veřejném stravování obrat meziročně vzrostl na 73 mil. Kč, obrat přímého prodeje (jde zejména o přímý prodej z ekofaremu) dosáhl 158 mil. Kč, prodej prostřednictvím e-shopů činil 175 mil. Kč**
- Biopotraviny byly v ČR prodávány několika způsoby. Nejvíce biopotravin nakoupili čeští spotřebitelé v maloobchodních řetězcích, tj. v supermarketech a hypermarketech (46,2 %, tj. za 1 040 mil. Kč), na druhém místě pak prostřednictvím drogerií (14,7 %, tj. 330 mil. Kč) a prodejen zdravé výživy (14,3 %, tj. za 321 mil. Kč). Prostřednictvím faremního a ostatního přímého prodeje byla uplatněna produkce za 158 mil. Kč (7 %), přibližně stejný podíl (7,8 %, 175 mil. Kč) byl realizován i prostřednictvím e-shopů⁴. K meziročnímu nárůstu prodejů biopotravin došlo i v nezávislých prodejnách potravin, a to na hodnotu 4,2 % (tj. 94 mil. Kč). Více než 3 % biopotravin (tj. 73 mil. Kč) našlo uplatnění prostřednictvím gastronomických zařízení a provozoven veřejného stravování. Na nejnižší úrovni uplatnění bioprodukce je nákup biopotravin v lékárnách (2,6 %, tj. 58 mil. Kč).
- **Hlavní kategorií biopotravin s největším objemem prodejů je dlouhodobě kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ (37,1% podíl, přičemž téměř polovinu tohoto obratu tvořily hotové pokrmy (včetně dětských výživ) a zpracovaná káva a čaj), následovaná kategoriemi „Mléko a mléčné výrobky“ (20,2 %) a „Ovoce a zelenina“ (12,6 %, zahrnující ovocné a zeleninové šťávy).**
- **Biopotraviny z dovozu (při zahrnutí jen finálních biopotravin) se na maloobchodním obratu v roce 2015 podílely 39 % (43 % v roce 2014). Po zahrnutí objemu dovozu, který byl realizován distributory, jež jsou současně registrováni jako výrobci, vzrostl podíl biopotravin z dovozu na 62 % maloobchodního obratu. Pokud by byl započítán navíc i objem dovozu bioproduktů či biopotravin, které jsou na území ČR dále zpracovávány, podíl dovozu by ještě vzrostl.**

⁴Prodej prostřednictvím e-shopů lze v případě faremních zpracovatelů a dalších výrobců považovat za přímý prodej.



Zpracování bioproduktů a výroba biopotravin:

- **Na konci roku 2015 bylo v ČR registrováno 542 výrobců biopotravin**, resp. 579 výrobních provozoven, což oproti roku 2014 představuje navýšení o 7,1 %.
- Ze získaných údajů však vyplývá, že z celkového počtu 542 výrobců jich zhruba 29 % svou činnost v roce 2015 ve skutečnosti vůbec neprovozovalo z důvodu běžícího přechodného období či ukončení činnosti z důvodů nedostatku zakázek.
- K nejčastějšímu hlavnímu zaměření výrobců v roce 2015 patřilo „Zpracování a konzervování masa, kromě drůbežího“, „Výroba vína z vinných hroznů“ a „Výroba mléčných výrobků“.
- **Celkový obrat výrobců biopotravin v roce 2015 dosáhl 2,727 mld. Kč**, což představuje nárůst o 24 % proti obratu 2,202 mld. Kč v roce 2014. V tomto obratu je však zahrnut i celkový obrat „mix“ subjektů, které kromě vlastní výroby biopotravin distribuují i výrobky jiných dodavatelů⁵.
- Z pohledu obratu dosáhla v roce 2015 **největšího objemu výroby opět kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ (33 %; a to zejména podkategorie „Káva a čaj“)**, následovaná kategoriemi „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ (15 %) a „Ovoce a zelenina“ (14 %).
- **Čeští výrobci vyvezli do zahraničí biopotraviny za přibližně 1 099 mil. Kč**. Vývoz biopotravin z ČR trvale roste a směřuje převážně do zemí EU, přičemž největší objem biopotravin (336 mil. Kč) byl vyvezen do Německa a dále pak do ostatních zemí EU nesousedících s ČR (306 mil. Kč) a dále pak do Rakouska (243 mil. Kč). Přitom však většina výrobců biopotravin (82 %) uplatnila své výrobky výhradně či v převážné většině na českém trhu.
- **Biopotraviny byly výrobci prodávány na českém trhu nejčastěji prostřednictvím maloobchodních řetězců (30,3 %)**, dále velkoobchodů (18,9 %) a obchodů zdravé výživy (11,7 %). Podíl jiných distribučních cest činil 27 %.

⁵ Obrat „mix“ subjektů za distribuci biopotravin jiných dodavatelů byl odhadnut na cca 118 mil. Kč a náleží správněji k obratu distributorů.



Distribuce biopotravin:

- **Na konci roku 2015 bylo v ČR registrováno celkem 409 distributorů biopotravin,** resp. 439 provozoven, což představuje meziroční nárůst o 16,5 %. Vzhledem k vývoji v předchozích letech lze konstatovat zpomalení nárůstu registrovaných distributorů, jelikož v roce 2012 byl zaznamenán meziroční nárůst o 31 % a v roce 2013 již jen o 16 %. V průběhu roku 2015 bylo nově registrováno 82 subjektů, naopak činnost ukončilo 24 distributorů.
- **Celkový obrat registrovaných distributorů dosáhl v roce 2015 ve velkoobchodních cenách 1 004,3 mil. Kč** (697,5 mil. Kč v roce 2014). V tomto obratu však není zahrnut objem distribuce tzv. „mix subjektů“ (cca 374 mil. Kč), avšak do obratu jsou zahrnuty také obraty distribučních družstev.
- **Hlavní distribuovanou kategorií biopotravin je trvale kategorie „Ostatní zpracované potraviny“** (36% podíl na celkovém obratu distribuce, z toho 52 % tvoří prodej hotových pokrmů (včetně dětských výživ), a to díky dominantnímu postavení společnosti Hipp Czech s. r. o. Na druhém místě je stejně jako v minulých letech kategorie „Ovoce a zelenina“ (24% podíl), následovaná kategorií „Mléko a mléčné výrobky“ (18% podíl).
- **Distributoři dovezli ze zahraničí v roce 2015 biopotraviny za zhruba 619 mil. Kč** (tj. 62 % jejich celkového obratu prodeje), z toho bylo přibližně 71 % uplatněno na českém trhu; zboží za zbylých 180 mil. Kč bylo dále reexportováno. V tomto objemu však není zahrnut dovoz biopotravin samotnými maloobchodními řetězci, kdy objem jejich dovozu činil dalších zhruba 399 mil. Kč (pokles oproti 421 mil. Kč v roce 2014).
- **Největším odbytištěm mezi distributory je český trh.** Celkem na českém trhu bylo uplatněno 62 % objemu distribuovaných biopotravin v celkové hodnotě 623 mil. Kč (v roce 2014 šlo o 62,5 % objemu a 436 mil. Kč). Významná část obchodovaných biopotravin byla také dále exportována mimo ČR, přičemž k nárůstu exportu došlo v absolutním i procentním vyjádření. Export směřoval v největším objemu do Německa a do ostatních států EU, které nesousedí s ČR.
- K prodeji biopotravin na českém trhu distributoři **nejčastěji využívali maloobchodní řetězce** (29 %), další výrobce biopotravin (17 %) a velkoobchod s potravinami (13 %).



3 Situace na trhu s biopotravinami v ČR v roce 2015

Kapitola shrnuje získané údaje od výrobců a distributorů a doplňuje tato data expertními odhady za chybějící subjekty, resp. části trhu, a tím se snaží stanovit celkovou velikost trhu s biopotravinami v ČR v roce 2015.

3.1 Velikost trhu s biopotravinami

Po výrazném nárůstu trhu biopotravin v letech 2005-2008 došlo v letech 2009 a 2010 ke stagnaci obratu okolo 1,6 mld. Kč. V roce 2011 se nárůst spotřeby biopotravin opět nastartoval a došlo k jeho oživení, které pokračovalo i v letech 2012 a 2013, kdy trh biopotravin v ČR (tj. domácí spotřeba) vzrostl meziročně o dalších 9,5 % na téměř 2 mld. Kč. V roce 2014 se domácí spotřeba zvýšila o 3,9 % a překonala tak hranici 2 mld. Kč. Nárůst pokračoval i v roce 2015, kdy domácí spotřeba činila 2,25 mld. Kč.

Celkový obrat s biopotravinami realizovaný českými subjekty činil v roce 2015 přibližně 3,73 mld. Kč. Objem exportovaných biopotravin také opět vzrostl a dosáhl objemu 1,48 mld. Kč (40 % obratu). Je nutné říci, že trend zvyšování vývozu je patrný v celém sledovaném období, avšak v roce 2014 a 2015 byl údaj částečně ovlivněn i změnou metodiky, neboť byly do šetření zahrnuty i subjekty zabývající se vývozem komodit k dalšímu zpracování (např. mlékárenská družstva). Vývoz je realizován samotnými výrobci (57 %), výrobci, kteří jsou současně distributory (17 %) i čistými distributory (26 %), přičemž obě skupiny distributorů realizují tzv. reexport, jehož výše v roce 2015 činila 235 mil. Kč (tj. 16 % objemu vývozu). V roce 2014 činila hodnota reexportu 222 mil. Kč a ve srovnání s rokem 2013 (116 mil. Kč) se jednalo rovněž o nárůst objemu reexportu.

Po odpočtu exportu spotřeba biopotravin v České republice dosáhla 2,25 mld. Kč a vzrostla o 11,4 %. Z toho obrat v maloobchodě činil 1 842 mil. Kč, obrat ve veřejném stravování 73 mil. Kč (59 mil. Kč v roce 2014) a 158 mil. Kč tvořil obrat přímého prodeje (který je tvořen přímým prodejem z farmy a jiných forem přímého prodeje). Prodej prostřednictvím e-shopů, který je v letošním roce nově uváděn zvlášť, činil 175 mil. Kč. Podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů činil 0,81 % a průměrná roční spotřeba vzrostla na 213 Kč na obyvatele. Je třeba upozornit na skutečnost, že meziroční zvýšení podílu biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů je ovlivněno i skutečností, že meziročně došlo ke snížení výdajů domácností za potraviny a nápoje.

**Tab. 1 Vývoj trhu biopotravin v ČR, 2006–2015**

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Celkový obrat s biopotravinami včetně vývozu (mld. Kč)	0,84	1,39	1,95	1,98	2,10	2,24	2,40	2,72	3,19	3,73
Vývoz (mld. Kč)	0,08	0,10	0,15	0,37	0,51	0,57	0,62	0,77	1,17	1,48
Spotřeba biopotravin v ČR (mld. Kč)	0,76	1,29	1,80	1,61	1,60	1,67	1,78	1,95	2,02	2,25
Meziroční změna obratu biopotravin v ČR (%)	49	70	40	-10	-1	4,6	6,7	9,5	3,9	11,4
Podíl na celkové spotřebě potravin a nápojů (%)	0,35	0,55	0,75	0,65	0,63	0,65	0,66	0,71	0,72	0,81
Spotřeba na obyvatele a rok (Kč)	74	126	176	154	151	158	169	185	191	213
Podíl dovozu na obratu biopotravin (%)	56	62	57	n. d.	46	46/60*	46/60*	46/57*	43/49*	39/62*
Podíl řetězců na obratu biopotravin (%)	67	68	74	68	67	64	64	64	57	61

* Podíl dovozu distributorů/ Podíl dovozu distributorů a „mix“ subjektů.

Zdroj: Green marketing pro roky 2006–2008, Statistické šetření ÚZEI pro roky 2009–2015

3.2 Podíl domácí a zahraniční produkce

Podíl biopotravin z dovozu na celkovém domácím maloobchodním obratu nelze jednoznačně stanovit z důvodu nedostupnosti dat. Samotná definice domácí produkce navíc není zcela jednoznačná. Za domácí „českou“ bioprodukcí lze považovat tu, která byla vyrobena čistě z domácích surovin (tj. dle definice nařízení EU, které umožňuje označit biopotravinu jako „produkci ČR“ jen pokud všechny (min. 98 %) složky zemědělského původu využité při výrobě biopotraviny pocházejí z ČR) nebo tu, u které je poslední krok zpracování (tedy včetně přebalení do spotřebitelského balení) proveden na území ČR, tzv. vyrobeno v ČR.

Objem dovozu finálních biopotravin realizovaný distributory a samotnými maloobchodními řetězci (tj. bez zahrnutí dovozu bioproduktů a biopotravin určených k dalšímu zpracování), který byl prodán na českém trhu (tj. nebyl dále reexportován), je pro rok 2015 odhadován na 721 mil. Kč, což představuje 39% podíl na maloobchodním obratu v ČR. Obdobný podíl platil i v předchozích letech (43 % v roce 2014). Po započtení objemu dovozu, který realizují tzv. „mix“ subjekty⁶ a které do ČR dovezly finální biopotraviny za dalších zhruba 403 mil. Kč, vzroste podíl dovozových biopotravin na českém trhu na 62% podíl na maloobchodním obratu v ČR. Pokud by byl započítán navíc i objem dovozu bioproduktů či biopotravin, které jsou na území ČR dále zpracovávány (tj. dovoz biosurovin a biopolotovarů), podíl biopotravin ze zahraničí by ještě vzrostl.

⁶ Viz pozn. p. č. 1, s. 6.



3.3 Poptávka po biopotravinách

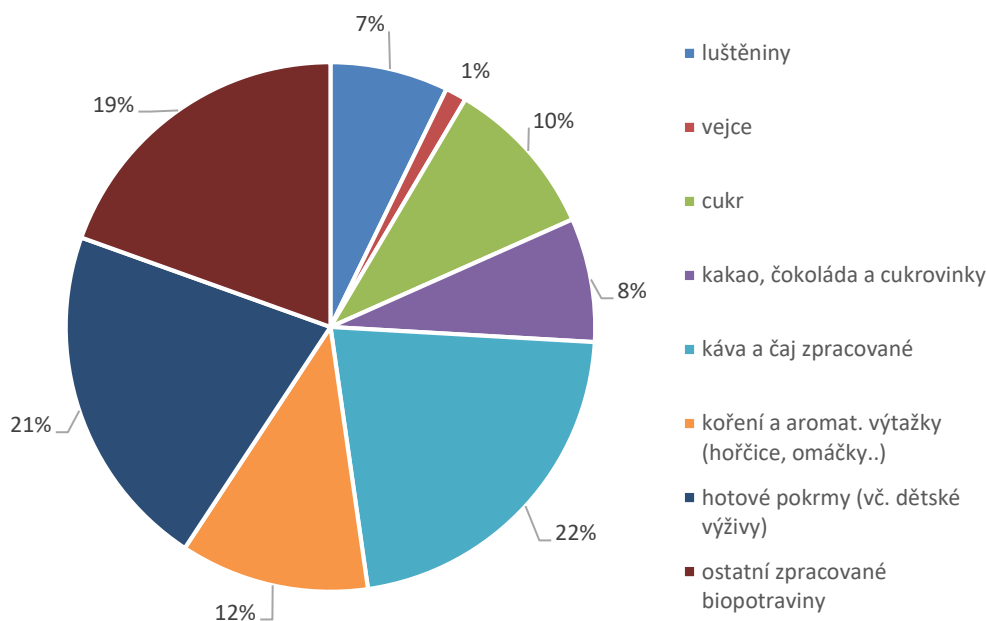
Struktura hlavních kategorií biopotravin je dlouhodobě stabilní (viz Tab. 2). Stejně jako v předchozích letech byl největší zájem o „Ostatní zpracované potraviny“, které tvořily 37% podíl na maloobchodním obratu biopotravin, přičemž téměř polovinu představovaly hotové pokrmy (pokrmů typu dětských výživ) a zpracovaná káva a čaj. Druhou příčku si drží kategorie „Mléko a mléčné výrobky“ (20 %), následovaná kategorií „Ovoce a zelenina (13 %), která od roku 2009 zahrnuje také ovocné a zeleninové šťávy. Podrobnější členění kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ je znázorněno v Grafu 1.

Tab. 2 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu biopotravin v ČR, 2006–2015

Hlavní kategorie potravin	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	podíl kategorie potravin (%)									
Maso a masné výrobky	7,1	6,2	5,4	9,5	8,6	8,5	8,1	6,9	8,2	6,9
Ovoce a zelenina ¹⁾	3,0	5,4	6,2	10,8	10,8	13,6	13,7	16,1	13,7	12,6
Oleje a tuky	x	x	x	1,8	1,9	1,9	2,1	2,1	4,4	4,2
Mléko a mléčné výrobky	15,2	20,9	22,2	21,1	24,8	19,6	20,0	18,2	22,0	20,2
Mlýnské a škrobářské výrobky	7,1	6,0	5,9	6,3	8,4	9,7	10,4	11,7	8,2	7,5
Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	3,0	1,6	3,8	9,4	8,2	9,4	9,5	9,2	9,4	7,3
Ostatní zpracované potraviny	49,5	49,3	45,9	35,9	32,8	35,3	34,3	33,0	33,0	37,1
Nápoje ¹⁾	15,2	10,6	10,6	5,2	4,5	2,0	1,9	2,7	1,1	4,2
Celkem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Zdroj: Green marketing pro roky 2006-2008, Statistické šetření ÚZEI pro roky 2009–2015



Graf 1 Podíl podkategorií potravin v rámci kategorie „Ostatní zpracované potraviny“, 2015

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2016



3.4 Způsob distribuce biopotravin

Biopotraviny byly v ČR prodávány několika způsoby. Nejvíce biopotravin nakoupili čeští spotřebitelé v maloobchodních řetězcích, tj. v supermarketech a hypermarketech (46,2 %, tj. 1,04 mld. Kč), na druhém místě pak prostřednictvím drogerií (14,7 %, tj. 330 mil. Kč) a prodejen zdravé výživy (14,3 %, tj. 321 mil. Kč). Za pozitivní lze považovat skutečnost, že dochází k nárůstu faremního a ostatního přímého prodeje (158 mil. Kč v roce 2015 namísto 135 mil. Kč v roce 2014). V minulosti byly do této kategorie započítávány i prodeje prostřednictvím e-shopů. Z důvodu nárůstu prodejů, a tedy růstu významnosti tohoto odbytového místa, je nově obrát prodeje přes e-shopy evidován zvlášť. Avšak jeho odtržení od faremního a ostatního přímého prodeje není zcela jednoznačné, protože e-shopy pro uplatnění svých výrobků využívají také faremní zpracovatelé a další výrobci. Pro upřesnění celkový obrát tohoto odbytového místa (175 mil. Kč) byl z 58 % (102 mil. Kč) tvořen prodeji výrobců (včetně mix subjektů). Naproti tomu došlo ke snížení uplatnění prostřednictvím prodejen zdravé výživy, a to jak v absolutním, tak i v procentním vyjádření. Zatímco v roce 2014 činil tento podíl téměř 25 % (tj. 500 mil. Kč), v roce 2015 to již bylo pouze 14,3 % (321 mil. Kč). Trvale dochází ke zvýšení uplatnění prostřednictvím gastronomických zařízení (3,2 % oproti 2,9 % v roce 2014 a 1,4 % v roce 2013).

Tab. 3 Podíl hlavních odbytových míst na celkovém obrátu biopotravin v ČR, 2006–2015

Odbytové místo v ČR	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015
	podíl odbytového místa v ČR (%)										(mil. Kč)
Supermarkety/hypermarkety	67,0	67,5	74,0	58,0	56,3	56,5	49,7	48,3	40,9	46,2	1 040
Drogerie ¹⁾	x	x	x	11,2	14,1	11,3	18,0	18,7	16,5	14,7	330
Prodeje zdravé výživy a biopotravin	28,0	22,5	18,0	17,7	19,4	19,8	19,0	16,6	24,8	14,3	321
Nezávislé prodejny potravin	3,0	2,5	2,0	2,4	1,2	1,4	1,4	1,6	1,7	4,2	94
Faremní a ostatní přímý prodej	2,0	2,0	1,4	3,9	3,5	5,2	5,9	8,9	6,7	7,0	158
e-shopy ²⁾	x	x	x	x	x	x	x	x	3,4	7,8	175
Lékárny	x	5,0	4,0	6,0	4,7	5,2	4,8	4,5	3,1	2,6	58
Gastronomie	x	0,5	0,6	0,8	0,8	0,6	1,1	1,4	2,9	3,2	73
Celkem	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	2 249

¹⁾ Do roku 2008 jsou drogistické řetězce (drogerie) součástí kategorie „Supermarkety/hypermarkety“.

Podíl drogistických řetězců byl pro roky 2009 až 2013 upraven zpětně na základě zpřesnění metodiky.

²⁾ Z důvodu nárůstu prodejů prostřednictvím e-shopů, které byly dříve součástí faremního a ostatního přímého prodeje, jsou údaje pro tyto kategorie uváděny odděleně.

Zdroj: Green marketing pro roky 2006-2008, Statistické šetření ÚZEI pro roky 2009-2015

V roce 2015 byly z ČR vyvezeny biopotraviny za 1,48 mld. Kč (téměř 40 % jejich celkového obrátu). Mezi největší exportéry patřily Družstvo ČESKÉ BIOMLÉKO, Sonnentor, s. r. o. a Lifefood Czech Republic s. r. o., tvoří společně pětinu celkového vývozu.

3.5 Prodej biopotravin ve vybraných maloobchodních řetězcích v roce 2014 a 2015

Data pro tuto podkapitolu byla získána z maloobchodního auditu realizovaného pro ÚZEI společností Nielsen. Z důvodu odlišné metodiky sběru dat se data uvedená v této kapitole liší od údajů uvedených v kapitolách 3.3 a 3.4. Rozdílné je i začlenění prodejen do maloobchodních řetězců. ÚZEI řadí do maloobchodních řetězců obraty prodejen: Ahold, Billa, COOP, Globus, Kaufland, Penny, Tesco a Lidl, naproti tomu prodejny typu Žabka, Trefa a Terno řadí do kategorie „nezávislé prodejny potravin“.



Společnost Nielsen ke zpracování analýzy prodeje biopotravin v MŘ využila jednak reálná data v podobě skenovaných dat z pokladen, jednak expertní odhady. Současně se společnost Nielsen zaručila za kvalitu a správné rozlišení biopotravin a konvenčních⁷ potravin v šetření. Skenovaná data z pokladen byla získána z maloobchodních řetězců: Tesco, Ahold, Globus, Billa, Penny Market, Žabka a Trefa. Odhady jsou provedeny pro Kaufland, Lidl, COOP a Terno.

K odhadu dat byly použity dvě metody: odhad obrátu u nespolupracujících řetězců a odhad ze vzorku. Metoda odhadu nespolupracujících řetězců vychází ze sběru účtenek přímo od zákazníků a byla použita pro řetězce Kaufland a Lidl (tyto řetězce neposkytují skenovaná data z pokladen). K odhadu prodeje v maloobchodních řetězcích Terno a COOP byla použita metoda odhadu ze vzorku, kdy elektronická data získaná na vzorku prodejen byla statisticky extrapolována na všechny prodejny daného maloobchodního řetězce. Prodej biopotravin v prodejnách tradičního trhu byl zjišťován odhadem ze vzorku, který měl podobu manuálního auditu. Manuální audit prováděli zaměstnanci společnosti Nielsen (auditoři) přímo na prodejnách, a to za použití čteček. Auditoři dopočítávali prodeje na základě informací o zásobách na prodejně a ve skladu, které získali při předchozí návštěvě prodejny a informací o nákupech, které jim byly poskytnuty jednotlivými obchodníky (předchozí zásoby + nákupy – současné zásoby).

Podle průzkumu společnosti Nielsen dosáhl prodej biopotravin v ČR ve vybraných MŘ v roce 2015 hodnoty 789 mil. Kč. To představuje oproti roku 2014 a hodnotě 714 mil. Kč nárůst o 75 mil. Kč, v procentuálním vyjádření se jedná o meziroční růst ve výši 11 %. Pro srovnání trh s konvenčními potravinami dosáhl v roce 2015 hodnoty 150 545 mil. Kč. Oproti roku 2014 zaznamenal nárůst o 1,4 mld. Kč. Meziročně trh s konvenčními potravinami vzrostl o 0,94 %. Z těchto dat vyplývá, že obrát za prodej biopotravin v MŘ rostl mezi roky 2014 a 2015 dynamičtěji než trh s konvenčními potravinami a rychleji než celkový trh s potravinami v ČR. Tato dynamika se promítla také do nárůstu podílů biopotravin na celkovém trhu s potravinami v ČR (viz. Tab. 4).

Tab. 4 Prodej biopotravin a konvenčních potravin v ČR, 2014 a 2015

Ukazatel	2014	2015	Meziroční změna (%)	Meziroční změna (tis. Kč)
Biopotraviny (tis. Kč)	713 756	789 183	11,0	75 427
Konvenční potraviny (tis. Kč)	149 147 788	150 545 008	0,94	1 397 220
Hodnota celkového trhu s potravinami (tis. Kč)	149 861 544	151 334 191	0,98	1 472 647
Podíl biopotravin (%)	0,48	0,52	x	x

Zdroj: Nielsen 2016

Následující Tab. 5 uvádí hodnotu obrátu jednotlivých kategorií potravin za roky 2014 a 2015 v členění na bio a konvenční potraviny a podíl biopotravin na celkovém obrátu příslušné kategorie. Z tabulky vyplývá, že nejvýznamnější kategorií biopotravin byla kategorie „Mléčné výrobky a zmrzlina“ (2014: 352 mil. Kč, 2015: 350 mil. Kč), následována kategorií „Ostatní zpracované potravinářské výrobky“ (2014: 137 mil. Kč, 2015: 157 mil. Kč). Naopak za nejméně významnou kategorii biopotravin je možné označit „Zpracované a konzervované ryby, korýše a měkkýše“ (2014: 7 tis. Kč, 2015: 28 tis. Kč). Ze srovnání absolutních hodnot prodeje jednotlivých kategorií potravin vyplývá, že „Mléčné výrobky a zmrzlina“ a „Ostatní zpracované potravinářské výrobky“ jsou nejvýznamnějšími kategoriemi potravin

⁷ Pro účely tohoto srovnání je za konvenční potravinu považována jakákoliv potravina, která není certifikována jako bio.



i v rámci konvenčních potravin. Bio a konvenční potraviny se však liší v kategorii, která je co do objemu prodeje tou nejméně významnou, tedy kategorií „Zpracované a konzervované ryby, korýši a měkkýši“. V rámci konvenčních potravin je nejméně významnou kategorií „Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa“.

Tab. 5 Prodej hlavních kategorií bio a konvenčních potravin v ČR v letech 2014 a 2015 a podíl biopotravin na celkovém obratu dané kategorie

Kategorie CPA	Biopotraviny (tis. Kč)		Konvenční potraviny (tis. Kč)		Podíl bio na celkovém obratu (%)	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Mléčné výrobky a zmrzlina	352 104	349 599	41 817 928	40 594 751	0,8	0,9
Mlýnské a škrobářenské výrobky	68 552	73 443	6 789 816	6 673 390	1,0	1,1
Nápoje	14 102	22 385	33 446 123	35 097 203	0,0	0,1
Ostatní „zpracované“ potravinářské výrobky	137 439	156 806	35 619 232	35 529 126	0,4	0,4
Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	54 485	72 134	14 966 372	15 392 808	0,4	0,5
Rostlinné a živočišné oleje a tuky	27 194	42 542	2 081 789	2 052 876	1,3	2,0
Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa	796	274	830 340	820 394	0,1	0,0
Zpracované a konzervované ovoce a zelenina	59 076	71 972	11 405 385	12 036 857	0,5	0,6
Zpracované a konzervované ryby, korýši a měkkýši	7	28	2 190 804	2 347 601	0,0	0,0
Celkem	713 756	789 183	149 147 788	150 545 008	0,5	0,5

Zdroj: Nielsen 2016

Nejvyšších hodnot podílu dosahují biopotraviny u kategorie „Rostlinné a živočišné oleje a tuky“ s podílem na celkovém obratu 1,3 % v roce 2014 a 2,0 % v roce 2015. Zastoupení okolo 1 % mají pak biopotraviny u prodeje „Mlýnských a škrobářenských výrobků“ (nejčastěji mouky) a „Mléčných výrobků a zmrzliny“.

Tab. 6 Meziroční změny v prodeji hlavních kategorií bio a konvenčních potravin v ČR (2015/2014)

Kategorie CPA	Biopotraviny		Konvenční potraviny	
	Meziroční změna (tis. Kč)	Meziroční změna (%)	Meziroční změna (tis. Kč)	Meziroční změna (%)
Mléčné výrobky a zmrzlina	-2 505	-0,7 %	-1 223 176	-2,9 %
Mlýnské a škrobářenské výrobky	4 892	7,1 %	-116 426	-1,7 %
Nápoje	8 283	58,7 %	1 651 079	4,9 %
Ostatní zpracované potravinářské výrobky	19 366	14,1 %	-90 105	-0,3 %
Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	17 648	32,4 %	426 436	2,9 %
Rostlinné a živočišné oleje a tuky	15 348	56,4 %	-28 913	-1,4 %
Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa	-522	-65,6 %	-9 946	-1,2 %
Zpracované a konzervované ovoce a zelenina	12 897	21,8 %	631 472	5,5 %
Zpracované a konzervované ryby, korýši a měkkýši	21	285,0 %	156 798	7,2 %
Celkem	75 428	11,0 %	1 397 219	0,94 %

Zdroj: Nielsen 2016



Jak vyplývá z Tab. 6, obrat z prodeje biopotravin roste dynamičtěji než u konvenčních potravin. K největšímu absolutnímu nárůstu mezi roky 2014 a 2015 došlo u „Ostatních zpracovaných potravinářských výrobků“ a „Pekařských, cukrářských a jiných moučných výrobků“. V relativním vyjádření nejvíce rostly kategorie „Nápoje“ a „Rostlinné a živočišné oleje a tuky“, vzrostly o více než 50 %. U konvence byl nárůst trhu minimální (o necelé 1 %) a obrat u 5 z 9 hlavních kategorií v roce 2015 poklesl – zřejmě to neznamená, že bychom nakupovali méně, spíše konkurence tlačí ceny potravin stále dolů. Patrné je to u kategorie „Mléčné výrobky a zmrzlina“, její obrat poklesl jak v bio, tak konvenci – zde dokonce o téměř 3 % (pokles obratu o 1,2 mld. Kč)

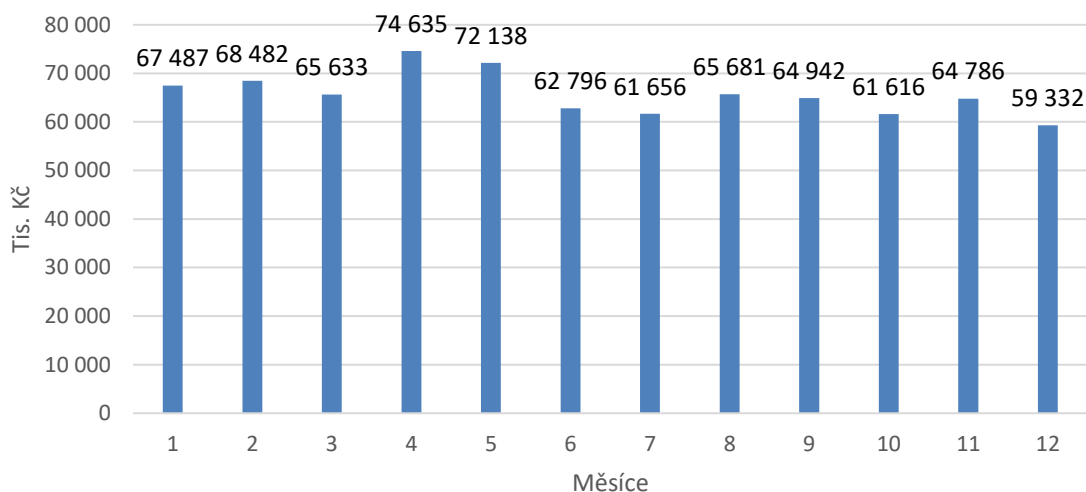
Tab. 7 Podíl jednotlivých kategorií potravin na celkových prodejkách bio a konvenčních potravin v letech 2014 a 2015 (v %)

Kategorie CPA	Biopotraviny		Konvenční potraviny	
	2014	2015	2014	2015
Mléčné výrobky a zmrzlina	49,3 %	44,3 %	28,0 %	27,0 %
Mlýnské a škrobářenské výrobky	9,6 %	9,3 %	4,6 %	4,4 %
Nápoje	2,0 %	2,8 %	22,4 %	23,3 %
Ostatní „zpracované“ potravinářské výrobky	19,3 %	19,9 %	23,9 %	23,6 %
Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	7,6 %	9,1 %	10,0 %	10,2 %
Rostlinné a živočišné oleje a tuky	3,8 %	5,4 %	1,4 %	1,4 %
Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa	0,1 %	0,0 %	0,6 %	0,5 %
Zpracované a konzervované ovoce a zelenina	8,3 %	9,1 %	7,6 %	8,0 %
Zpracované a konzervované ryby, korýši a měkkýši	0,0 %	0,0 %	1,5 %	1,6 %
Celkem	100 %	100 %	100 %	100 %

Zdroj: Nielsen 2016

Nejvyšší podíl na nákupech bio potravin v letech 2014 a 2015 má kategorie „Mléčné výrobky a zmrzlina“: v roce 2014 měla podíl 49,3 %, v roce následujícím pak 44,3 %. To představuje meziroční pokles o 5 %. Kategorie „Mléčné výrobky a zmrzlina“ měla v letech 2014 a 2015 nejvyšší podíl také u konvenčních potravin: v roce 2014 to bylo 28,0 %, v roce 2015 pak 27,0 %. Meziročně tak došlo u této kategorie k poklesu o 1 %. Přes meziroční pokles zůstala v roce 2015 kategorie „Mléčné výrobky a zmrzlina“ nejvýznamnější kategorií bio a konvenčních potravin. Druhý nejvýznamnější podíl byl zaznamenán u kategorie „Ostatní zpracované výrobky“ (19,9 %) a kategorie „Mlýnské a škrobářenské výrobky“ (9,3 %).

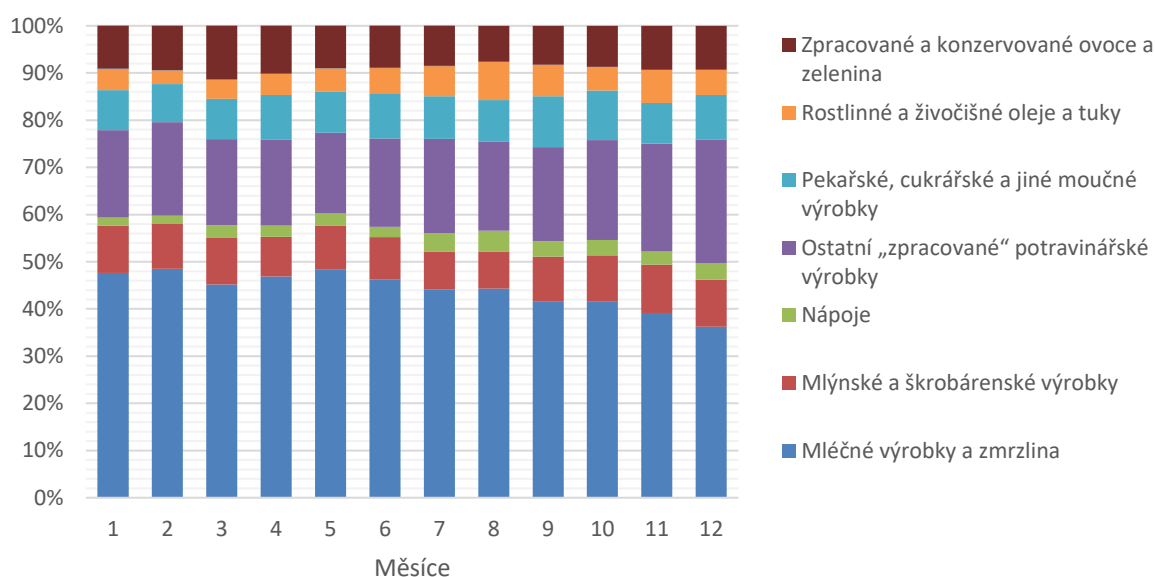
Z šetření Nielsen dále vyplývá, že průměrný měsíční obrat za biopotraviny ve sledovaných MŘ činil 66 mil. Kč. Nejvyššího průměrného měsíčního obratu za rok 2015 bylo dosaženo v měsíci dubnu, a to cca 74,6 mil. Kč (viz Graf 2). Naopak nejnižšího průměrného měsíčního obratu bylo dosaženo v prosinci, a to cca 59,3 mil. Kč.



Graf 2 Prodej biopotravin v jednotlivých měsících roku 2015

Zdroj: Nielsen 2016

V průběhu roku 2015 nedocházelo k významným změnám ve spotřebě. Dominantní podíl si zachovávala kategorie „Mléčné výrobky a zmrzlina“ a kategorie „Ostatní zpracované potravinářské výrobky“ (viz Graf 3).



Graf 3 Podíl kategorií biopotravin na celkových měsíčních prodejkách biopotravin v roce 2015

Pozn. z důvodu nízkých hodnot nejsou graficky znázorněny kategorie „Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa“ a „Zpracované a konzervované ryby, korýši a měkkýši“.

Zdroj: Nielsen 2016

V rámci zjišťování prodejů biopotravin byla ČR rozdělena do 8 regionů (nikoliv krajů). Nejvýznamnějším regionem pro prodej biopotravin podle hodnoty prodeje je region Praha. Toto platí pro všechny měsíce roku 2015. Na druhém místě je region Jižní Morava a na třetím Severní Morava. Naopak nejméně biopotravin spotřebitelé nakupují v MŘ v regionech Jižní Čechy a Západní Čechy (viz Tab. 8).

**Tab. 8 Prodej biopotravin podle regionů v jednotlivých měsících roku 2015 (v tis. Kč)**

Region/měsíce	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Praha	17 682	18 278	17 963	18 821	18 251	17 117	15 230	15 988	18 341	17 622	18 359	15 759
Střední Čechy	7 348	7 063	7 018	8 157	7 694	7 107	6 769	6 810	7 252	6 494	6 727	5 965
Severní Čechy	6 611	7 297	6 746	7 602	7 271	5 790	6 424	6 772	6 074	6 193	6 513	5 893
Jižní Čechy	3 753	3 928	3 654	4 386	3 963	3 381	3 915	4 337	3 610	3 214	3 614	3 326
Východní Čechy	5 308	5 274	5 089	6 060	6 340	5 026	5 256	5 675	4 945	4 857	5 025	4 983
Západní Čechy	5 012	4 740	4 410	5 584	5 055	4 467	4 213	4 908	4 336	3 943	4 065	4 142
Severní Morava	10 459	10 328	9 549	11 381	10 980	9 394	9 443	10 212	9 364	9 452	9 603	9 354
Jižní Morava	11 313	11 574	11 203	12 644	12 584	10 515	10 407	10 980	11 020	9 842	10 880	9 911
Celkem	67 487	68 482	65 633	74 635	72 138	62 796	61 656	65 681	64 942	61 616	64 786	59 332

Zdroj: Nielsen 2016

3.6 Nabídka biopotravin v maloobchodních řetězcích v roce 2015

V roce 2015 byla sledována nabídka biopotravin v následujících maloobchodních řetězcích (MŘ): Albert supermarket, Albert hypermarket, Billa, Tesco supermarket, Tesco hypermarket, Kaufland, Interspar (leden 2015), Globus, Penny Market, Lidl, dm drogerie a Rossmann. Analýza nabídky vychází z dat produktu Green marketing cenový BIOmonitor⁸ a byla zpracována Ing. Zuzanou Čítkovou v interní studii pro ÚZEI „Analýza vývoje nabídky biopotravin a jejich cen v České republice 2014–2015“.

Celkový počet biopotravin, který byl v posledním sledovaném období (tedy listopadu 2015) k dostání na pultech výše uvedených MŘ, činil **2 613 položek**. Nabídka biopotravin se během roku (listopad 2014 až listopad 2015) snížila o 3 % (vyloučena byla data za Interspar, jelikož ten již v listopadu 2015 na českém trhu nefiguroval).

Počet unikátních výskytů biopotravin⁹ činil **1 607** položek v listopadu 2015 (tj. snížení o 7,5 % oproti listopadu 2014).

Velmi významnou část nabídky dvou nejsilnějších MŘ tvořila německá značka Alnatura (dm 49 % a Globus 43 %), kterou původně nabízel jen drogistický řetězec dm drogerie. Od roku 2011 je ovšem k dostání i v Globusu. Právě tato značka významnou měrou přispívala k tomu, že nabídka biopotravin v MŘ byla odhadem ze 70–80 % tvořena biopotravinami z dovozu.

Zastoupení jednotlivých kategorií biopotravin v řetězcích

Nejdůležitější kategorií co do počtu nabízených biopotravin v MŘ byla setrvale **Kojenecká a dětská výživa** (všechny její podkategorie dohromady: kaše, maso, náhradní mléčná výživa, nápoje, ovocné příkrmy, sušenky a oplatky, zeleninové příkrmy a menu). V listopadu 2015 se na celkové nabídce podílela zhruba 25 %. Každá čtvrtá biopotravina nabízená v MŘ patřila tedy do této kategorie a tento podíl je víceméně stabilní již několik let.

Dalšími významnými kategoriemi byly **Mléko a mléčné výrobky** (9% podíl na celkové nabídce BIO ve sledovaných MŘ), **Pečivo – čerstvé i trvanlivé** (9% podíl), **Nápoje – ovocné a zeleninové**

⁸ Data z Green marketing cenového BIOmonitoru 2015 jsou k dispozici pouze pro interní potřeby ÚZEI.

⁹ Celkové vs. unikátní výskyt: celkové výskyt označují celkový počet nabízených položek, položka s jedním EAN kódem se v tomto součtu může vyskytovat i vícekrát podle toho v kolika MŘ se nachází; naproti tomu v součtu unikátních výskytů může být pouze jednou.



šťávy, rostlinné, alkoholické i ostatní (7% podíl), Těstoviny (4% podíl), Konzervované a nakládané potraviny a Mouky, krupice, kroupy, trhanky (obě z posledních jmenovaných kategorií podíl 3 %).

Význam jednotlivých dodavatelů

AlnaturA byla jednoznačně nejdůležitějším dodavatelem biopotravin do sledovaných MŘ. Každá čtvrtá biopotravina nabízená ve sledovaných MŘ byla zabalena právě pod touto značkou. Dalším v pořadí byl **HiPP Czech**. Výrobky tohoto dodavatele bylo možno najít na 540 regálových pozicích. Jelikož byly výrobky od tohoto dodavatele zastoupeny ve všech MŘ kromě diskontů (Penny Market, Lidl), byl počet unikátních výskytů výrazně nižší: 123. Na pomyslném 3. a 4. místě stáli dva nejsilnější čeští výrobci a distributoři biopotravin **PRO-BIO, obchodní společnost s r. o.** (12% podíl na celkové nabídce biopotravin ve sledovaných MŘ) a **Country Life, s. r. o.** (6% podíl). Pořadí mohlo být ovšem ve skutečnosti jiné, jelikož některé MŘ neuvádějí své dodavatele. Mezi časté dodavatele biopotravin pod privátní značky MŘ se řadí právě tyto dvě společnosti.

Význam privátních značek

Celkový podíl privátních značek (PL - privat labels) jednotlivých MŘ se pohybuje pod hranicí 20 %. Na začátku roku 2013 činil podíl PL téměř 21 %, na konci roku 2014 to bylo již 17 %. Nyní jejich podíl opět mírně stoupl, v listopadu 2015 činil 19 %.

Bylo to způsobeno privátní značkou dm Bio, která postupně nahrazuje sortiment AlnaturA v dm (AlnaturA není privátní značkou). Celkově byl podíl privátních značek silnější v supermarketech a diskontech, které nabízejí biopotraviny méně. V hypermarketech byl podíl PL nižší, protože zde bylo častěji nabízeno více variant jedné konkrétní potraviny (vedle privátní značky biopotraviny i další značková biopotravina).

- Pokud pomineme slabou nabídku biopotravin v Lidlu, nejvyššího podílu dlouhodobě dosahovala Billa. V Bille činil podíl PL Naše BIO na celkové nabídce potravin pocházejících z ekologického zemědělství 70 %.
- Velký podíl měly PL i v Albert supermarketu (Albert BIO), a to 57 %.
- Nad 30% hranici podílu PL se dostal také Albert hypermarket (38 %) a Rossmann (36 %).
- Podíl PL v Tesco (Tesco Organic) byl velmi nízký (6% podíl Tesco hypermarket, 2% podíl Tesco supermarket).

Řetězce Kaufland a Globus v roce 2015 nenabízely žádné privátní bioznačky.

3.7 Porovnání spotřebitelských cen u vybraných biopotravin a jejich konvenčních protějšků

U pěti vybraných potravin (kravské plnotučné čerstvé mléko, jogurt bílý, mrkev, vejce a hovězí maso) byla sledována nabídka nejen v MŘ, ale i v prodejnách zdravé výživy (Country Life Dejvice, Bio Smíchov, Rozmarýna), ve třech farmářských obchodech (Sklizeno, Náš grunt, Česká stodola), na třech farmářských trzích (Dejvice, Náplavka, Holešovická tržnice) a ve třech systémech bedýnek (Freshbedýnky, Bedýnky Toulcův dvůr, Bio zahrada). Zde kromě biovarianty byla pro srovnání sledována také varianta konvenční. Veškerý sběr údajů byl prováděn v Praze. Přehled průměrných cen u vybraných biopotravin v různých formátech prodeje je uveden v Tab. 9.



Tab. 9 Přehled průměrných spotřebitelských cen u vybraných biopotravin v různých formátech prodeje (2015)

Potravina	Hypermarkety	Supermarkety	Farmářské trhy	Prodejny zdravé výživy	Bedýnkové systémy	Farmářské prodejny	Průměrná cena za všechny formáty
JOGURT BÍLÝ	Kč/100 g						
bio	7,7	8,0	7,8	10,1	9,0	12,2	8,9
konvence	6,1	6,0	10,3	n. a.	10,2	11,1	7,1
MLÉKO	Kč/100 ml						
bio	2,8	2,7	3,5	4,6	3,9 ¹⁾	5,2	3,5
konvence	2,8	2,7	3,1	n. a.	n. a.	3,8	3,0
MRKEV	Kč/100 g						
bio	6,3	8,0	n. a.	5,7	5,5	n. a.	6,2
konvence	2,0	2,1	2,1	n. a.	n. a.	3,0	2,2
VEJCE	Kč/kus						
bio	8,4	9,2 ¹⁾	6,0 ¹⁾	8,8	11,5	11,5	9,6
konvence	3,8	4,0	5,1	n. a.	7,9	5,7	4,3
HOVĚZÍ MASO	Kč/1 000 g						
bio	350,3	369,0	310,0	397,0	406,0	439,0	377,9
konvence	189,3	211,3	313,0	n. a.	n. a.	471,0	256,6

¹⁾Údaje z května 2015.

Zdroj: Čítková (2016), *Analýza vývoje nabídky biopotravin a jejich cen v České republice 2014–2015*, zpracováno ÚZEI

Jogurt bílý

V MŘ byly porovnávány ceny bílého jogurtu z kravského mléka o tučnosti v rozmezí 3 až 4 %. Porovnávány byly jogurty v biokvalitě s konvenčními. Byly získány informace o ceně dohromady za 138 bílých jogurtů v květnu 2015, resp. 137 v listopadu 2015.

Biojogurty nebyly schopné konkurovat nejnížší nabídce konvenčního protějšku, nicméně ve většině případů nebyla nejvyšší nalezená cena biojogurtu tou nejvyšší celkově. Konvenční nejvyšší nalezená cena za jogurt byla zhruba o 33 % vyšší než nejvyšší nalezená v biokvalitě. V hypermarketech si byly maximální ceny biojogurtů a konvenční varianty blíže. Oproti tomu nejnížší cena konvenčních jogurtů byla téměř jednou tak nižší než u nejlevnějšího biojogurtu.

Bílé biojogurty byly tedy v průměru o 20 % dražší než konvenční, v supermarketech to bylo o 23 %, v hypermarketech o 38 %. Na farmářských trzích byly ale naopak ceny vyšší za konvenční jogurty a to o 27 % oproti cenám za biojogurty.

Mléko

V MŘ byly porovnávány ceny baleného kravského plnotučného čerstvého mléka. Porovnáváno bylo mléko v biokvalitě s konvenčním. Informace byly zjišťovány v květnu 2015, údaje o ceně byly k dispozici dohromady za 67 balení mléka resp. 58 balení v listopadu 2015.

Nejnižší cena za biomléko byla o 11 % vyšší než nejnížší konvenční. Rozdíl mezi maximální cenou za biomléko a maximální cenou za konvenční mléko se zastavil na stejném procentu (-11 %). V průměru bylo biomléko o 14 % dražší než konvenční. V bedýnkových systémech byly průměrné ceny



za biomléko o 86 % vyšší oproti průměrné ceně za konvenční mléko srovnatelných parametrů. U supermarketů a hypermarketů si byly ceny za bio a konvenční mléko blíže. Bylo to dáno především levným biomlékem v Albertu. Pokud se podíváme na průměrnou cenu, pak v supermarketech bylo biomléko o 2 % levnější než konvenční, v hypermarketech bylo biomléko v průměru stejně drahé jako konvenční.

Mrkev

V MŘ byly porovnávány ceny čerstvé mrkve. Porovnávána byla mrkev v biokvalitě s konvenční. Byly získány informace o ceně dohromady za 34 nabídek mrkví v květnu 2015, resp. 37 v listopadu 2015.

U mrkve byl rozdíl mezi konvencí a bio nejvýraznější ze všech pěti sledovaných komodit a některé ceny biomrkve v prodejnách zdravé výživy byly až enormně vysoké. V celkovém průměru byla biomrkev o 225 % dražší než konvenční mrkev. Pokud jsme našli porovnatelná data za typ prodeje, pak vždy platilo, že biomrkev je dražší než konvenční.

Vejce

V MŘ byly porovnávány ceny čerstvých vajec o velikosti M. Porovnávána byla vejce v biokvalitě s konvenčními. V terénu byly sebrány informace o ceně dohromady za 51 balení vajec v květnu 2015 a 45 balení vajec v listopadu 2015.

Stejně jako u mrkve i zde platí, že tam, kde bylo možné porovnání bio a konvence, jsme nenašli typ prodeje, kde by bylo možné pořídit levněji biovejce než konvenční. Nejnižší cena biovejce byla o 261 % vyšší než nejnižší cena za konvenční vejce. Oproti tomu nejvyšší nalezená cena za biovejce byla již „jen“ o 6 % vyšší než nejvyšší cena za konvenční vejce. V průměru byla biovejce o 108 % dražší než v konvenci. V supermarketech byly pomyslné cenové nůžky mezi biovejci a konvenčními vejci ještě více rozevřeny. Průměrné ceny v hypermarketech odpovídaly průměru za všechny sledované formáty. Rozdíly mezi nejvyššími cenami biovajec a konvenčních vajec byly daleko vyšší jak v supermarketech, tak v hypermarketech, než tomu bylo u průměru.



Hovězí maso

V MŘ byly porovnávány ceny hovězího masa zadního bez kosti. Porovnáváno bylo hovězí maso v biokvalitě s konvenčním. V terénu byly získány informace o ceně dohromady za 23 nabídek hovězího masa v květnu 2015 a shodně i v listopadu 2015.

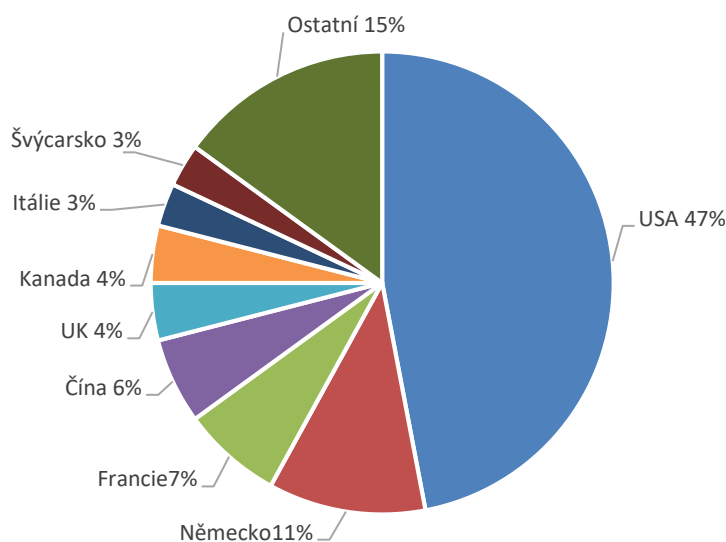
Hovězí biomaso bylo v průměru o 41 % dražší než konvenční hovězí maso. Nejnížší cena na trhu za biomaso byla jednou tak vysoká jako cena konvenční varianty. Nejvyšší cena za biomaso byla naopak o 3 % levnější než nejdražší konvenční hovězí maso. Na farmářských trzích byly průměrné ceny za konvenční i bio hovězí maso téměř shodné. V supermarketech i hypermarketech bylo bio hovězí zadní maso dražší než konvenční, a to o 59 % v supermarketech a o 63 % v hypermarketech. Na farmářském trhu byla v absolutním vyjádření průměrná cena nižší než v supermarketech a hypermarketech, což koresponduje s kratší cestou k zákazníkovi.

3.8 Mezinárodní srovnání¹⁰

Podle agentury Organic Monitor dosáhl v roce 2015 celosvětový maloobchodní trh s biopotravinami včetně nápojů 81,6 mld. USD a vykázal meziroční nárůst 2 % (80 mld. USD v roce 2014). Severní Amerika a Evropa představovaly většinu celosvětového prodeje bioproduktů (více než 90 % celosvětového prodeje bioproduktů). Globální trh s biopotravinami vzrostl mezi roky 2000 a 2015 téměř čtyřnásobně.

Zemí s největším biotrhem v roce 2015 bylo USA (35,8 mld. EUR), na druhém místě bylo Německo (8,6 mld. EUR), následovala Francie (5,5 mld. EUR) a Čína (4,7 mil EUR).

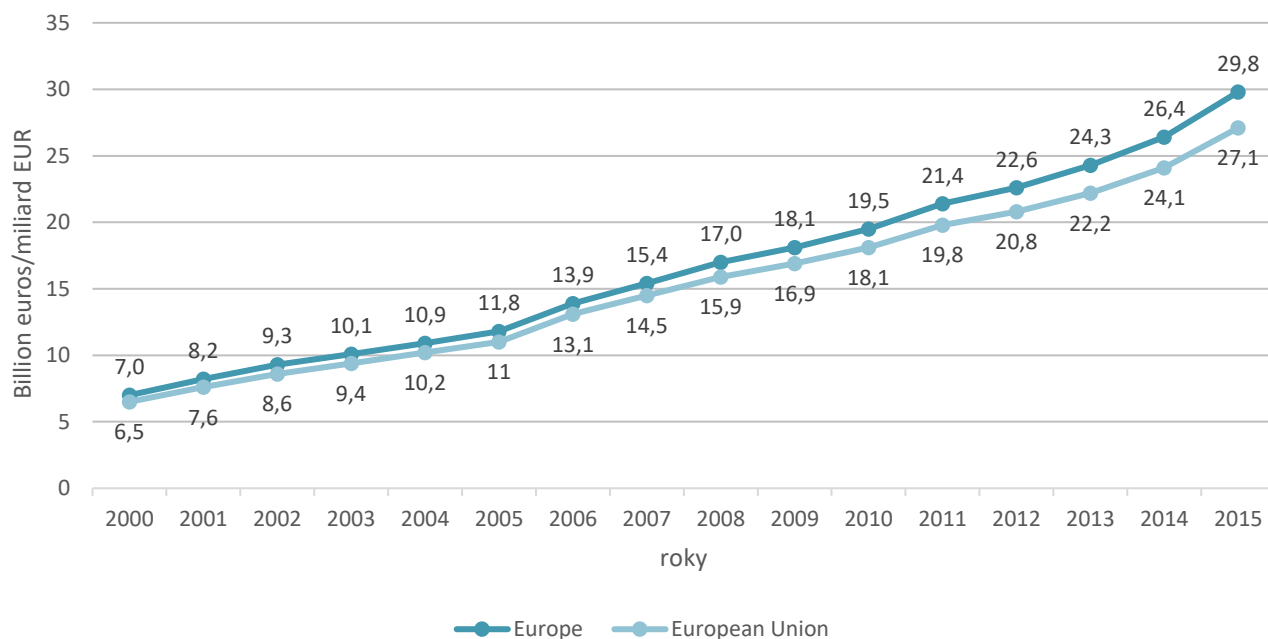
V rámci Evropy pokračoval objem trhu biopotravin během roku 2015 v dalším růstu. Prodej biopotravin dosáhl v Evropě obrátu 29,8 mld. EUR (27,1 mld. EUR pro EU) a meziročně vzrostl téměř o 13 %, viz Graf 5.



Graf 4 Svět: rozdělení trhu biopotravin dle zemí, 2015

Zdroj: FiBL-AMI survey 2017, based on retail sales with organic food.

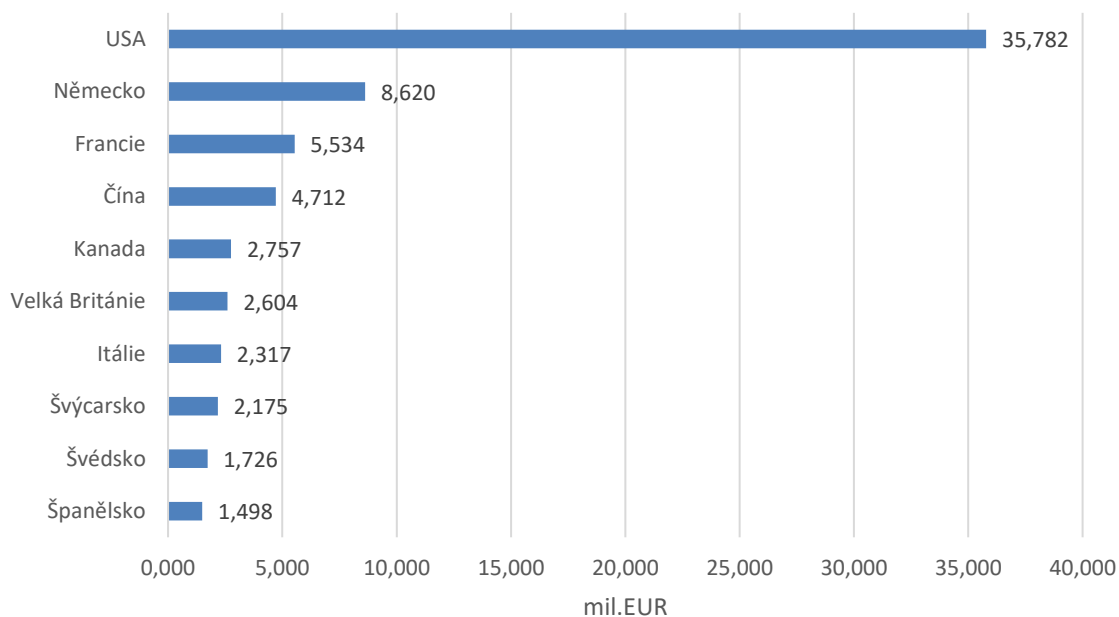
¹⁰ Zdroj: Willer, Helga and Julia Lernoud (Eds.), (2017) *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2017*. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM - Organic International, Bonn



Graf 5 Evropa: Vývoj trhu biopotravin 2004–2015

Zdroj: FiBL-AMI Surveys 2006-2017, and OrganicDatatnetwork Surveys 2013-2015

Zemí s největším trhem s biopotravinami jsou Spojené státy americké (35,8 mil EUR), následuje Německo (8,6 mil EUR), Francie (5,5 mil EUR) a Čína (4,7 mil EUR).



Graf 6 Státy s největším trhem biopotravin (mil. EUR), 2015

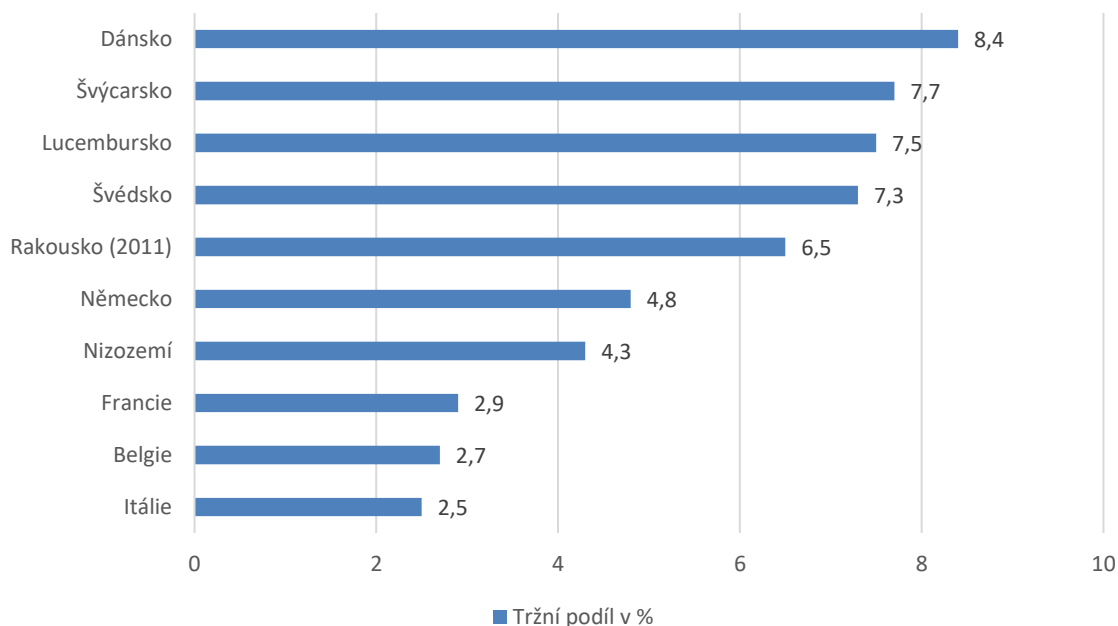
Zdroj: FiBL-AMI survey 2017

Růst trhu byl zaznamenán ve všech zemích, u nichž byly k dispozici údaje pro rok 2015. U řady z nich byl nárůst dvojciferný: nejvyšší nárůst zaznamenalo Španělsko (nárůst o 25 %), Irsko (o 23 %) a Švédsko (o 20 %).



Nejvyšší podíl prodaných biopotravin na celkovém trhu s potravinami mělo v rámci zemí Evropy Dánsko (8,4 %), následovalo Švýcarsko (7,7 %), Lucembursko (7,5 %), Švédsko (7,3 %) a Rakousko (6,5 %). U některých kategorií potravin však bylo zastoupení bioprodukce mnohem vyšší, např. u vajec. V řadě zemí Evropy tvořila biovejce zhruba pětinu (20% podíl na jejich prodeji). Druhou kategorií byla zelenina – s podílem 9 až 18 % v zemích jako Švýcarsko, Rakousko, Švédsko a Německo. Např. čerstvá mrkev v biokvalitě tvořila již 30 % trhu s mrkví v Německu. Vysoké zastoupení prodeje v biokvalitě mělo také čerstvé mléko, v řadě zemí okolo 10 %.

Ze zemí EU13 dosahovalo nejvyššího podílu biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů Chorvatsko a Slovinsko – okolo 2 %, v ČR to bylo 0,81 %.

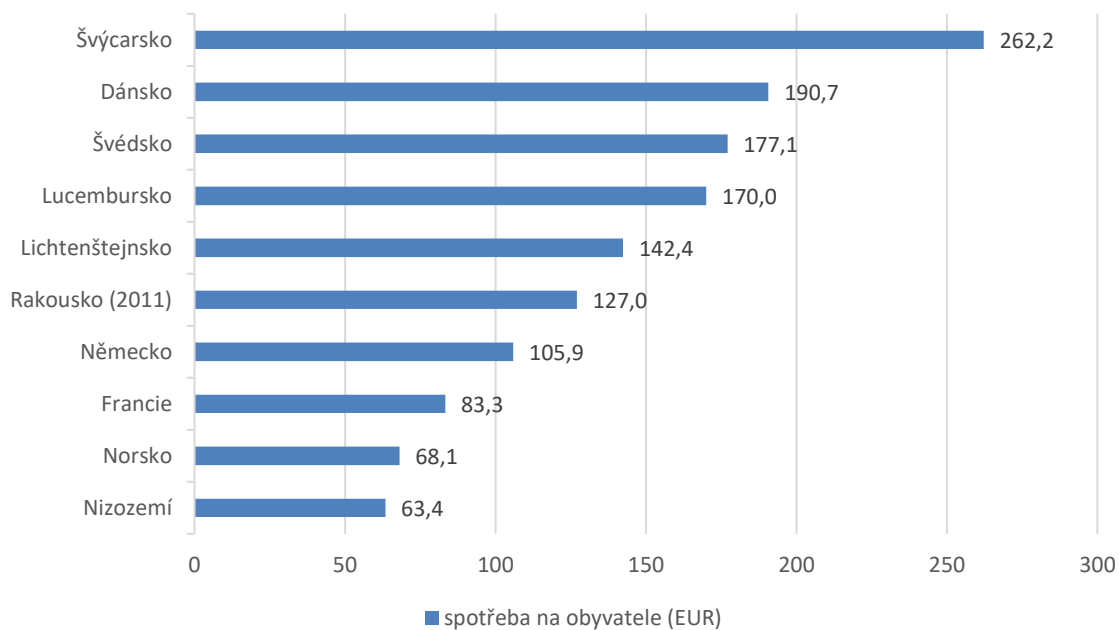


Graf 7 Evropa: 10 zemí s největším podílem biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů

Zdroj: FiBL-AMI survey 2017 based on national data sources.

V průměru utratili spotřebitelé v Evropě za biopotraviny 36,4 EUR (53,7 EUR v EU) a za posledních deset let se spotřeba na obyvatele zdvojnásobila. Nejvyšší spotřeba biopotravin na osobu byla ve Švýcarsku (262 EUR), následovalo Dánsko (191 EUR) a Švédsko (177 EUR).

Východ Evropy zatím ve spotřebě biopotravin zaostával – průměr EU13 (NČZ) se pohyboval okolo 5 EUR, přičemž nejvyšší hodnoty bylo dosaženo ve Slovinsku a Chorvatsku, a to přes 20 EUR. V ČR se spotřeba biopotravin pohybovala na úrovni 213 Kč, tj. okolo 8 EUR.



Graf 8 Evropa: 10 zemí s nejvyšší roční spotřebou biopotravin na obyvatele (EUR), 2015

Zdroj: FiBL-AMI survey 2017 based on national data sources.



4 Výroba biopotravin v ČR v roce 2015

4.1 Počet a struktura výrobců biopotravin

Jako výrobce biopotravin bylo ke konci roku 2015 registrováno 542 subjektů (resp. 579 výrobních míst). Nárůst jejich počtu o 7,1 % proti 506 výrobcům v roce 2014 představoval mírné snížení ve srovnání s 7,4% nárůstem během roku 2014 (viz Tab. 10).

V Tab. 11 jsou uvedeny celkové počty výrobců biopotravin v jednotlivých letech, podíl ukončených registrací a podíl nově registrovaných výrobců. V roce 2015 ukončilo svoji činnost 40 výrobců. Nově zaregistrovaných výrobců biopotravin bylo v tomto roce 76.

Tab. 10 Vývoj počtu registrovaných výrobců biopotravin, 2008–2015

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Počet výrobců – celkem vč. provozoven	429	497	618	646	495	500	537	579
Počet výrobců – jen subjekty	345	395	404	422	448	471	506	542
Meziroční změna - celkem (%)	69,6	15,9	24,3	4,5	-23,4	1,0	7,4	7,8
Meziroční změna – jen subjekty (%)	81,6	14,5	2,3	4,5	6,2	5,1	7,4	7,1

Zdroj: MZe, REP (údaj k 31. 12. daného roku); zpracoval: ÚZEI

Tab. 11 Počet ukončených a nových registrací výrobců biopotravin, 2008–2015

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Počet výrobců – pouze subjekty	345	395	404	422	448	471	506	542
Počet (% podíl) ukončených výrobců	14 (7,4)	26 (7,5)	56 (14,2)	55 (13,6)	43 (10,2)	40 (8,9)	37 (7,9)	40 (7,9)
Počet (% podíl) nových výrobců	169 (49,0)	76 (19,2)	65 (16,1)	73 (17,3)	69 (15,4)	63 (13,4)	72 (14,2)	76 (14,0)

Zdroj: MZe, REP (údaj k 31. 12. daného roku); zpracoval: ÚZEI

V případě, že výrobce provádí více činností, je mu na základě odborného odhadu přiřazena hlavní činnost. K nejčastěji provozovaným hlavním činnostem (dle hlavních kódů) patřily v roce 2015, obdobně jako v jiných letech, výroba ostatních potravinářských výrobků, dále zpracování a konzervování masa a výroba masných výrobků, výroba nápojů, výroba mléčných výrobků a zpracování a konzervování ovoce a zeleniny (viz Tab. 12). V rámci výroby ostatních potravinářských výrobků došlo k nárůstu počtu subjektů o 15,3 % a v kategorii zpracování masa a masných výrobků pak o 11,1 %. K výraznějšímu snížení došlo podobně jako v roce 2014 u výroby pekařských, cukrářských a jiných moučných výrobků, kdy počet subjektů zabývajících se touto činností klesl o 13,8 % (tj. 4 subjekty). Zbývajících kategorií se v roce 2015 ve srovnání s rokem 2014 výrazně nezměnily a zaznamenaly změny v jednotkách výrobců.

Pro lepší představu o nabídce trhu biopotravin jsou v Tab. 13 uvedeny počty subjektů, které v roce 2015 měly platný certifikát pro danou výrobní činnost.



Tab. 12 Výrobci biopotravin dle druhu ekonomické aktivity, 2012–2015

Kód	Ekonomická aktivita (dle NACE)	Počet výrobců biopotravin ¹⁾			
		2012	2013	2014	2015
10.1	Zpracování a konzervování masa a výroba masných výrobků	69 (76)	80 (87)	99 (104)	110 (119)
10.11	Zpracování a konzervování masa, kromě drůbežího	57 (62)	69 (74)	88 (92)	100 (108)
10.12	Zpracování a konzervování drůbežího masa	2 (4)	2 (3)	2	1
10.13	Výroba masných výrobků a výrobků z drůbežího masa	10	9 (10)	9 (10)	9 (10)
10.2	Zpracování a konzervování ryb, korýšů a měkkýšů	1	1	0	1
10.3	Zpracování a konzervování ovoce a zeleniny	66	68	65	71
10.31	Zpracování a konzervování brambor	4	4	4	4
10.32	Výroba ovocných a zeleninových šťáv	15	14	12	13
10.39	Ostatní zpracování a konzervování ovoce a zeleniny	47	50	49	54
10.4	Výroba rostlinných a živočišných olejů a tuků	9	11	18	19
10.5	Výroba mléčných výrobků	58 (79)	56 (58)	60 (63)	72 (77)
10.6	Výroba mlýnských a škrobářenských výrobků	22 (23)	24 (25)	29 (32)	30 (32)
10.7	Výroba pekařských, cukrářských a jiných moučných výrobků	37 (43)	38 (45)	29 (36)	25 (29)
10.71	Výroba pekařských a cukrářských výrobků, kromě trvanlivých	22 (26)	21 (26)	13 (18)	12
10.72	Výroba sucharů a sušenek; trvanlivých cukrářských výrobků	13 (15)	15 (17)	14 (16)	11 (15)
10.73	Výroba makaronů, nudlů, kuskusu a podobných moučných výrobků	2	2	2	2
10.8	Výroba ostatních potravinářských výrobků	95 (101)	87 (94)	98 (111)	113 (129)
10.81	Výroba cukru	3 (4)	3 (4)	3 (4)	5 (7)
10.82	Výroba kakaa, čokolády a cukrovinek	3	3	5	8
10.83	Zpracování čaje a kávy	22 (26)	26 (30)	27 (32)	29 (35)
10.84	Výroba koření a aromatických výtažků	16	10	13	15
10.85	Výroba hotových pokrmů	8	6	6 (9)	7 (10)
10.86	Výroba homogen. potrav. přípravků a dietních potravin	2	1	1	1
10.89	Výroba ostatních potravinářských výrobků j. n.	41 (42)	38 (40)	43 (47)	48 (53)
11.0	Výroba nápojů	88 (89)	99	103	97 (98)
11.01	Destilace, rektifikace a míchání lihovin	2	1	1	1
11.02	Výroba vína z vinných hroznů	75	83	84	75 (76)
11.03	Výroba jablečného vína a jiných ovocných vín	1	1	3	5
11.04	Výroba ostatních nedestilovaných kvašených nápojů	2	1	1	1
11.05	Výroba piva	5	6	6	5
11.06	Výroba sladu	1	1	1	1
11.07	Výroba nealko. nápojů; stáčení minerálních a ostatních vod	2 (3)	6	7	9
21.20	Farmaceutické přípravky	3 (8)	5 (10)	2	1
82.92	Balící činnosti	x	2	3	3
	Celkem	448 (495)	471 (500)	506 (537)	542 (579)

¹⁾ Údaj v závorce odpovídá počtu všech provozoven a počty subjektů jsou stanoveny na základě přiřazení jedné hlavní činnosti subjektu.

Pozn.: Údaje v tabulce byly revidovány, a to v důsledku zpřesnění metodiky třídění provozoven.

Zdroj: REP, vlastní výpočty ÚZEI



Tab. 13 Výrobci biopotravin certifikovaní pro danou ekonomickou aktivitu (výrobní činnost), 2015

Kód	Ekonomická aktivita (dle NACE)	Počet výrobců ¹⁾
		2015
10.1	Zpracování a konzervování masa a výroba masných výrobků	131
10.2	Zpracování a konzervování ryb, korýšů a měkkýšů	8
10.3	Zpracování a konzervování ovoce a zeleniny	124
10.4	Výroba rostlinných a živočišných olejů a tuků	39
10.5	Výroba mléčných výrobků	89
10.6	Výroba mlýnských a škrobářenských výrobků	65
10.7	Výroba pekařských, cukrářských a jiných moučných výrobků	44
10.8	Výroba ostatních potravinářských výrobků	161
11.0	Nápoje	122 ²⁾

¹⁾ Počet výrobců je uveden včetně provozoven. Započteny jsou zde všechny činnosti subjektů. Pokud daný subjekt provozuje zároveň např. 3 druhy činností, je započítán v každé z těchto činností.

²⁾ Počet výrobců nápojů se liší od údajů poskytovaných pro Eurostat, kde nejsou započítány subjekty vyrábějící víno z vlastní produkce hroznů.

Zdroj: REP, vlastní výpočty ÚZEI

4.2 Výroba biopotravin

V rámci dotazníku bylo snahou získat odpovědi zejména na následující otázky:

- Kolik je aktivních zpracovatelů/výrobců biopotravin?
- Jaký podíl tvoří suroviny z dovozu?
- Jaká je celková kapacita výroby biopotravin v ČR (celkový obrát a obrát hlavních kategorií biopotravin)?
- Jaké distribuční kanály jsou výrobci využívány pro prodej biopotravin?

Ze získaných údajů vyplývá, že z celkového počtu 542 subjektů registrovaných jako „výrobce biopotravin“ ke konci roku 2015, jich zhruba 29 % (tj. 155 subjektů; 34 % v roce 2014) svou činnost ve skutečnosti vůbec neprovozovalo, a to zejména z následujících důvodů:

- probíhající možné až dvouleté přechodné období po registraci¹¹,
- nezájem spotřebitelů či obchodních partnerů o zamýšlené biopotraviny, příp. jen příležitostná výroba malého množství v sezóně či na konkrétní objednávku.

Některé společnosti také uvedly, že biopotraviny již nevyrábí, protože na trhu nenašly dostatečnou poptávku a svoji registraci po skončení platnosti certifikátu již nebudou u MZe obnovovat.

4.2.1 Rozsah výroby biopotravin

Celkový obrát výroby biopotravin v roce 2015, dle údajů poskytnutých výrobci¹², činil 2 727 mil. Kč, což představuje nárůst o 24 % proti obrátu 2 202 mil. Kč v roce 2014 (Tab. 14). V tomto obrátu jsou zahrnuty také obráty společností, které pouze nakoupené bioprodukty přebalují do spotřebitelského balení, jelikož i tato činnost je považována za výrobu biopotravin¹³. Dále je však

¹¹ Dle Zákona o EZ se může výrobce biopotravin nejprve zaregistrovat a pak má až 24 měsíců na to, aby získal alespoň 1 osvědčení na biopotravinu.

¹² Jedná se o obrát 351 výrobců biopotravin.

¹³ Tj. včetně dovozu ovoce a zeleniny a jejího balení, dovozu zahraničního zboží a značení českým logem aj.



také zahrnut celkový obrat „mix“ subjektů realizujících jak vlastní výrobu biopotravin, tak současně distribuci výrobků jiných dodavatelů. Vzhledem k tomu, že byl doplněn v dotazníku dotaz na rozsah prodeje vlastních a cizích výrobků u těchto subjektů, lze konstatovat, že prodej výrobků jiných dodavatelů představoval 43 % jejich celkového obratu (tj. 374 mil. Kč). Jinými slovy obrat prodeje vlastních výrobků vyrobených v ČR registrovanými výrobci činil 2,35 mld. Kč

Nejčastější kategorií výrobců dle velikosti obratu za biopotraviny zůstala stejně jako v letech 2011–2014 kategorie 100 tis. až 500 tis. Kč. Druhou nejpočetnější je stejně jako v roce 2013 kategorie výrobců s obratem 500 tis. až 1 mil. Kč.

Více než dvě třetiny výrobců (70 %) uvedly, že v roce 2015 za biopotraviny utržily méně než 2 mil. Kč a jejich podíl na celkovém obratu dosáhl pouhých 5 %. Naopak 28 firem s největším obratem za biopotraviny (nad 20 mil. Kč) realizuje více než ¾ celkové výroby biopotravin (76 %). Obdobná situace platila i pro předchozí roky 2011–2014. Obdobný zůstává také podíl 5 největších firem s obratem nad 100 mil. Kč (RACIO, s. r. o., Country Life, s. r. o., PRO-BIO, obchodní společnost s r. o., Lifefood Czech Republic, s. r. o., Sonnentor, s. r. o.) na celkovém obratu výrobců ve výši 43 %. V roce 2014 činil podíl 5 největších výrobců („mix subjektů“) 45 %.

Tab. 14 Struktura výrobců dle velikosti obratu za biopotraviny, 2015

Kategorie dle obratu za biopotraviny	Výrobci biopotravin			Obrat za prodej biopotravin		
	2014 (počet)	2015		2014 (tis. Kč)	2015	
		(počet)	(%)		(tis. Kč)	(%)
do 100 tis.	47	46	13,1	2 126	1 774	0,1
< 100 tis. až 500 tis.	81	98	27,9	21 315	23 805	0,9
< 500 tis. až 1 mil.	30	59	16,8	18 177	41 409	1,5
< 1 mil. až 2 mil.	36	42	12,0	47 085	58 890	2,2
< 2 mil. až 5 mil.	44	34	9,7	142 800	107 234	3,9
< 5 mil. až 10 mil.	23	34	9,7	161 374	244 152	9,0
< 10 mil. až 20 mil.	12	10	2,8	160 430	136 184	5,0
< 20 mil. až 50 mil.	11	16	4,6	344 398	437 528	16,0
< 50 mil. až 75 mil.	3	4	1,1	161 280	260 077	9,5
< 75 mil. až 100 mil.	2	3	0,9	159 617	241 843	8,9
nad 100 mil.	5	5	1,4	983 190	1 174 496	43,1
Celkem¹⁾	294	351	100,0	2 201 792	2 727 394	100,0

¹⁾ Z důvodu zaokrouhlování nemusí údaj celkem korespondovat s uváděnými výsledky za jednotlivé kategorie

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

Přehled patnácti největších výrobců v roce 2015 dle velikosti obratu realizovaného pouze na českém trhu (bez exportu) se podobá seznamu z předchozích let (Tab. 15). Je třeba zdůraznit, že v tabulce jsou zahrnuty i „mix subjekty“, jejichž obrat zahrnuje i prodej biopotravin jiných výrobců (tj. obrat i za jejich distributorskou činnost). Důvodem je, že nelze s jistotou určit podíl cizích výrobků uplatněných na českém trhu.

**Tab. 15 Přehled 15 největších výrobců biopotravin dle obrátu na českém trhu, 2015**

Pořadí	Název společnosti	Obor výroby
1.	COUNTRY LIFE, s. r. o.	Obilniny, těstoviny, pečivo
2.	PRO-BIO, obchodní společnost s r.o.	Obilniny, těstoviny, polotovary, mlýnské výrobky
3.	Sonnentor, s. r. o.	Čaje, koření
4.	Lifefood Czech Republic, s. r. o.	Výrobky zdravé výživy (suchary, sušené ovoce, ořechy)
5.	OLMA, a. s.	Mléko a mléčné výrobky
6.	POLABSKÉ MLÉKÁRNY, a. s.	Mléko a mléčné výrobky
7.	HOLLANDIA Karlovy Vary, a. s.	Mléko a mléčné výrobky
8.	Biopark, s. r. o.	Hovězí maso, kuřecí maso, masné výrobky
9.	HEALTH LINK, s. r. o.	Oleje a tuky, ostatní zpracované biopotraviny
10.	YesFresh, s. r. o.	Ovoce a zelenina
11.	EXTRUDO Bečice, s. r. o.	Mlýnské výrobky, trvanlivé výrobky, těstoviny
12.	Mlékárna Valašské Meziříčí, spol. s r. o.	Mléko a mléčné výrobky
13.	ČEROZFRUCHT, s. r. o.	Ovoce a zelenina
14.	Mediate, s. r. o.	Ostatní zpracované biopotraviny
15.	RACIO, s. r. o.	Trvanlivé výrobky (suchary)

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2016

Největší počet podniků (86; což odpovídá 24,5 %) je zařazen v kategorii podniků, u kterých prodej biopotravin představuje 99 až 100 % jejich celkového obrátu, viz Tab. 16. Tato kategorie je tvořena převážně faremními zpracovateli. Druhou nejpočetnější kategorií jsou podniky s podílem biovýroby do 1 % z celkového obrátu. Tyto dvě kategorie představují 45 % výrobců biopotravin, přičemž jejich podíl na celkovém obrátu výroby v ČR dosahuje 22 %. Situace je tedy mírně odlišná od roku 2014, kdy nejrozšířenější byly podniky zařazené v kategorii 1 až 10 % a kategorie 99 až 100 %. Meziroční změny mohou být dány zpřesněným získaných informací od výrobců biopotravin a vyšší návratností díky spolupráci s kontrolními organizacemi.

Největšího podílu na celkovém obrátu výrobců (35 %) dosahují firmy z kategorie podniků 75 až 99 %, následně pak podniky v kategorii 1 až 10 % (20 %) a do 1 % (15 %).

Tab. 16 Struktura výrobců dle podílu obrátu za biopotraviny na jejich celkovém obrátu, 2015

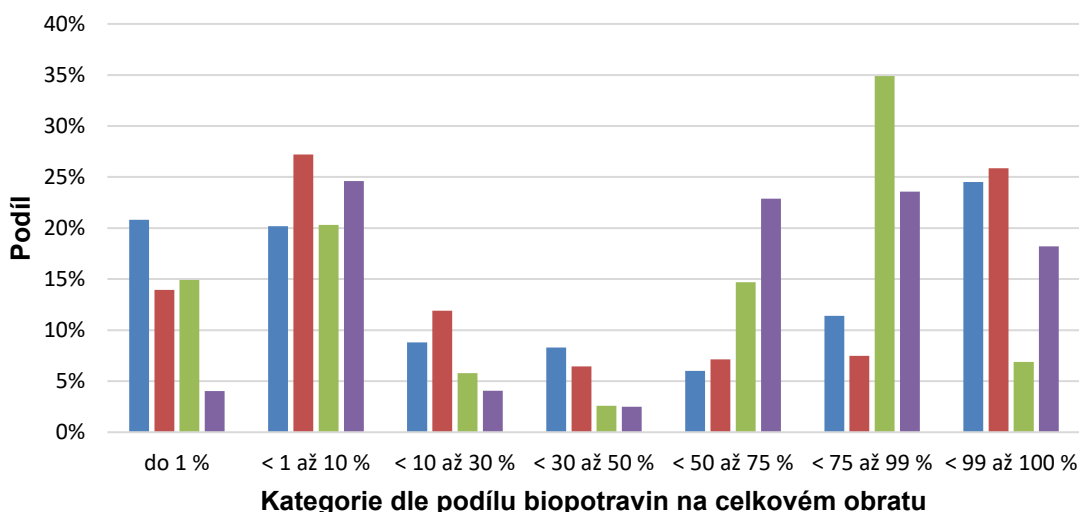
Podíl biopotravin na celkovém obrátu	Výrobci biopotravin			Obrat za prodej biopotravin		
	2014 (počet)	2015		2014 (tis. Kč)	2015	
		(počet)	(%)		(tis. Kč)	(%)
do 1 %	41	73	20,8	88 592	406 274	14,9
< 1 až 10 %	80	71	20,2	541 734	552 470	20,3
< 10 až 30 %	35	31	8,8	89 647	157 554	5,8
< 30 až 50 %	19	29	8,3	55 184	69 800	2,6
< 50 až 75 %	21	21	6,0	503 623	401 681	14,7
< 75 až 99 %	22	40	11,4	519 284	952 294	34,9
< 99 až 100 %	76	86	24,5	400 728	187 321	6,9
Celkem¹⁾	294	351	100,0	2 201 792	2 727 394	100,0

¹⁾ Z důvodu zaokrouhlování nemusí údaj celkem korespondovat s uváděnými výsledky za jednotlivé kategorie

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016



Následující graf (Graf 10) ukazuje procentní rozdělení výrobců biopotravin a obratu z prodaných biopotravin podle toho, kolika procenty se biopotraviny podílí na celkovém obratu firmy. Do výroby biopotravin se pouští jak „bio specialisté“¹⁴, tak střední a velké potravinářské firmy. Z průzkumu ÚZEI mezi výrobci totiž vyplývá, že u 33 % aktivních výrobců tvoří podíl biopotravin na jejich celkovém obratu méně než 5 %. Naopak podobný podíl výrobců (31 % v roce 2015) uvedl, že prodej biopotravin u nich činí více jak 90 % jejich obratu.



Graf 9 Struktura výrobců biopotravin a obratu za biopotraviny v letech 2014 a 2015

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

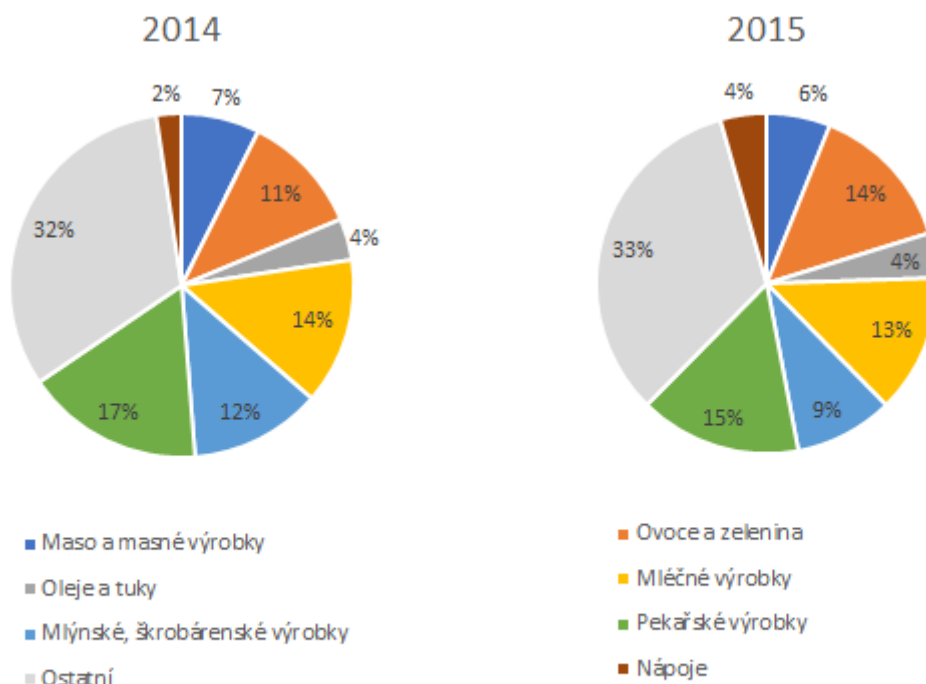
4.2.2 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu výroby

Kromě informace o celkovém obratu za biopotraviny byl u respondentů zjišťován také podíl hlavních kategorií potravin na tomto objemu výroby. Použito bylo zjednodušené třídění vycházející z mezinárodní klasifikace výrobků CPA, viz příloha č. 1.

Dle zjištěných údajů největší podíl z celkového obratu, kterého dosáhli výrobci v roce 2015, zaujímala opět kategorie „Ostatní zpracované potraviny“¹⁵ (33 %, a to zejména podkategorie „Káva a čaj“ s 52% podílem). Následovaly kategorie „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ (15 %), „Ovoce a zelenina“ (14 %) a „Mléko a mléčné výrobky“ (13 %). Vyjádřeno v nominální hodnotě, největší objem výroby dosáhly „Ostatní zpracované potraviny“ (cca 906 mil. Kč; 707 mil. Kč v roce 2014), následované kategorií „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ (cca 419 mil. Kč; 369 mil. Kč v roce 2014), „Ovoce a zelenina“ (cca 386 mil. Kč; 251 mil. Kč v roce 2014) a „Mléko a mléčné výrobky“ (cca 359 mil. Kč, 303 mil. Kč v roce 2014). Stejně kategorie dominovaly také v předchozích letech (viz Graf 11).

¹⁴ Bio specialista je zde míněn jako výrobce zaměřený převážně nebo výhradně na výrobu biopotravin.

¹⁵ Kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ zahrnuje podkategorie: Cukr; Kakao, čokoláda a cukroviny; Káva a čaj; Koření a aromatické výtažky; Hotové pokrmy; Homogenizované potravinářské přípravky a dietní potraviny; Ostatní jinde neuvedené potravinářské výrobky (viz příloha zprávy).



Graf 10 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obrátu výroby, 2014 a 2015

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

4.2.3 Uplatnění vyrobených biopotravin na trhu

Více než dvě třetiny výrobců (241 z 351) uvedly, že veškeré biopotraviny dodávaly na trh v ČR. Dalších 46 výrobců na domácím trhu realizovalo minimálně 75 % ze svého obrátu. Tedy 82 % výrobců uplatnilo většinu své výroby biopotravin na českém trhu, což je více než v roce 2014, kdy tímto způsobem uplatnilo svou produkci 77 % výrobců. Avšak i přes tuto skutečnost se dá předpokládat, že podíl vývozu na celkovém obrátu se bude zvyšovat i v následujících letech (viz Tab. 17).

V roce 2015 se nejčastěji vyváželo na Slovensko (57 výrobců – každý šestý aktivní výrobce), z toho 40 výrobců do 10 %, 15 výrobců do 30 % a 2 výrobci do 75 %. Avšak největší objem v ČR vyrobených biopotravin směřuje do Německa (12 %), do ostatních zemí EU¹⁶ (11 %) a do Rakouska (9 %). Naopak nejmenší objem vyrobených biopotravin se dlouhodobě exportuje do Polska a následně do zemí mimo EU.

Z celkového obrátu výroby biopotravin v roce 2015 ve výši cca 2 727 mil. Kč se uplatnilo na českém trhu 1 629 mil. Kč, tj. 60 %. V roce 2014 se na českém trhu uplatnilo 1 296 mil. Kč, tj. 59 % z celkové výroby. Do zahraničí vyvezli tedy čeští výrobci biopotraviny za přibližně 1 099 mil. Kč, což představuje zbývajících 40 % celkového obrátu výroby (v roce 2014 činil export 906 mil. Kč a 41 %). Vývoz biopotravin z ČR tedy trvale roste a směřuje převážně do zemí EU, přičemž největší objem biopotravin (336 mil. Kč) byl vyvezen do Německa a dále pak do ostatních zemí EU sousedících s ČR (306 mil. Kč) a do Rakouska (243 mil. Kč). Je třeba upozornit na skutečnost, že trvale dochází k nárůstu objemu exportu do Německa, které se tak stává významným odbytištěm české bioprodukce.

¹⁶ Ostatní země EU jsou všechny mimo země sousedící s ČR (tj. mimo SK, DE, AT a PL).



Z výrobců vyváží do zahraničí zejména společnosti: RACIO, s. r. o. (ostatní země EU a Německo), Lifefood Czech Republic, s. r. o. (Německo a ostatní země EU), PRO-BIO, obchodní společnost s. r. o. (Slovensko, Polsko, Německo, ostatní země EU, země mimo EU a Rakousko), Moravskoslezské cukrovary, a. s. (Rakousko), Health Link s. r. o. (ostatní země EU a Slovensko).

Tab. 17 Uplatnění v ČR a struktura vývozu výrobců biopotravin (počet a obrát), 2015

Země	do 10%	<10 - 30%	<30 - 50%	<50 - 75%	<75 - 99%	100%	Celkem	Obrát	Podíl (%)	
								(tis. Kč)	2015	2014
ČR	8	7	18	16	46	241	336	1 628 622	59,7	58,8
Slovensko	40	15	0	0	2	0	57	130 546	4,8	3,7
Německo	12	13	7	2	2	6	42	336 452	12,3	10,4
Rakousko	9	5	3	0	2	4	23	242 725	8,9	10,5
Polsko	11	3	0	0	0	0	14	42 700	1,6	0,8
Ostatní EU	15	11	14	2	1	1	44	305 690	11,2	13,8
Mimo EU	6	3	1	0	1	0	11	40 659	1,5	2,0
Celkem								2 727 394	100	100

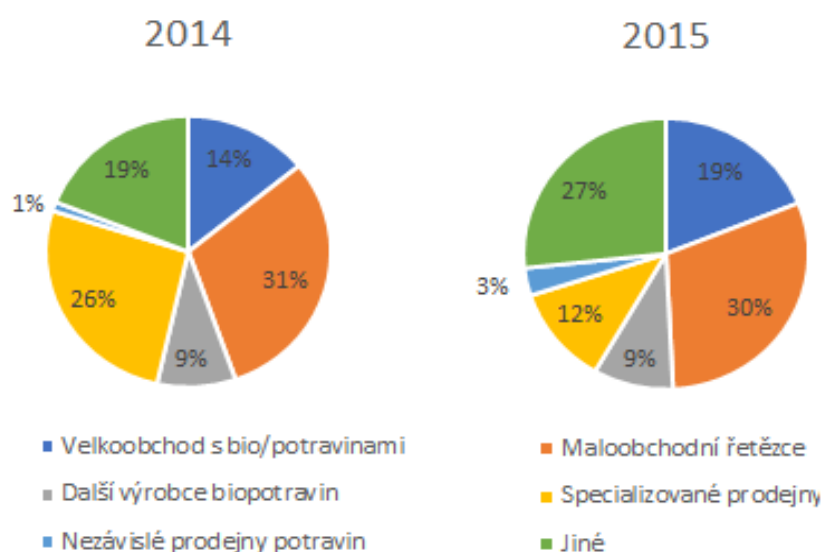
Pozn.: Ostatní EU (země EU mimo CZ, SK, DE, AT a PL); Mimo EU (země nacházející se mimo EU)

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

4.2.4 Způsob distribuce biopotravin uplatněný výrobci

K určení hlavních distribučních cest prodeje biopotravin a následnému stanovení celkové velikosti trhu (tj. objemu biopotravin nakoupeného konečnými spotřebiteli) bylo zjišťováno, prostřednictvím kterých odbytových cest realizovali prodej biopotravin na českém trhu v roce 2015 samotní výrobci, a to v členění dle jednotlivých kategorií potravin.

Na českém trhu využívali výrobci k prodeji biopotravin nejčastěji maloobchodní řetězce (30,3 %), velkoobchody (18,9 %) a specializované prodejny (tj. prodejny zdravé výživy a biopotravin, 11,7 %). Prodej přes nezávislé prodejny potravin činil 3,3 % a více než 8 % vyrobených biopotravin směřovalo k dalšímu výrobcí (např. vyrobené mouky/směsi, med, koření/bylinky, oleje, cukr). Podíl ostatních distribučních cest zahrnujících přímý prodej, prodej přes překupníka, lékárny či drogerie a gastronomii, činil 27 %.



Graf 11 Podíl hlavních distribučních kanálů uplatňovaných výrobcí biopotravin, 2014 a 2015
Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

Z celkového obrátu za prodej vyrobených biopotravin realizovaný v ČR mířilo cca 65 % přímo ke konečným spotřebitelům¹⁷ (tj. odhadem okolo 1 302 mil. Kč při uvažované 30% obchodní marži; nárůst o 102 mil. Kč proti roku 2014). Z tohoto objemu biopotraviny míří ke konečnému spotřebiteli nejčastěji prostřednictvím maloobchodních řetězců (47 %) a prodejen zdravé výživy (18 %). Podíl přímého prodeje byl obdobný jako v roce 2014 a činil 13 %, avšak opět došlo k meziročnímu navýšení podílu prodeje prostřednictvím e-shopů a to z 6 na 9,6 %. Následoval prodej prostřednictvím nezávislých prodejen (5 %) a drogerií (3 %). Zbylé distribuční cesty již nebyly tak významné a celkem tvořily cca 4 %.

Z detailní analýzy distribučních cest dále vyplývá, že maso a masné výrobky jsou nejčastěji prodávány přes maloobchody (27 %) a prostřednictvím přímého prodeje, který činí rovněž 27 %. Ovoce a zelenina je kromě řetězců (30 %) prodávána také přes velkoobchody (18 %) a další výrobce biopotravin (12 %). Mléčné výrobky jsou prodávány převážně přímo do maloobchodních řetězců (59 %), 23 % je uplatňováno prostřednictvím velkoobchodu a 9 % je z důvodu zastoupení faremních zpracovatelů prodáváno prostřednictvím přímého prodeje. Prodejny zdravé výživy dominují při prodeji pekařských, cukrářských a jiných moučných výrobků (19 %), olejů a tuků (15 %) a ostatních zpracovaných výrobků (15 %), mlýnských a škrobářenských výrobků (14 %).

K meziroční změně distribučních cest došlo u nápojů, kdy v roce 2015 převážil prodej prostřednictvím nezávislých prodejen (22 %) nad přímým prodejem (16 %). Jedná se zejména o prodej vína. Mlýnské a škrobářenské výrobky míří ve srovnatelném množství do velkoobchodu (23 %), specializovaných prodejen (14 %) a maloobchodu (12 %). Stejný podíl jako v případě maloobchodu je zobchodován prostřednictvím zprostředkovatele.

¹⁷ Tj. po vyloučení obrátu prodeje směřujícího k dalšímu výrobcí biopotravin (včetně zpracování ve službě, překupníkovi či do velkoobchodu).



5 Distribuce biopotravin v ČR v roce 2015

Druhou významnou skupinou působící na trhu s biopotravinami jsou distributoři neboli subjekty uvádějící biopotraviny nebo bioprodukty do oběhu včetně vývozu a dovozu bez jakéhokoli dalšího zpracování¹⁸. Jedná se zejména o dovozce, regionální i celostátní distributory a velkoobchodníky.

5.1 Počet a struktura distributorů biopotravin

Počet všech registrovaných distributorů k 31. 12. 2015 vzrostl na 409 subjektů (resp. 439 provozoven), což představuje meziroční nárůst o 16,5 % (Tab. 18). Vzhledem k vývoji v předchozích letech lze konstatovat setrvalý růst počtu subjektů okolo 16 %. V průběhu roku 2015 bylo nově registrováno 82 subjektů, naopak svoji činnost ukončilo 24 distributorů. Počet distributorů biopotravin s ukončenou či nově vytvořenou registrací shrnuje Tab. 19.

Tab. 18 Vývoj počtu registrovaných distributorů biopotravin, 2008–2015

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Počet distributorů - celkem vč. provozoven	151	184	186	226	290	332	381	439
Počet distributorů - pouze subjekty	137	168	172	201	263	305	351	409
Meziroční změna - celkem (%)	58,9	21,9	1,1	21,5	28,3	14,5	14,8	15,2
Meziroční změna - pouze subjekty (%)	65,1	22,6	2,4	16,9	30,8	16,0	15,1	16,5

* Od roku 2006 není dle Zákona o EZ vyžadována registrace subjektů, které prodávají biopotraviny konečnému spotřebiteli ve spotřebitelském balení.

Zdroj: MZe (údaj k 31. 12. daného roku); zpracoval: ÚZEI

Tab. 19 Počet ukončených a nových registrací distributorů biopotravin, 2008–2015

Ukazatel	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Počet distributorů – pouze subjekty	137	168	172	201	263	305	351	409
Počet (% podíl) skončených distributorů	7 (8,4)	11 (8,0)	28 (16,7)	31 (18,0)	21 (10,4)	18 (6,8)	40 (13,1)	24 (6,8)
Počet (% podíl) nových distributorů	61 (44,5)	42 (25,0)	32 (18,6)	60 (29,9)	83 (31,6)	60 (19,7)	86 (24,5)	82 (20,0)

Zdroj: MZe (údaj k 31. 12. daného roku); zpracoval: ÚZEI

Na trhu s biopotravinami působí také velký počet subjektů zabývajících se maloobchodním prodejem (tj. maloobchodní řetězce, obchody zdravé výživy aj.). Odhadem se jedná téměř o 4 700 maloobchodních prodejen potravin, které se však dle zákona o EZ od roku 2006 nemusí registrovat. V současné době jsou biopotraviny nabízeny všemi nadnárodními maloobchodními řetězci s výjimkou některých českých družstevních prodejen působících pod značkou COOP, dalšími nezávislými prodejními sítěmi (např. Brněnka – 674 prodejen, Hruška – 238 prodejen) a prodejnyami (cca 200 prodejen) a několika stovkami prodejen zdravé výživy a biopotravin (cca 350 prodejen). Doslova boom zažívají farmářské obchody, které nabízejí regionální produkty včetně biopotravin, jako např. Náš grunt (20 poboček), Sklizeno (19 poboček), My food, který koupil část Sklizeno nebo Dobřejšpaz (2 pobočky). Dalším významným místem prodeje biopotravin se staly prodejny drogistického zboží. Zvláště pak drogistický řetězec dm drogerie s privátní značkou dm Bio, který měl v roce

¹⁸ Za zpracování je považováno i pouhé zabalení nebo označování biopotravin.



2015 ze sledovaných maloobchodních řetězců zařazen v sortimentu nejvyšší počet biopotravin (684 položek především s dětskou a kojeneckou výživou), viz Tab. 20.

Tab. 20 Přehled maloobchodních řetězců působících v ČR s nabídkou biopotravin, 2015

Název MŘ	Formát	Vstup do ČR	Vlastník / mateřská společnost	Počet provozoven	Počet biopotravin v sortimentu	Vlastní značka biopotravin
Albert	Supermarket/hypermarket	1991	Ahold Tsjechie B.V. (Nizozemí) <i>součást skupiny Koninklijke Ahold N.V.</i>	331/91	141/250	Albert bio/Veggie/Free from
Billa	Supermarket	1990	REWE Zentralfinanz eG (Německo)	204	141	Naše Bio
Globus	Hypermarket	1996	Globus Holding GmbH&Co. (Německo)	15	543	-
Kaufland	Hypermarket	1998	Kaufland Tschechien Warenhandel GmbH (Německo) <i>– součást skupiny Schwarz</i>	123	218	-
Lidl	Diskontní prodejna	2003	Lidl & Schwarz-Gruppe	231	10	Biotrend
Penny	Diskontní prodejna	1997	REWE Beteiligungs-Holding International GmbH (Německo)	358	4	Biostyle
Tesco	Supermarket/hypermarket, expres prodejna, obchodní dům	1996	Tesco PLC (Velká Británie)	201	60/373	Tesco Organic/ Tesco Finest Organic
COOP	Supermarket, menší prodejny	xx (vznik 1994)	Svaz českých a moravských spotřebních družstev	cca 2 800	n. d.	-
DM drogerie	Drogistický řetězec	1992	dm drogerie markt GmbH (Rakousko)	220	684	dm Bio
Rossmann	Drogistický řetězec	1994	ROSSMANN Central Europe B.V. (Nizozemí)	124	189	EnerBio, BabyDream
Marks and Spencer	Specializovaný maloobchod	1996	M & S International Holdings Ltd. (U.K.)	20	n. d.	-

Zdroj: Výroční zprávy daných společností; Green marketing - Cenový BIOmonitor



5.2 Distribuce biopotravin

V rámci dotazníku bylo snahou odpovědět zejména na následující otázky:

- Kolik je aktivních distributorů biopotravin?
- Jaký podíl tvoří bioprodukty/biopotraviny z dovozu?
- Jaký je celkový rozsah distribuce biopotravin v ČR (celkový obrat a obrat hlavních kategorií biopotravin)?
- Jaké distribuční kanály jsou distributory v ČR využívány pro prodej biopotravin?

5.2.1 Podíl distribuovaných bioproduktů a biopotravin z dovozu

Distributoři dovezli v roce 2015 biopotraviny za zhruba 619 mil. Kč, což činilo 62 % jejich celkového obratu prodeje (379 mil. Kč a 54 % v roce 2014, 335 mil. Kč a 74 % v roce 2013). Z tohoto dovezeného objemu bylo 30 % biopotravin v hodnotě 180 mil. Kč dále reexportováno. V tomto objemu však není zahrnut dovoz biopotravin samotnými maloobchodními řetězci, kdy objem jejich dovozu činil dalších zhruba 399 mil. Kč (pokles oproti 421 mil. Kč v roce 2014 a 484 mil. Kč v roce 2013).

Opět byl sledován údaj o objemu dovozu také u subjektů registrovaných jako výrobce a současně distributor. Tito tzv. „mix“ distributoři dovezli v roce 2015 biopotraviny za 365 mil. Kč (tj. 43 % jejich celkového obratu), přičemž 85 % zboží zůstalo na českém trhu.

Do ČR mířily tradičně zejména hotové výrobky ze západní a jižní Evropy, nejčastěji Německa, Rakouska a Itálie. Dovážely se biopotraviny běžné denní spotřeby, významněji zejména dětské a kojenecké přesnídávky (ty tvořily více než pětinu celkové hodnoty dovozu do ČR), zpracované ovoce a zelenina, luštěniny, pekařské a mlýnské výrobky. Dále pak káva a čaj, kakao, čokoláda a cukrovinky, oleje a čerstvá zelenina a ovoce.

Mezi největší importéry¹⁹ patřily v roce 2015: Hipp Czech s. r. o., bio nebio s. r. o., Country Life s. r. o., SOLEX AGRO, s. r. o., PRO-BIO obchodní společnost s r.o. Na dovozech se značně podílí sami maloobchodníci. Více než polovinu sortimentu biopotravin dováží Lidl (značka „Biotrend“), dm drogerie (výrobky značky Alnatura), Penny Market a Marks and Spencer. Naopak nižší než 15% podíl biopotravin z dovozu na svém sortimentu uvádí Kaufland a Ahold.

5.2.2 Rozsah distribuce biopotravin

Celkový obrat registrovaných distributorů dosáhl v roce 2015 ve velkoobchodních cenách 1 004,3 mil. Kč. (odhadem cca 697,5 mil. Kč v roce 2014). V tomto obratu však není zahrnut objem distribuce tzv. „mix“ subjektů²⁰ (cca 374 mil. Kč), avšak do obratu jsou zahrnuty také obraty odbytových družstev.

Z pohledu rozsahu distribuce (tj. obratu za biopotraviny) zůstala stejně jako v minulých letech nejrozšířenější kategorie podniků od 100 tis. do 500 tis. Kč. Na druhém místě byla kategorie do 100 tis. Kč a společně zahrnovaly více než 41 % všech distributorů. Následovaly kategorie 1 až 2 mil. Kč

¹⁹ Mezi importéry jsou uvedeny i společnosti, které realizují souběžně výrobu i distribuci biopotravin a jejichž obraty jsou zahrnuty již v rámci výrobců biopotravin.

²⁰ Tzv. „mix“ subjekty představují společnosti realizující jak distribuci biopotravin jiných dodavatelů, tak souběžně výrobu vlastních výrobků a jejich celkový obrat je započítán mezi obrat výrobců. Patří sem např. oba největší velkoobchody biopotravin (Country Life s. r. o. a PRO-BIO, obchodní společnost s r. o.).



a 500 tis. až 1 mil. Kč a na pátém místě se umístila kategorie 5 až 10 mil. Kč. Z údajů vyplývá, že u 80 % distributorů obrát za biopotraviny nepřekročil hranici 5 mil. Kč.

Při srovnání výše obrátu dominovala jednoznačně kategorie podniků s obrátem nad 100 mil. Kč, kdy pouhé 4 firmy realizovaly téměř 60 % z celkového finančního objemu distribuce biopotravin v ČR (v roce 2014 to byly 2 firmy v této kategorii s 34% podílem), viz Tab.21.

Tab. 21 Struktura distributorů dle velikosti obrátu za biopotraviny, 2014 a 2015

Kategorie dle obrátu za biopotraviny	Distributoři biopotravin			Obrát za prodej biopotravin		
	2014 (počet)	2015		2014 (tis. Kč)	2015	
		(počet)	(%)		(tis. Kč)	(%)
do 100 tis.	12	26	16,7	505	1 266	0,1
< 100 tis. až 500 tis.	37	39	25,0	9 746	11 368	1,1
< 500 tis. až 1 mil.	20	19	12,2	13 343	12 720	1,3
< 1 mil. až 2 mil.	19	25	16,0	26 326	33 258	3,3
< 2 mil. až 5 mil.	17	16	10,3	58 895	52 071	5,2
< 5 mil. až 10 mil.	14	17	10,9	99 850	123 059	12,3
< 10 mil. až 20 mil.	5	9	5,8	54 979	119 857	11,9
< 20 mil. až 50 mil.	3	0	0,0	93 955	0	0,0
< 50 mil. až 75 mil.	2	1	0,6	100 000	60 000	6,0
< 75 mil. až 100 mil.	0	0	0,0	0	0	0,0
nad 100 mil.	2	4	2,6	239 931	590 742	58,8
Celkem¹⁾	131	156	100,0	697 530	1 004 340	100,0

¹⁾ Z důvodu zaokrouhlování nemusí údaj celkem korespondovat s uváděnými výsledky za jednotlivé kategorie
Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

Z pohledu významu obchodování s biopotravinami je z údajů patrné, že se distribucí zabývají jak specialisté, tj. obchodníci s více jak 75% podílem biopotravin na jejich obrátu (19 % subjektů), tak obchodníci, kteří mají biopotraviny pouze jako doplňkové zboží ve své nabídce, tj. 64 % subjektů uvedlo, že prodej biopotravin u nich tvoří méně než 10 % jejich celkového obrátu (Tab. 22). Podíl společností, které nabízejí biopotraviny jen jako doplňkový sortiment zahrnující pouze několik vybraných bio položek, meziročně opět vzrostl. V roce 2015 tyto podniky uvedly na trh 22,9 % distribuovaných biopotravin (po vyloučení obrátu dominantní společnosti Hipp Czech s. r. o. až 27,8 % celkového obrátu prodeje). Více než 37 % obrátu realizovaly podniky s podílem biopotravin mezi 75 až 99 % jejich celkového obrátu, ovšem po vyloučení jednoho dominantního distributora klesá podíl na 23,5 %.

Tab. 22 Struktura distributorů dle podílu obrátu za biopotraviny na celkovém obrátu, 2015

Kategorie dle podílu biopotravin na celkovém obrátu	Distributoři biopotravin			Obrát za prodej biopotravin			
	2014 (počet)	2015		2014 (tis. Kč)	2015		
		(počet)	(%)		(tis. Kč)	(%)	(%) ¹⁾
do 1 %	24	49	31,4	32 661	77 955	7,8	9,5
< 1 až 10 %	53	51	32,7	170 546	151 236	15,1	18,3
< 10 až 30 %	17	12	7,7	47 969	44 537	4,4	5,4
< 30 až 50 %	9	12	7,7	32 603	156 088	15,5	18,9
< 50 až 75 %	8	3	1,9	39 845	15 875	1,6	1,9
< 75 až 99 %	7	7	4,5	297 727	373 459	37,2	23,5
< 99 až 100 %	13	22	14,1	76 179	185 190	18,4	22,5
Celkem	131	156	100,0	697 530	1 004 340	100,0	100,0

¹⁾ Struktura distributorů bez obrátu společnosti Hipp Czech s. r. o.
Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016



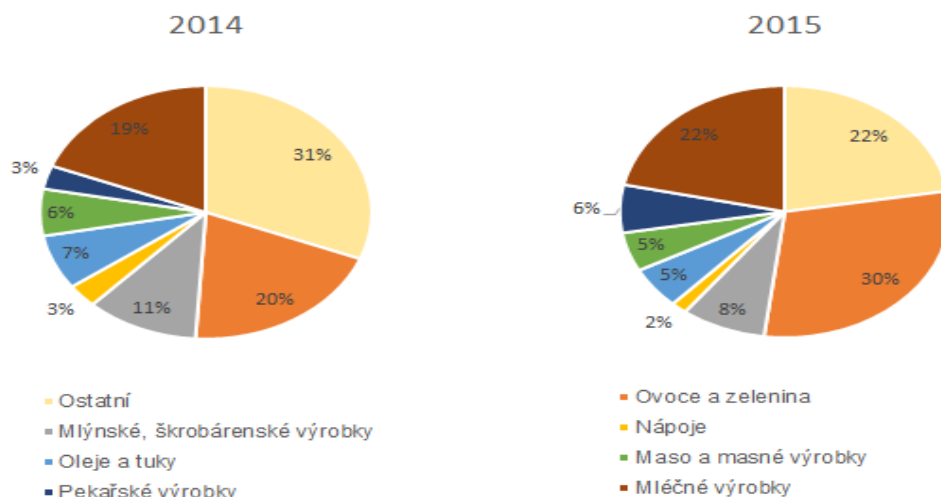
K největším distributorům z pohledu obratu za prodej biopotravin patřila v roce 2015 opět společnost Hipp Czech s. r. o., následovaná společnostmi bio nebio s.r.o.²¹, Družstvo ČESKÉ BIOMLÉKO, SOLEX AGRO s. r. o. a MAKRO Cash & Carry ČR s. r. o. Pokud je uvažován prodej pouze na českém trhu (bez obratu exportovaného zboží), pak mezi největší distributory v roce 2015 patřily všechny výše uvedené společnosti s výjimkou družstva ČESKÉ BIOMLÉKO, která se orientuje především na německý trh.

Do kategorie významných distributorů patří samozřejmě také společnost PRO-BIO, obchodní společnost s r. o. a Country Life s. r. o., jejichž obrat je však již zahrnut v obratu výrobců biopotravin. Podobně by sem patřily i centrály maloobchodních řetězců, příp. společnost dm drogerie markt s. r. o., které zásobují své prodejny. Obrat těchto společností je již zahrnut v obratu jejich dodavatelů (tj. výrobců a distributorů).

5.2.3 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu distribuce

Kromě informace o celkovém obratu za biopotraviny byl u respondentů zjišťován také podíl hlavních kategorií potravin na zobchodovaném obratu²². Dle zjištěných údajů patří mezi hlavní distribuované kategorie trvale „Ostatní zpracované potraviny“, jejichž podíl však každoročně klesá. Zatímco v roce 2014 tvořil podíl této kategorie 45 %, v roce 2015 činil tento podíl 36 %, přičemž 52 % této kategorie tvoří prodej hotových pokrmů (včetně dětských výživ), a to díky dominantnímu postavení společnosti Hipp Czech, s. r. o. Na druhém místě je stejně jako v minulých letech kategorie „Ovoce a zelenina“ (24% podíl), následovaná kategorií „Mléko a mléčné výrobky“ (18% podíl).

Po vyloučení obratu dominantní společnosti Hipp Czech, s. r. o. jsou i nadále hlavními obchodovanými biopotravinami tři výše zmíněné kategorie, avšak s jiným procentním podílem (viz Graf 13). Nejvíce obchodovanou je s 30% podílem kategorie „Ovoce a zelenina“ následovaná „Ostatními zpracovanými potravinami“ a „Mléčnými výrobky“ (obě kategorie 22 %).



Graf 12 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu distribuce, 2014 a 2015

Pozn.: struktura hlavních kategorií potravin po vyloučení obratu společnosti Hipp Czech, s.r.o.

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

²¹ U společnosti bio nebio s.r.o. byl oddělen obrat za výrobu a distribuci biopotravin.

²² Struktura hlavních kategorií biopotravin vychází z mezinárodní klasifikace výrobků CPA, viz příloha č. 1.



5.2.4 Uplatnění distribuovaných biopotravin na trhu

Většina distributorů uplatňuje alespoň část svého sortimentu na českém trhu, tj. 142 z celkem 156 distributorů, 12 zbývajících prodává biopotraviny výhradně mimo ČR. Minimálně 75 % sortimentu prodalo na českém trhu 79 % distributorů (tj. 123 z celkového počtu 156). Ačkoliv největším odbytištěm mezi distributory je přirozeně český trh, významná část obchodovaných biopotravin byla také dále exportována mimo ČR, přičemž k nárůstu exportu dochází především v absolutním vyjádření. Podíl exportovaných biopotravin je téměř shodný jako v roce 2014 a činí 38 %. Celkem tedy skončilo na českém trhu 62 % objemu distribuovaných biopotravin v celkové hodnotě 623 mil. Kč (v roce 2014 šlo o 62,5 % objemu a 436 mil. Kč), viz Tab. 23.

Další zemí, kde distributoři nejčastěji uváděli do oběhu své biopotraviny, bylo Německo, kde se uplatnilo cca 58 % z celkového objemu exportovaných biopotravin. Druhý největší objem biopotravin byl exportován do ostatních států EU, kam mířilo téměř 8 % obratu distributorů představující 77 mil. Kč. Velký objem biopotravin směřuje i na Slovensko, kam 9 distributorů vyvezlo biopotraviny za téměř 35 mil. Kč.

Tab. 23 Uplatnění v ČR a struktura vývozu distributorů biopotravin (počet a obrat), 2015

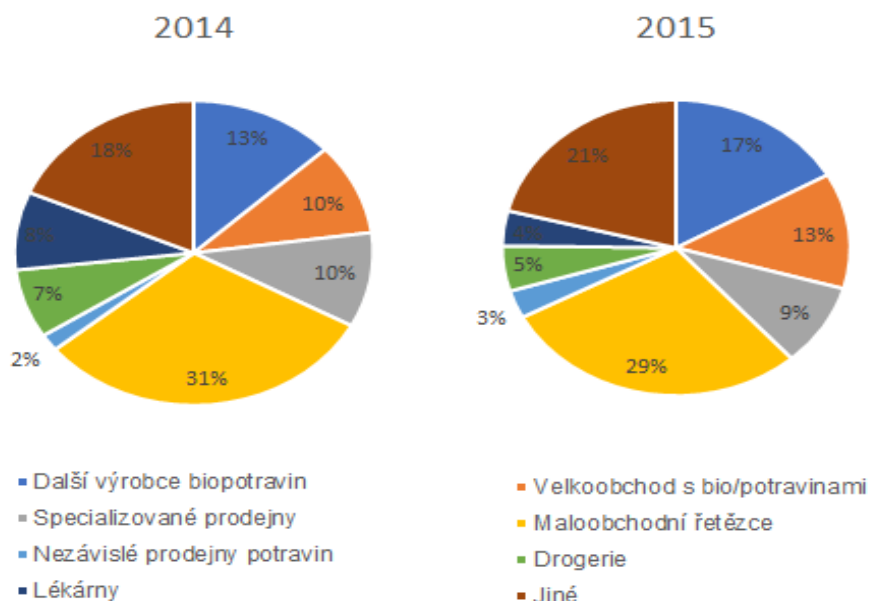
Země	do 10%	<10 - 30%	<30 - 50%	<50 - 75%	<75 - 99%	100%	Celkem	Obrat (tis. Kč)	Podíl (%)	
									2014	2015
ČR	0	5	6	8	5	118	142	623 045	62,5	62,0
Slovensko	6	0	1	0	1	1	9	34 524	9,6	3,4
Německo	0	3	4	1	1	6	15	219 646	16,0	21,9
Rakousko	2	0	1	0	1	3	7	18 580	0,1	1,8
Polsko	0	3	0	1	0	1	5	28 604	0,1	2,8
Ostatní EU	2	3	4	2	0	1	12	76 922	10,5	7,7
Mimo EU	0	0	2	0	0	0	2	3 300	1,2	0,3
Celkem								1 004 620¹	100,0	100,0

¹⁾ Z důvodu zaokrouhlování nemusí údaj celkem korespondovat s uváděnými výsledky za jednotlivé kategorie
Pozn.: Ostatní EU (země mimo CZ, SK, DE, AT a PL); Mimo EU (země nacházející se mimo EU)
Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

5.2.5 Způsob distribuce biopotravin uplatněný distributory

Stejně jako u výrobců, byly i u distributorů zkoumány distribuční cesty při prodeji hlavních kategorií biopotravin v ČR. Z celkového obratu distributorů ve výši 623 mil. Kč mířilo ke konečným spotřebitelům 69 % produkce (433 mil. Kč), což při uvažované průměrné 30% obchodní marži představuje cca 563 mil. Kč (tj. nárůst o 38 % proti 409 mil. Kč v roce 2014).

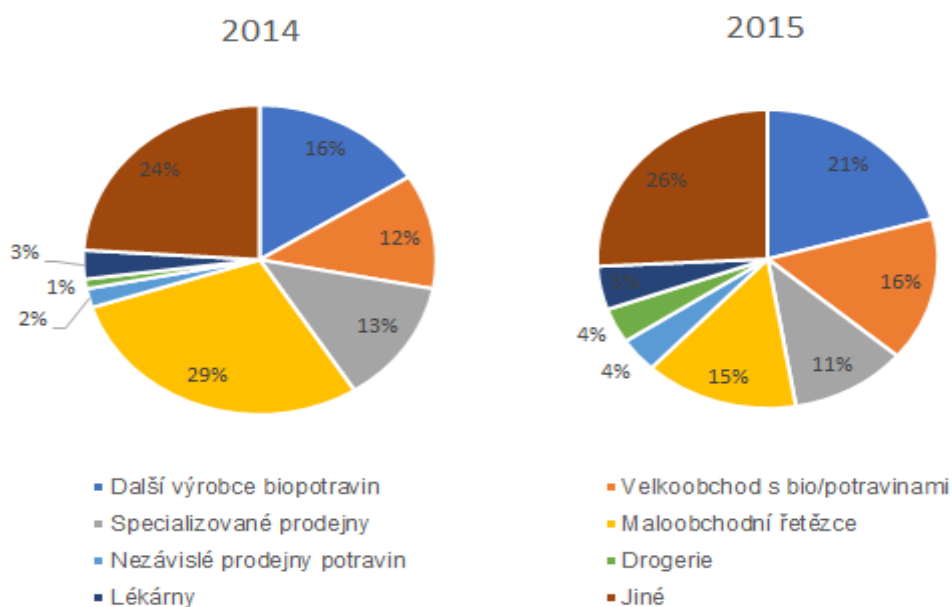
K prodeji biopotravin na českém trhu distributoři nejčastěji využívali maloobchodní řetězce (29 %), jiné distribuční cesty (21 %) a další výrobce biopotravin (17 %). Kategorie jiné distribuční cesty zahrnuje prodej přes prostředníky, přímý prodej a prodej přes gastronomická zařízení, viz Graf 14. Je třeba upozornit na skutečnost, že trvale dochází k poklesu prodeje prostřednictvím maloobchodních řetězců a lékáren ve prospěch prodeje prostřednictvím specializovaných prodejen a prodeje přes jiné distribuční kanály (přímý prodej, e-shop).



Graf 13 Podíl hlavních distribučních kanálů uplatněných distributory biopotravin, 2014 a 2015

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

Struktura distribučních cest je významně ovlivněna obratem společnosti Hipp Czech, s. r. o. Po vyloučení obratu této společnosti dostaneme mírně rozdílnou a vyrovnanější strukturu distribuce, kdy vzrůstá význam prodeje přes jiné typy odbytu, kam patří přímý prodej či gastronomie, a to na úkor maloobchodních řetězců i drogerií (viz Graf 15). Podobně vzrůstá i podíl prodeje přes velkoobchody a prodej dalším výrobcům biopotravin.



Graf 14 Podíl hlavních distribučních kanálů po vyloučení Hipp Czech, s. r. o., 2014 a 2015

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2015 a 2016

Z detailní analýzy distribučních cest dále vyplývá, že velmi oblíbenou cestou je forma přímého prodeje, který byl v roce 2015 využit k prodeji všech kategorií potravin. Prostřednictvím maloobchodních



prodejen byla prodána třetina distribuovaného objemu ovoce, olejů a tuků, mlýnských a škrobářenských výrobků, pekařských a cukrářských výrobků a ostatních zpracovaných potravin. Prostřednictvím drogerií jsou distribuovány potraviny z kategorie ostatní zpracované potraviny, které se na trhu uplatňují také prostřednictvím lékáren, jedná se zejména o hotové výrobky typu dětských výživ. Značně vyrovnaná je situace u masných výrobků, které jsou v podobném objemu (okolo 10-20 %) distribuovány přes další výrobce potravin, formou přímého prodeje, gastronomická zařízení, velkoobchody, překupníky, specializované prodejny i maloobchod.

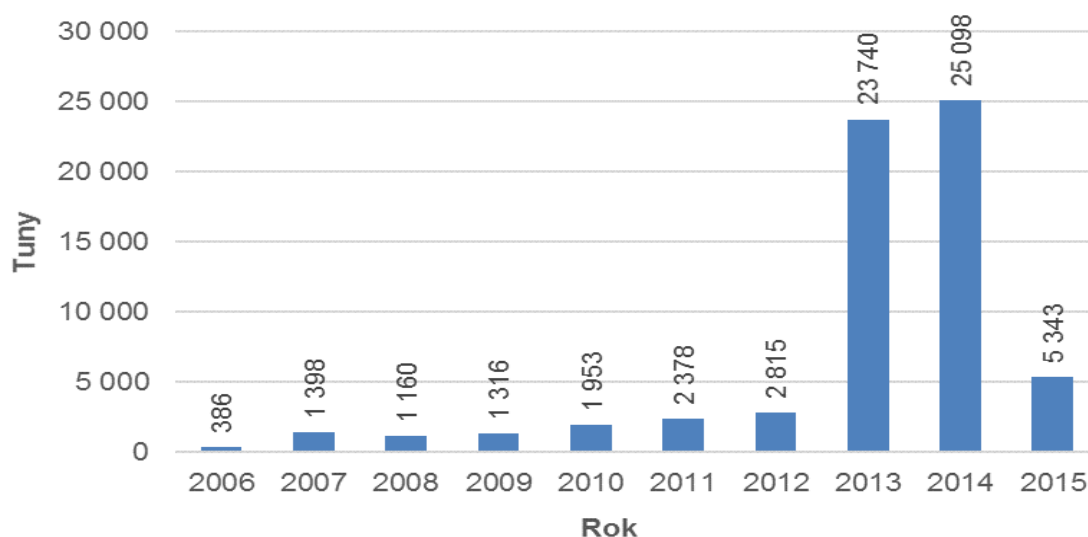


6 Dovoz biopotravin ze třetích zemí

Dovoz biopotravin ze třetích zemí upravuje nařízení Komise (ES) č. 1235/2008 ze dne 8. prosince 2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pokud jde o opatření pro dovoz ekologických produktů ze třetích zemí, ve znění pozdějších předpisů. Toto nařízení stanovuje specifická pravidla pro dovoz biopotravin ze třetích zemí, zejména průběžně aktualizovaný seznam uznaných třetích zemí a seznam uznaných kontrolních subjektů, které ověřují soulad s pravidly ekologické produkce a jimiž kontrolované bioprodukty doprovobené příslušnou dokumentací lze do ČR dovážet. Nařízení dále k 1. červenci 2014 zrušilo institut vydávání dovozních zmocnění pro individuální dovážené zásilky – nadále je tedy možné dovážet ze třetích zemí pouze produkty pod režimem shody nebo rovnocennosti. Dovoz v rámci režimu shody, tedy tzv. dovoz vyhovujících produktů, nicméně v praxi realizován není.

V této kapitole je zpracována statistika dovozů biopotravin v ČR ze třetích zemí v letech 2006 až 2015 na základě dat od kontrolních organizací a zahrnuje dovozy uskutečněné jak na základě dovozního zmocnění, tak i dovozy bez dovozního zmocnění (tj. podle článku 32 a 33 nařízení Komise (ES) č. 1235/2008). Cílem je ukázat celkový vývoj objemu dovozů, ale i vývoj v jednotlivých kategoriích biopotravin dle třídění CPA a také detailní informace o dovozu biopotravin typických pro jednotlivé státy.

V grafu 16 je zobrazen objem dovozu biopotravin do ČR ze třetích zemí. K významnému nárůstu dovozů došlo v roce 2013 (téměř devítinásobné navýšení oproti roku 2012), kdy byly realizovány nové dovozy pšenice a řepky z Moldávie (celkem 12,03 tis. tun), které se v předchozích letech neuskutečnily. V roce 2014 se dovoz biopotravin oproti roku 2013 nepatrně zvýšil, a to o cca 5,7 %. V roce 2015 se však dovezlo pouze cca 5 343 tun biopotravin, což představuje výrazné snížení dovozu oproti předchozímu roku, a to o cca 78,7 %. K nejvýznamnějšímu snížení objemu dovozu bioproduktů došlo zejména u Filipín (snížení se týkalo dovozu kokosového oleje) a Ukrajiny (pokles se týkal zejména dovozu zpracovaného a konzervovaného ovoce).



Graf 15 Vývoj dovozu biopotravin ze třetích zemí v letech 2006–2015

Zdroj: Kontrolní organizace (ABCERT, Biokont, KEZ, Bureau Veritas); zpracoval: ÚZEI



Mezi třetí země, odkud jsou dováženy biopotraviny každoročně od roku 2006, patří Čína, Egypt, Japonsko, Jihoafrická republika, Kanada, Peru, příp. Mexiko (bez dovozu v roce 2008). V důsledku vstupu Chorvatska do EU v roce 2014 nebyl dále sledován dovoz biopotravin z této země.

V roce 2014 byly zaznamenány četné změny. Zcela nově se uskutečnily dovozy z Kolumbie a Thajska, dále byl obnoven dovoz zboží z Argentiny, Spojených arabských emirátů a Chile (naposledy v roce 2009). Dovozy se naopak neuskutečnily z Albánie, Iránu a Moldávie. Právě z Moldávie byl uskutečněn největší jednorázový dovoz v roce 2013 (19 275 tun bioproduktů), a to převážně pšenice a řepky. V roce 2014 ani 2015 již z této země nebyly realizovány žádné dovozy. Stejně tak z Iránu se v roce 2014 ani 2015 nedovezly žádné bioprodukty. Na druhé straně dovoz biopotravin z Albánie byl v roce 2015 obnoven, přičemž byla z této země importována zejména sušená jablka.

V roce 2015 pak byly nově uskutečněny dovozy z Ruska a Ugandy. V případě Ruska se jednalo o dovoz ostatních potravinových doplňků a z Ugandy byla dovezena zejména káva a čaj. Oproti roku 2014 nebyly dovezeny žádné bioprodukty z Argentiny, Běloruska, Salvadoru, Spojených arabských emirátů a Thajska. Na druhé straně se však v roce 2015 uskutečnily (ve srovnání s rokem 2014) dovozy z Brazílie (káva) a z Albánie (sušená jablka).

Z některých států byly uskutečněny v minulých letech pouze jednorázové dovozy. Jsou to například Arménie s dovozem ovocné šťávy v roce 2009 a Thajsko s dovozem 400 tun čerstvého ovoce a mladého kokosu v roce 2014. A dále Irán a Moldávie, o nichž již byla zmínka výše. V následující tabulce (Tab. 24) je uveden vývoj objemu dovozu podle jednotlivých let a států. Typické biopotraviny dovezené z jednotlivých států v roce 2015 jsou specifikovány v tabulce 25.



Tab. 24 Vývoj objemu dovozu biopotravin ze třetích zemí v letech 2006-2015 (v tunách)

Země	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Celkem
Albánie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	82,8	21,2	80,4	0,0	22,5	206,9
Argentina	0,0	0,0	0,0	17,8	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	27,8
Arménie	0,0	0,0	0,0	12,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,1
Austrálie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,39	0,59
Ázerbájdžán	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	59,6	1 555,5	0,0	19,1	17,66	1651,6
Bělorusko	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	60,0	20,0	40,0	20,0	0,0	140,0
Bosna a Hercegovina	0,0	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	5,0	10,8
Brazílie	0,0	0,0	20,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	21,4
Čína	14,4	652,2	354,5	267,8	369,0	384,7	272,6	72,7	253,4	345,5	2986,8
Egypt	1,2	19,7	24,4	6,1	0,8	16,6	5,3	22,0	58,1	36,4	190,6
Ekvádor	0,0	0,0	0,0	3,5	8,6	0,0	1,2	0,7	2,7	4,4	21,1
Filipíny	0,0	0,0	10,9	2,2	0,0	5,5	8,2	66,0	12 540,7	18,5	12652
Chile	242,6	5,9	9,3	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,7	261,0
Chorvatsko	16,9	21,1	116,1	148,2	74,1	141,4	174,1	202,9	0,0	0,0	894,8
Indie	0,0	0,0	0,0	5,4	6,4	8,2	0,0	110,1	283,4	109,9	523,4
Indonésie	0,0	0,0	0,0	0,0	8,6	21,5	5,7	8,2	720,5	24,1	788,6
Irán	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,9	0,0	0,0	4,9
Japonsko	21,0	15,5	28,1	15,3	19,8	22,5	13,9	20,2	33,1	157,8	347,2
JAR	4,5	6,9	16,1	14,7	23,5	5,8	3,7	6,6	6,0	4,8	92,6
Kanada	15,4	30,2	26,0	24,0	41,5	32,9	15,6	81,1	53,6	66,9	387,2
Kolumbie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	2,2	2,4
Kosovo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,8	51,3	62,1
Mexiko	0,7	2,1	0,0	5,0	4,0	7,2	40,0	40,0	1,0	11,7	111,7
Moldávie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	19 275,0	0,0	0,0	19275
Nový Zéland	52,0	0,2	0,6	0,0	0,0	20,1	0,1	3,2	1,7	0,3	78,2
Paraguay	15,1	42,0	0,0	0,0	0,0	40,0	20,0	0,0	19,8	20,0	156,9
Peru	1,9	3,1	2,5	1,5	95,5	113,2	2,7	14,7	65,6	35,9	336,6
Rusko	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3
Salvador	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,8	0,0	1,6
SAE ¹⁾	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22,5	0,0	0,8	0,0	23,3
Srbsko	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	14,5	5,5	0,0	0,0	0,0	21,0
Srí Lanka	0,0	0,0	0,7	19,1	13,8	23,3	7,8	0,0	556,8	210,0	831,5
Švýcarsko	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,7	2,0	1,2	7,9
Tchaj-wan	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,02	0,82
Thajsko	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	400,0	0,0	400,0
Turecko	0,0	114,2	93,4	113,7	188,0	207,1	232,4	270,4	130,0	227,5	1576,7
Uganda	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3	4,3
Ukrajina	0,0	481,8	453,0	621,5	1 061,1	1 003,4	225,7	3 415,1	9 902,4	3953,7	21117,7
USA	0,0	2,7	4,4	0,6	20,7	0,7	0,4	0,1	2,2	8,9	40,7
Celkem²⁾	385,7	1 401,4	1 160,0	1 281,7	1 935,6	2 271,1	2 653,9	23 739,9	25 098,0	5 343,1	65 270,4
Celkem zemí	11	15	15	20	16	22	23	24	31	29	x

¹⁾ Spojené arabské emiráty

²⁾ Z důvodu zaokrouhlování nemusí údaj celkem korespondovat s uváděnými výsledky za jednotlivé kategorie
Zdroj: Kontrolní organizace (ABCERT, Biokont, KEZ, Bureau Veritas); zpracoval: ÚZEI 2016



Tab. 25 Typické biopotraviny dovážené ze třetích zemí v roce 2015

Vybrané země	Typické biopotraviny
Albánie	sušená jablka
Ázerbájdžán	granátová šťáva
Bosna a Hercegovina	byliny
Čína	pohanka, mungo, kustovnice, jahody, zelený ječmen, řasa
Egypt	bylinky (máta peprná, měsíček květ), koření (kmín, anýz, fenykl)
Ekvádor	čokoláda, kakao
Filipíny	kokosový olej
Chile	víno, maqui berry
Indie	mango, čaj, koření
Indonésie	kakao, kokosový cukr, kešu ořechy, koření
Japonsko	škrob, čaj, dochucovadla, hotové pokrmy
JAR	čaj
Kanada	javorový cukr, borůvkový sirup
Kolumbie	lyofilizované acai, třtinový cukr
Kosovo	zpracované a konzervované ovoce (borůvky, sušená jablka), bylinky
Mexiko	agáve sirup
Nový Zéland	mladý ječmen
Paraguay	melasa
Peru	mangové pyré, olivy, kakaová hmota, maca prášek, močyně peruánská
Srí Lanka	zpracované a konzervované ovoce a ořechy (kokos, banány, mango, ananas, papája), kokosový olej, kokosová mouka, čerstvé exotické ovoce
Švýcarsko	jablečné keksy
Tchaj-wan	řasa
Turecko	bulgur, cizrna, červená čočka, sušené broskve, sušená rajčata
Ukrajina	jáhly, pohanka, zpracované a konzervované ovoce (ostružiny, aronie, bezinky, borůvky, brusinky, šípky, rakytník, klikva)
USA	kakaové boby, dochucovadla, potravinové doplňky

Zdroj: Kontrolní organizace (ABCERT, Biokont, KEZ, Bureau Veritas); zpracoval: ÚZEI 2016

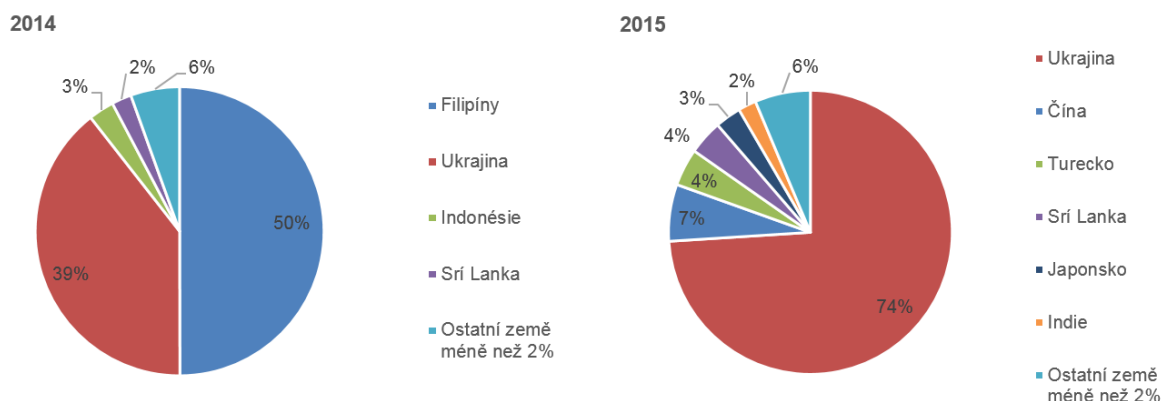
Jak je uvedeno v Tab. 24, byly v roce 2015 dovezeny biopotraviny z 29 států. V následujícím grafu 17 je zobrazena teritoriální struktura dovozu biopotravin do ČR ze třetích zemí v roce 2014 a 2015. V roce 2014 byla polovina všech dovozů (12 541 tun) uskutečněna z Filipín, přičemž dovozním artiklem byl výhradně kokosový olej. Druhým největším dovozcem byla Ukrajina (39 % všech dovozů), ze které bylo dovezeno převážně mražené a jinak zpracované ovoce (borůvky, bezinky, ostružiny aj.). Následoval dovoz z Indonésie (3 %), Srí Lanky (2 %) a pouhých 6 % objemu dovozu se dělilo mezi zbylých 27 států²³, přičemž tyto jednotlivé dovozy nepřekročily 2 % celkového dovozu.

V roce 2015 byla velká část dovozů uskutečněna z Ukrajiny (3 953,7 tun), což představovalo cca 74 % celkového dovozu biopotravin. Z Ukrajiny je dováženo zejména mražené a jinak zpracované ovoce. Dalším významným dovozcem biopotravin byla Čína (7 % celkového objemu dovozu), ze které byly dovezeny především obiloviny a luštěniny. Následovaly dovozy biopotravin z Turecka (4 %), Srí Lanky (4 %), Japonska (3 %) a Indie (2 %). V grafu 17 je dále zobrazena kategorie „ostatní země

²³ Ostatní státy s podílem menším než 2 % na celkovém dovozu (2014): Argentina, Austrálie, Ázerbájdžán, Bělorusko, Bosna a Hercegovina, Čína, Egypt, Ekvádor, Francie, Chile, Indie, Japonsko, JAR, Kanada, Kolumbie, Kosovo, Mexiko, Nový Zéland, Paraguay, Peru, Salvador, Spojené arabské emiráty, Švýcarsko, Tchaj-wan, Thajsko, Turecko, USA.



méně než 2 %“, která zahrnuje dovozy ze zbylých 23 zemí²⁴, z nichž se uskutečnily jednotlivé dovozy podílející se na celkovém objemu dovozu méně než 2 %.



Graf 16 Objem dovozu biopotravin ze třetích zemí, 2014 a 2015

Zdroj: Kontrolní organizace (ABCERT, Biokont, KEZ, Bureau Veritas); zpracoval: ÚZEI 2016

Rozdělení importovaných biopotravin podle klasifikace výrobků (CPA) v letech 2007–2015 uvádí tabulka 26. V roce 2015 došlo k výraznému poklesu dovážených biopotravin v kategoriích „Rostlinné a živočišné oleje a tuky“ a „Zpracované a konzervované ovoce a zelenina“. Důvodem bylo snížení dovozů ze zemí, ze kterých jsou dováženy typické bioprodukty zastoupené v těchto dvou kategoriích (konkrétně se meziročně snížil dovoz kokosového oleje z Filipín o 12 521 tun a mraženého a jinak zpracovaného ovoce z Ukrajiny o 6 058 tun). I přes výrazný pokles dovozů v rámci těchto dvou kategorií, tvoří kategorie „Zpracované a konzervované ovoce a zelenina“, do které patří ovocné a zeleninové šťávy a ostatní zpracovaná a konzervovaná zelenina a ovoce včetně ořechů, nejvýznamnější část dovozů dle klasifikace CPA (cca 76 %). Hlavní dovozní produkt v této kategorii představovalo zmražené a sušené ovoce, kterého bylo nejvíce dovezeno z Ukrajiny. Kategorie „Rostlinné a živočišné oleje a tuky“ pak představovala pouze cca 3,7 % z celkového objemu dovezených biopotravin a zahrnovala zejména import kokosového oleje ze Srí Lanky a v menší míře z Filipín.

Druhý největší objem dovozů byl uskutečněn v kategorii „Obiloviny, luštěniny a olejnatá semena“, a představoval 12,2 % všech dovozů (v absolutním vyjádření se jedná o 653,2 tun). Dovezena byla zejména pohanka, mungo a sója z Číny; čočka, bulgur a cizrna z Turecka a jáhly a pohanka z Ukrajiny.

Kategorie „Ostatní potravinářské výrobky“ zahrnuje podkategorii cukr; kakao, čokoládu a cukrovinky; kávu a čaj; koření a aromatické výtažky; hotové pokrmy a ostatní potravinářské výrobky. Dovoz zboží z této kategorie představoval v roce 2015 téměř 5 % celkového objemu dovezených bioproduktů. Nejvíce dovozů biopotravin se uskutečnilo u podkategorie „cukr“ (celkem 95,2 tun) a podkategorie „koření a aromatické výtažky“, která zahrnuje ocet, hotové omáčky, směsi s obsahem koření, hořčici, samotné koření, sůl a byliny (celkem v této podkategorii dovezeno 88,4 tun). Nejvíce cukru bylo dovezeno z Kanady (javorový cukr) a největším dovozcem koření a bylin byl Egypt. V rámci další podkategorie „káva a čaj“ je do ČR dovážěn čaj zejména z Japonska a Jihoafrické republiky, dále také z Indie a Srí Lanky. Káva je pak dovážena z Brazílie a Ugandy. V podkategorii „hotových pokrmů“ dominovalo Japonsko, které je od roku 2007 výhradním dovozcem instantních polévek Miso. Výjimkou

²⁴ Ostatní státy s podílem menším než 2 % na celkovém dovozu (2015): Bosna a Hercegovina, Kanada, Chile, Egypt, Mexiko, Nový Zéland, Paraguay, Peru, Jižní Afrika, USA, Filipíny, Brazílie, Ekvádor, Taiwan, Indonésie, Albánie, Ázerbájdžán, Švýcarsko, Austrálie, Kolumbie, Kosova, Uganda, Rusko.



byl rok 2009, kdy 90 % hotových výrobků dovezlo do ČR Turecko a jednalo se o plněné vinné listy Dolmas. Ostatní potravinové doplňky jako např. tablety z řas Chlorella či Spirulina a prášek z mladého ječmene je dovážěn především z Číny a maca prášek z Peru.

První tři nejvíce zastoupené kategorie dovozů dle klasifikace CPA („Zpracované a konzervované ovoce a zelenina“, „Obiloviny, luštěniny a olejnatá semena“ a „Ostatní potravinářské výrobky“) představují dohromady 93,5 % dovezených biopotravin. Dovoz v ostatních kategoriích CPA je reprezentován méně než 5 %. Dovoz bioproduktů z kategorií „Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa“, „Zpracované a konzervované ryby, korýši a měkkýši“ a „Mléčné výrobky a zmrzlina“ v roce 2015 neproběhl vůbec.

V kategorii „Mlýnských a škrobářenských výrobků“ je zařazena rýže, mouka či škrob. V porovnání s rokem 2014 došlo ke zvýšení dovezeného množství biopotravin v této kategorii, a to téměř devítinásobně. Hlavním dovozním produktem v této kategorii byl Kuzu škrob importovaný z Japonska.

Kategorie „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ zahrnuje pekařské a cukrářské výrobky (trvanlivé nebo čerstvé) a těstoviny. V roce 2015 bylo v této kategorii dovezeno celkem 2,2 tuny bioproduktů, a to zejména ze Švýcarska (sušenky s jablky) a Kanady (těstoviny). V roce 2014 se dovozy v rámci této kategorie neuskutečnily vůbec.

Poslední zastoupenou kategorií dovozů dle klasifikace CPA jsou „Nápoje“, které v roce 2015 představovaly pouze 0,01 % celkového objemu dovozu a byly reprezentovány dovozem vína z vinných hroznů z Chile (0,6 t).



Tab. 26 Dovoz biopotravin ze třetích zemí dle klasifikace výrobků CPA v letech 2007–2015 (tuny)

Kategorie	2007	2008	2009 ¹	2010	2011 ¹	2012 ¹	2013	2014	2015	2015 (%)
Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zpracované a konzervované ryby, korýši a měkkýši	0,4	0,3	0,6	4,4	5,1	5,5	5,2	9,4	0,0	0,0
Zpracované a konzervované ovoce a zelenina	526,0	602,0	692,0	1 200,0	1 478,0	2 015,0	11 097,0	10 992,7	4 078,5	76,3
Rostlinné a živočišné oleje a tuky	2,1	0,0	7,4	7,7	12,4	9,0	66,2	12 589,9	198,5	3,7
Mléčné výrobky a zmrzlina	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mlýnské a škrob. výrobky	23,5	117,6	150,5	66,7	53,4	51,3	57,5	17,7	148,1	2,8
Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	96,8	58,6	50,8	55,2	97,2	143,0	4,7	0,0	2,2	0,04
Ostatní potrav. výrobky	118,5	107,9	96,6	142,7	238,1	210,7	177,9	1 055,4	262,0	4,9
Obiloviny, luštěniny a olejnatá semena	625,0	265,0	315,0	459,0	494,0	380,0	12 332,0	432,2	653,2	12,2
Nápoje	5,9	9,3	2,4	17,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,01
Celkem²⁾	1 401	1 160	1 316	1 935	2 378	2 815	23 740	25 098	5 343	100,0

¹⁾Data z let 2009, 2011 a 2012 se liší od dat uvedených ve Zprávě o trhu s biopotravinami zveřejněné v březnu 2014 z důvodu doplnění dovozů, které byly uskutečněny bez dovozního zmocnění.

²⁾ Z důvodu zaokrouhlování nemusí údaj „celkem“ korespondovat s uváděnými výsledky za jednotlivé kategorie
Zdroj: Kontrolní organizace (ABCERT, Biokont, KEZ, Bureau Veritas); zpracoval: ÚZEI 2016



7 Závěr

Výsledky uvedené v této zprávě vycházejí z údajů získaných z dotazníkového šetření mezi výrobci a distributory biopotravin registrovanými na MZe k 31. 12. 2015 v rámci výzkumu trhu biopotravin v ČR, který je od roku 2009 prováděn na Ústavu zemědělské ekonomiky a informací (ÚZEI) z pověření MZe. Zpráva byla rozšířena o analýzu prodejů biopotravin v MŘ od společnosti Nielsen a dále o analýzu nabídky biopotravin v MŘ dle šetření Cenového Biomonitoru Green marketing.

Ze získaných údajů vyplývá, že po výrazném nárůstu trhu biopotravin v letech 2005 až 2008 a stagnaci v letech 2009 a 2010 okolo 1,6 mld. Kč, došlo v roce 2015 již pátým rokem k oživení trhu. Domácí spotřeba biopotravin činila 2,25 mld. Kč a vzrostla meziročně o více než 11,4 %, což je nejvyšší hodnota růstu od roku 2008. Podobně dynamický (a téměř totožný) růst potvrzují i údaje převzaté od společnosti Nielsen, které vykazují 11% nárůst prodejů biopotravin v roce 2015 u vybraných MŘ. Podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů činil 0,81 % a průměrná roční spotřeba vzrostla na 213 Kč na obyvatele. Stejný trend byl zaznamenán také v Evropě, kde došlo k meziročnímu nárůstu prodejů biopotravin o 13 %.

Z celkové spotřeby biopotravin činil obrát v maloobchodě 1 842 mil. Kč. K dynamickému navýšení obrátu došlo ve veřejném stravování (o 24 % na 73 mil. Kč) a v rámci přímého prodeje (o 16,5 % na 158 mil. Kč) a e-shopů (o téměř 152,9 % na 175 mil. Kč). Po přičtení exportu ve výši 1,48 mld. Kč pak celkový obrát realizovaný českými subjekty činil v roce 2015 přibližně 3,73 mld. Kč. Nejvíce biopotravin čeští spotřebitelé nakoupili v maloobchodních řetězcích (46,2 % a 1 040 mil. Kč). Na druhém místě pak prostřednictvím drogerií (14,7 %, tj. 330 mil. Kč) a prodejen zdravé výživy (14,3 %, tj. 321 mil. Kč). Biopotraviny z dovozu tvořily 39 % maloobchodního obrátu, přičemž z poloviny je dovoz realizován přímo řetězci a z druhé poloviny registrovanými distributory.

Pro další roky je očekáván další růst spotřeby v rozmezí 5 až 10 %. Přispět by k tomu mělo jednak pokračující oživení na trhu biopotravin v ostatních státech EU, tak sílící trend zájmu spotřebitelů o lokální a čerstvé produkty, které jsou často vyráběny v biokvalitě, společně s rozvojem nových forem přímého prodeje v podobě farmářských trhů, systému bedýnek či nově se rozšiřujícího internetového nakupování potravin (včetně biopotravin).

K rozvoji EZ v současné době přispívá velkou měrou MZe, které podporuje několik marketingových aktivit a projektů cílených na propagaci faremního zpracování a přímého prodeje ze dvora. Nově byla zvýšena podpora kampaně „Září – měsíc biopotravin a ekologického zemědělství“, v rámci které se podařilo natočit 6 krátkých filmů o ekologickém zemědělství a produkci biopotravin v ČR.

K rozvoji ekologického zemědělství a výroby biopotravin přispěje i pokračující podpora státu ve formě dotací na ekologicky obhospodařované plochy a bodové zvýhodnění pro výrobce biopotravin v rámci nového Programu rozvoje venkova na období 2014-2020. V průběhu roku 2017 bude spuštěna také velká národní osvětová kampaň propagující biopotraviny. Součástí této kampaně bude začlenění českého a evropského značení biopotravin mezi značky Klasa a Regionální potravina. Následně budou společně propagovány jako jakostní potraviny, kterým může spotřebitel důvěřovat.

Všechny tyto aktivity směřují k naplnění cíle stanoveného pro oblast spotřeby biopotravin a rozvoje trhu (tj. dosažení 3% podílu biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů v ČR do roku 2020), jež patří mezi hlavní priority Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2016–2020, který dne 20. 11. 2015 schválila vláda svým usnesením č. 938/2015.



Na závěr je připojeno poděkování všem osloveným výrobcům a distributorům, kteří vyplnili dotazník a poskytli tak ÚZEI cenné informace, které přispěly k vytvoření uceleného přehledu o trhu s biopotravinami v ČR.



Příloha 1: Třídění kategorií potravin

Tab. 27 Mezinárodní klasifikace výrobků „CPA“

C	VÝROBKY A SLUŽBY ZPRACOVATELSKÉHO PRŮMYSLU
10	Potravinářské výrobky
10.1	Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa
10.11	Zpracované a konzervované maso (kromě drůbežího)
10.12	Zpracované a konzervované drůbeží maso
10.13	Výrobky z masa
10.2	Zpracované a konzervované ryby, koryši a měkkýši
10.20	Zpracované a konzervované ryby, koryši a měkkýši
10.3	Zpracované a konzervované ovoce a zelenina
10.31	Zpracované a konzervované brambory
10.32	Ovocné a zeleninové šťávy
10.39	Ostatní zpracované a konzervované ovoce a zelenina
10.4	Rostlinné a živočišné oleje a tuky
10.41	Oleje a tuky
10.42	Margarín a podobné jedlé tuky
10.5	Mléčné výrobky a zmrzlina
10.51	Mléčné výrobky
10.52	Zmrzlina
10.6	Mlýnské a škrobářenské výrobky
10.61	Mlýnské výrobky
10.62	Škrobářenské výrobky
10.7	Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky
10.71	Pekařské a cukrářské výrobky, kromě trvanlivých
10.72	Suchary a sušenky; trvanlivé pekařské a cukrářské výrobky
10.73	Makarony, nudle, kuskus a podobné moučné výrobky
10.8	Ostatní „zpracované“ potravinářské výrobky
10.81	Cukr
10.82	Kakao, čokoláda a cukrovinky
10.83	Káva a čaj, zpracované
10.84	Koření a aromatické výtažky
10.85	Hotové pokrmy
10.86	Homogenizované potravinářské přípravky a dietní potraviny
10.89	Ostatní potravinářské výrobky jinde neuvedené
10.9	Průmyslová krmiva
10.91	Průmyslová krmiva pro hospodářská zvířata
10.92	Průmyslová krmiva pro zvířata v zájmovém chovu
11	Nápoje
11.01	Destilované alkoholické nápoje
11.02	Víno z vinných hroznů
11.03	Jablečné víno a jiná ovocná vína
11.04	Ostatní nedestilované kvašené nápoje
11.05	Pivo
11.06	Slad
11.07	Minerální vody a nealkoholické nápoje

Zdroj: ČSÚ - <https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace-produkce-cz-cpa->



Tab. 28 Hlavní kategorie biopotravin využívané v dotazníkovém šetření

	HLAVNÍ KATEGORIE BIOPOTRAVIN
1	Maso
	<i>hovězí maso</i>
	<i>vepřové maso</i>
	<i>skopové / kozí maso</i>
	<i>drůbeží maso</i>
	<i>ryby</i>
	<i>maso ostatní</i>
2	Masné výrobky
3	Ovoce a zelenina
	<i>čerstvá/balená zelenina</i>
	<i>čerstvé/balené ovoce</i>
	<i>zpracovaná/konzervovaná zelenina (vč. brambor)</i>
	<i>zpracované/konzervované ovoce a ořechy (vč. džemů)</i>
	<i>ovocné a zeleninové šťávy</i>
4	Oleje a tuky vč. margarínu
5	Mléko a mléčné výrobky
	<i>mléko</i>
	<i>máslo</i>
	<i>sýry a tvaroh</i>
	<i>jogurt</i>
	<i>ostatní (vč. zmrzliny)</i>
6	Mlýnské a škrobářské výrobky
	<i>mlýnské výrobky (rýže, mouky, směsi, krupice, cereálie)</i>
	<i>škrobářské výrobky</i>
7	Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky
	<i>čerstvé výrobky (chléb, pečivo)</i>
	<i>trvanlivé výrobky (suchary, sušenky, perník)</i>
	<i>těstoviny</i>
8	Ostatní zpracované potraviny
	<i>luštěniny</i>
	<i>vejce</i>
	<i>med</i>
	<i>cukr</i>
	<i>kakao, čokoláda a cukrovinky</i>
	<i>káva a čaj</i>
	<i>koření a aromatické výtažky (ocet, omáčky, směsi koření, hořčice)</i>
	<i>hotové pokrmy (vč. dětské výživy)</i>
	<i>ostatní zpracované biopotraviny jinde neuvedené</i>
9	Nápoje
	<i>nealkoholické nápoje (jinde neuvedené)</i>
	<i>víno</i>
	<i>pivo</i>
	<i>ostatní alkoholické nápoje</i>

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2016