

Ústav zemědělské ekonomiky a informací



**Statistická šetření ekologického zemědělství
provedená v roce 2010
- zpráva o trhu s biopotravinami**

výstup tématického úkolu MZe ČR
č. 4212/2011

Andrea Hrabalová

Brno, duben 2011

Obsah

Obsah.....	2
Úvod.....	3
1. Metodika sběru a analýzy dat	3
2. Souhrn hlavních výstupů	5
3. Výroba biopotravin v ČR v roce 2009	8
3.1. Počet a struktura výrobců biopotravin	8
3.2. Rozsah výroby biopotravin.....	9
3.2.1. Podíl zpracovaných bio-surovin z dovozu	9
3.2.2. Rozsah výroby biopotravin.....	11
3.2.3. Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu výroby	13
3.2.4. Uplatnění vyrobených biopotravin na trhu	14
3.2.5. Způsob distribuce biopotravin uplatněný výrobcí	16
3.2.6. Výsledky šetření názorů	17
4. Distribuce biopotravin v ČR v roce 2009	20
4.1. Počet a struktura distributorů biopotravin.....	20
4.2. Rozsah distribuce biopotravin.....	21
4.2.1. Podíl distribuovaných bioproduktů a biopotravin z dovozu	21
4.2.2. Rozsah distribuce biopotravin.....	22
4.2.3. Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu distribuce.....	23
4.2.4. Uplatnění distribuovaných biopotravin na trhu.....	24
4.2.5. Způsob distribuce biopotravin uplatněný distributory	24
4.2.6. Výsledky šetření názorů	25
5. Celková situace na trhu s biopotravinami v ČR v roce 2009	28
5.1. Podíl domácí a zahraniční produkce	28
5.2. Poptávka po biopotravinách.....	29
5.3. Způsob distribuce biopotravin	29
6. Závěr.....	31

Úvod

Předkládaná zpráva o trhu biopotravin v České republice s názvem Statistická šetření ekologického zemědělství (EZ) je jedním ze dvou výstupů tématického úkolu (č. 4212), jehož zadavatelem je Ministerstvo zemědělství (MZe). Obsahem tématického úkolu je jednak sběr základních statistických údajů o bioprodukci a jejím uplatnění na ekofarmách a dále od roku 2009 nově sběr informací o trhu biopotravin zahrnující analýzu rozsahu zpracování, odbytu a trhu s biopotravinami v České republice včetně vývozu a dovozu bioproduktů a biopotravin.

Vzhledem k rostoucímu významu ekologického zemědělství a objemu podpor směřujících do tohoto sektoru je v současné době nutné se zaměřit na posouzení účinnosti politických opatření pro EZ. MZe si uvědomuje potřebu dostatku informací o stavu a vývoji EZ, a proto je jeho záměrem provádět tato šetření prostřednictvím ÚZEI dlouhodobě a pravidelně v ročních intervalech.

Zpráva obsahuje popis metodiky sběru a analýzy dat a shrnuje hlavní výsledky ve třech samostatných kapitolách. První z nich se věnuje zvláště výrobě biopotravin v ČR, identifikaci hlavních vyráběných produktových kategorií a nejčastějších distribučních cest využívaných výrobci. Druhá kapitola shrnuje údaje poskytnuté subjekty, které se zabývají čistě distribucí biopotravin. Popisuje hlavní produktové kategorie a distribuční cesty využívané distributory na českém trhu. Poslední třetí kapitola shrnuje všechny údaje za celý trh biopotravin v ČR.

1. Metodika sběru a analýzy dat

Sběr primárních dat o trhu je prováděn ve spolupráci s Mgr. Tomášem Václavíkem z agentury Green marketing. Data jsou sbírána na základě dotazníku zpracovaného ÚZEI, a to ve čtyřech variantách: výrobce, distributor, výrobce i distributor a maloobchodník v souladu s jejich odlišným fungováním na trhu. Hlavním cílem šetření je zjistit:

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

Velikost trhu biopotravin je zkoumána pomocí postupů uplatňovaných v zahraničí. Dle této metodiky je třeba k určení velikosti trhu zapojit všechny významné aktéry, kteří realizují prodej biopotravin konečným spotřebitelům, **tedy velikost trhu je rovna objemu nákupů konečných spotřebitelů v dané zemi**, tzn. 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, drogerie, lékárny apod.),
- gastronomie (tj. biopotraviny spotřebované ve veřejném stravování a restauracích);
- přímý prodej (zejména prodej z farem, ale i přímý prodej výrobců apod.).

V případě vyčíslení celkového obratu za biopotraviny se přičítá také objem jejich vývozu.

V ČR dosud neprobíhá statistický sběr dat 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 EZ ve snaze identifikovat objem jimi nabízených biopotravin a na základě znalosti distribučních cest odhadnout celkovou velikost trhu v ČR. Celkový maloobchodní obrat je zjišťován na všech úrovních dodavatelské vertikály, tedy od zemědělců/výrobců přes distributory až po maloobchody. Přičemž u maloobchodníků je do celkového obratu trhu přičítán už jen obrat za prodej biopotravin, které si sami přímo dovezly ze zahraničí.

Velikost trhu byla tedy v této zprávě odvozena jako součet obrátů registrovaných výrobců a distributorů za prodej biopotravin na českém trhu směřující do odbytových míst, které realizují prodej přímo konečnému spotřebiteli (tj. maloobchody s potravinami, drogerie či lékárny, zařízení veřejného stravování a přímý prodej). 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) sami dovážejí a které neprojdou tuzemskou dodavatelskou vertikálou.

Sběr dat o trhu probíhal od června do poloviny října 2010 formou dotazníkového šetření. Zjišťována byla reálná data zpětně za rok 2009 a do šetření byly zapojeny všechny subjekty registrované jako „výrobce biopotravin“ nebo jako „distributor biopotravin“ k 31. 12. 2009.

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

a) Údaje o celkovém objemu výroby či distribuce biopotravin, podílu jednotlivých kategorií biopotravin na celkovém objemu prodeje a podílu jednotlivých odbytových míst na celkovém obratu (tj. kapitoly 1 a 2 této zprávy) vycházejí z údajů vyplněných dotazníků *a nejsou nijak přepočítávány na sektor jako celek. Na druhou stranu lze říci, že získaná data o obratech představují 90 % obratu všech firem působících na českém trhu EZ.* Celková velikost trhu s biopotravinami včetně specifikace podílu hlavních produktových kategorií a distribučních cest (tj. zahrnující jak získaná data od výrobců a distributorů, tak doplněné expertními odhady za chybějící subjekty, resp. části trhu) je odhadnuta v kapitole 3.

b) Rozdělení registrovaných subjektů do jednotlivých kategorií (tj. „výrobce biopotravin“, „distributor biopotravin“, příp. „výrobce/distributor“) a jejich oslovení vhodným dotazníkem je problematické, jelikož se liší zařazení subjektů v seznamu zveřejněném na webu MZe (tj. seznam předávaný kontrolními organizacemi k 31. 12. každého roku) a v evidenci registrací doručených na MZe. Existují pak případy, kdy subjekt registrovaný jako distributor je veden v seznamu mezi výrobcí, a to buď správně (skutečně jde o výrobu a chyba byla v nesprávné registraci) nebo nesprávně (skutečně jde o distributora), obdobně pro výrobce. Dále se řada subjektů registrovala (nejspíš pro jistotu) do obou kategorií (výrobce i distributor), avšak ve skutečnosti se jedná buď o „čistého“ výrobce¹, který se distribucí vůbec nezabývá anebo prodává pouze vlastní vyrobené biopotravinu (což dle výkladu není považováno za distribuci) a nebo „čistého“ distributora.

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.

¹ Za „čistého“ výrobce je považován subjekt registrovaný na MZe pouze v kategorii výrobce. Obdobně za „čistého“ distributora je považován subjekt registrovaný pouze pro distribuci biopotravin.

- c) Údaje od tzv. „MIX“² subjektů (tj. registrovaných současně jako výrobce, tak distributor) jsou zahrnuty k údajům výrobců v kapitole 1, a to z důvodu nemožnosti odlišit obrat za jejich vlastní výrobu a za distribuci hotových výrobků.

Návratnost dotazníků u sběru dat o trhu

Dle oficiálních údajů MZe (tj. seznamu registrovaných subjektů) bylo k 31. 12. 2009 v EZ registrováno 395 výrobců (respektive 497 včetně výrobních provozoven). Z těchto bylo vyhodnoceno 360 subjektů jako čistí výrobci, ostatní byli vyhodnoceni spíše za distributory či výrobce a distributory (tj. osloveni dotazníkem pro distributory/výrobce a distributory). **Návratnost dotazníků u výrobců byla 60 %** (tj. reagovalo 217 subjektů), avšak 42 % z nich uvedlo, že s výrobou ještě nezačali (91 subjektů) nebo v daném roce s výrobou skončili 12 % (25 subjektů). Od 117 subjektů z řad výrobců ze nepodařilo data získat, jedná se především o drobné živnostníky. Data odmítlo poskytnout 26 subjektů.

V oblasti distribuce působilo k 31. 12. 2009 dle seznamu registrovaných osob uvádějící biopotravinu nebo bioprodukty do oběhu u MZe celkem 168 subjektů (resp. 184 včetně poboček). Po zvážení bylo jako čistý distributor označeno 128 subjektů, které byly obeslány s dotazníkem pro distributory. **Návratnost dotazníků u distributorů dosáhla 52 %**, tj. reagovalo 66 subjektů, avšak 24 z nich uvedlo, že s distribucí ještě nezačaly a 4 subjekty již činnost ukončily. 49 subjektů na výzvu nereagovalo, 13 subjektů data odmítlo poskytnout.

Do kategorie distributor/výrobce zahrnující subjekty zabývající se jak distribucí (velkoobchod, import, export), tak také výrobou (především přebalováním dovozových surovin, ale ne pouze), bylo po zvážení zařazeno celkem 35 subjektů. **Návratnost dotazníků u distributorů/výrobců dosáhla téměř 66 %** (tj. reagovalo 23 subjektů), avšak 9 subjektů uvedlo, že s distribucí/výrobou ještě nezačaly a 4 subjekty již činnost ukončily. 8 subjektů na výzvu nereagovalo, 4 subjekty data odmítly poskytnout.

Závěry zde prezentované se tedy opírají o data od 101 aktivních výrobců biopotravin, 38 aktivních distributorů a 10 distributorů/výrobců. Přes výše uvedené, lze výstupy považovat za vypovídající, jelikož se podařilo získat odpovědi od téměř většiny hlavních aktérů na trhu.

2. Souhrn hlavních výstupů

Zpracování bioproduktů a výroba biopotravin:

- **Na konci roku 2009 bylo v ČR registrováno dle údajů MZe celkem 395 výrobců biopotravin**, z nichž bylo 35 evidováno také v kategorii „distributor“. Ze získaných údajů však vyplývá, že třetina výrobců (tj. 129 subjektů) svou činnost v roce 2009 ve skutečnosti vůbec neprovozovala, nejčastěji z důvodu běžícího přechodného období či ukončení činnosti z důvodů nedostatku zakázek.
- Dle počtu výrobců patří k nejčastějším činnostem výroba vína, zpracování masa, výroba pekařských, cukrářských a jiných moučných výrobků, zpracování mléka a výroba mléčných výrobků a zpracování zeleniny a ovoce.
- **Z pohledu obratu produktových kategorií** dosáhla největší objem výroby kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ s podílem 24,1 % (zejména podkategorie „káva a čaj“), následovaná kategoriemi „Mléko a mléčné výrobky“ (19,8 % celkového

² Za „MIX“ subjekt je považován subjekt registrovaný na MZe jako výrobce a současně i jako distributor.

obratu výroby) a „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ (19,1 %), což jsou shodné kategorie jako v předchozím roce šetření ÚZEI.

- **Celkový obrat výrobců v roce 2009 dosáhl ve velkoobchodních cenách 1,2 mld. Kč (oproti 963 mil. Kč v roce 2008)** (tj. obrat 111 subjektů zahrnující také obrat společností, které pouze nakoupené bioprodukty přebalují do spotřebitelského balení).
- **Čeští výrobci vyvezli do zahraničí biopotravinu za přibližně 352 mil. Kč** (tj. 30 % celkového obratu výroby, 26 % v roce 2008), **tedy o 98 mil. Kč více než v roce 2008 (254 mil. Kč)**. Nejvíce biopotravin směřovalo do Rakouska a ostatních zemí EU³.
- **Biopotravinu byly výrobci prodávány na českém trhu nejčastěji prostřednictvím maloobchodních řetězců** (41 %) a dále obchodů zdravé výživy (24 %).
- V rámci diskuse o možnosti změny užívání loga "biozeby" pouze pro bioprodukty a biopotravinu českého původu, 42,7 % výrobců předpokládá, že by tato změna neměla pro jejich firmu žádný vliv. Čtvrtina dotázaných výrobců uvedla, že tato změna užívání loga by měla pravděpodobně negativní vliv, necelých 20 % naopak předpokládá přínos pozitivní. Většina výrobců (62 %) však nakonec vyjádřila přání neměnit stávající pravidla označováním biopotravin.
- Jako pozitivní se jeví budoucí plány výrobců, neboť 63,2 % plánuje výrobu ještě rozšířit a téměř třetina plánuje zůstat na stejné úrovni výroby. Pouze 6 respondentů hodlá omezit nebo ukončit výrobu biopotravin.

Distribuce biopotravin:

- **K 31. 12. 2009 bylo v ČR registrováno celkem 168 distributorů biopotravin (137 v roce 2008)**. Navíc na trhu působí velký počet subjektů zabývajících se maloobchodním prodejem (tj. obchodní řetězce, obchody zdravé výživy apod.), které nemají od roku 2006 povinnost se registrovat. Odhadem se jedná o přibližně 2 000 maloobchodních prodejen potravin a dalších zhruba 2 000 lékáren nabízejících biopotravinu.
- **Celkový obrat registrovaných distributorů v roce 2009 dosáhl ve velkoobchodních cenách 392 mil. Kč a zaznamenal nárůst o 47 % proti 267 mil. Kč v roce 2008**. Jde o obrat 38 subjektů nezahrnující obrat společností, které realizují souběžně výrobu a distribuci biopotravin⁴.
- Kategorii s největším obratem byla kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ (82 % podíl), a to distribuce hotových pokrmů – dětských výživ, které tvořily 88 % této kategorie a téměř ¾ celkového obratu distributorů, a to díky dominantnímu postavení společnosti Hipp Czech s.r.o., která je absolutně největší firmou na českém trhu⁵.
- **Distributoři dovezli v roce 2009 biopotravinu v hodnotě cca 338 mil. Kč**, což je 86 % jejich celkového obratu prodeje (222 mil. Kč a 83 % v roce 2008).
- **Největším odbytištěm mezi distributory je přirozeně český trh**. Celkem na českém trhu skončilo 96,2 % objemu distribuovaných biopotravin v celkové hodnotě 377 mil. Kč (95 % a 253 mil. Kč v roce 2008).
- K prodeji biopotravin na českém trhu distributoři nejčastěji využívají maloobchodní řetězce (65 %), lékárny (19 %) a prodejny zdravé výživy a biopotravin (8 %).
- Stejně jako u výrobců, převážná část distributorů (68,8 %) nepovažuje změnu užívání loga "biozeby" pouze pro bioprodukty a biopotravinu českého původu za významnou,

³ Kategorie „Ost EU“ neboli ostatní země EU zde zahrnuje země mimo CZ, SK, DE, AT a PL.

⁴ Tedy bez obratu obou v ČR působících velkoobchodů biopotravin (Country Life s.r.o. a PRO-BIO, obchodní společnost s r.o.), jejichž obrat je započítán mezi výrobce.

⁵ Měřeno obratem z prodeje biopotravin.

12,5 % dotázaných distributorů předpokládá vliv této změny na jejich hospodaření za negativní a 9,4 % spíše za pozitivní. Celkově se však většina (82,1 %) distributorů vyjádřila, že nechce žádné změny v označování biopotravin v souvislosti s původem surovin.

- Ačkoliv došlo k mírnému meziročnímu snížení podílu distributorů, kteří hodlají působit na trhu i v budoucích 5ti letech (z 94 % na 88,9 %), srovnatelný podíl distributorů jako v roce 2008 (58,3 %) plánuje prodej biopotravin rozšířit. Pouze 8,3 % uvažuje, že distribuci biopotravin ukončí.

Celkový trh s biopotravinami v ČR:

- ***Celkový obrat s biopotravinami českých subjektů včetně vývozu dosáhl v roce 2009 přibližně 2,13 mld. Kč*** (tj. včetně odhadu obratu za subjekty, kteří nevyplnili dotazník a dále odhadu obratu za biopotraviny importované samotnými maloobchodními řetězci ve výši cca 330 mil. Kč).
- ***Z toho obrat v maloobchodě činil 1,68 mld. Kč, ve veřejném stravování přes 14 mil. Kč a téměř 70 mil. Kč dosáhl obrat přímého prodeje.***
- ***Celkově tedy spotřebitelé za biopotraviny v roce 2009 utratili dle šetření ÚZEI přibližně 1,77 mld. Kč.*** Průměrná roční spotřeba na obyvatele činila ***necelých 200 Kč*** a ***podíl biopotravin*** na celkové spotřebě potravin a nápojů ***dosáhl 0,71 %*** (podobně jako v roce 2008).
- Nejvíce biopotravin nakoupí čeští spotřebitelé v ***maloobchodní řetězcích (68,6 %, tj. za 1,2 mld. Kč v 2009)***, dále pak v prodejnách zdravé výživy a biopotravin (17,3 %) a vzrůstá podíl lékáren (7,0 % oproti 4,0 % v roce 2008). V nezávislých drobných prodejnách potravin se v roce 2009 prodalo biopotravin za 41 milionů Kč (2,4 %). Výrazně vzrostl podíl přímého prodeje biopotravin zahrnující přímý prodej jak ze dvora, tak i od výrobců a distributorů (3,9 %). Přibližně 0,8 % biopotravin se v roce 2009 prodalo prostřednictvím gastronomických zařízení.
- ***Hlavní prodávanou kategorií biopotravin byly „Ostatní zpracované potraviny“*** (42 % podíl, z toho téměř polovinu tvořily hotové pokrmy typu dětských výživ), následované kategoriemi „Mléko a mléčné výrobky“ (20 %) a „Ovoce a zelenina“ (10 %, zahrnující taktéž ovocné a zeleninové šťávy). Vzhledem k uplatnění jiné klasifikace kategorií potravin není možné provést přímé meziroční srovnání vývoje.
- ***Biopotraviny z dovozu*** (při zahrnutí jen finálních biopotravin) se ***na maloobchodním obratu 2009 podílely 46 %***. V případě zahrnutí hodnoty dovozu bioproduktů a biopotravin, které jsou v ČR dále zpracovávány, tato hodnota vzroste na téměř 1,2 mld. Kč, což představuje 68 % podíl na celkové spotřebě biopotravin v roce 2009.

3. Výroba biopotravin v ČR v roce 2009

3.1. Počet a struktura výrobců biopotravin

K 31. 12. 2009 bylo v ČR registrováno 395 výrobců biopotravin, resp. 497 výrobních provozoven, z nichž však 84 provozoven tvořily pouze prodejny obchodních řetězců, které jsou registrovány z důvodu realizace dopěkaní biopečiva či balení mléčných výrobků.

Oproti konci roku 2008, kdy bylo registrováno 345 subjektů (resp. 429 provozoven) vzrostl počet výrobců biopotravin o 14 % (tj. 50 nových subjektů), což představuje určité zpomalení ve srovnání s 82% nárůstem mezi roky 2007 a 2008. Ke zpomalení nárůstu došlo zejména u výrobců vína. V roce 2009 došlo k dalšímu mírnému zvýšení počtu výrobců v oblasti zpracování mléka, nově vzrostl počet výrobců čaje a kávy a nealkoholických nápojů.

K mírnému nárůstu počtu výrobců došlo i ke konci roku 2010, kdy bylo registrováno celkem 404 výrobců biopotravin, respektive 618 výrobních provozoven (z toho však 194 provozoven tvoří jen prodejny obchodního řetězce BILLA spol. s r.o.). Během roku 2010 ukončilo svoji činnost 70 výrobců biopotravin, naopak nově do výroby vstoupilo 79 subjektů, což představuje jen 2% nárůst oproti roku 2009 (absolutní nárůst o 9 výrobců).

K nejčastěji zpracovávaným bioproduktům patří, dle převažující činnosti českých výrobců, zpracování masa, výroba pekařských, cukrářských a jiných moučných výrobků, zpracování mléka a mléčných výrobků a zpracování zeleniny a ovoce. (Tab. 1).

Tab. 1 Výrobci biopotravin dle druhu ekonomické aktivity v letech 2007 až 2010

Kód	Ekonomická aktivita (dle NACE)	Počet výrobců biopotravin ¹⁾			
		2007	2008	2009	2010
10.1	Zpracování a konzervování masa a výroba masných výrobků	22 (39)	63 (67)	63 (69)	65 (71)
10.11	Zpracování a konzervování masa, kromě drůbežího	20 (36)	49 (53)	49 (54)	39 (42)
10.12	Zpracování a konzervování drůbežího masa	2 (3)	2	3	4 (6)
10.13	Výroba masných výrobků a výrobků z drůbežího masa	0	12	11 (12)	22 (23)
10.3	Zpracování a konzervování ovoce a zeleniny	25 (28)	38 (41)	35 (37)	45 (46)
10.31	Zpracování a konzervování brambor	3	2 (3)	2 (3)	3 (4)
10.32	Výroba ovocných a zeleninových šťáv	3	6 (8)	8	7
10.39	Ostatní zpracování a konzervování ovoce a zeleniny	19 (22)	30	25 (26)	35
10.4	Výroba rostlinných a živočišných olejů a tuků	0	1	3	4
10.5	Výroba mléčných výrobků	20 (25)	32 (67)	38 (92)	45 (239)
10.6	Výroba mlýnských a škrobárenských výrobků	7 (10)	13 (15)	14 (16)	15 (17)
10.7	Výroba pekařských, cukrářských a jiných moučných výrobků	29 (56)	40 (71)	40 (72)	42 (45)
10.71	Výroba pekařských a cukrářských výrobků, kromě trvanlivých	18 (44)	28 (56)	27 (56)	27
10.72	Výroba sucharů a sušenek; trvanlivých cukrářských výrobků	10	10 (12)	11 (12)	11 (14)
10.73	Výroba makaronů, nudlí, kuskusu a podobných moučných výrobků	1 (2)	2 (3)	2 (4)	4
10.8	Výroba ostatních potravinářských výrobků	65 (73)	87 (96)	106 (111)	95 (102)
10.81	Výroba cukru	1 (3)	3 (4)	3	3 (4)
10.82	Výroba kakaa, čokolády a cukrovinek	3	7	6	6
10.83	Zpracování čaje a kávy	14 (17)	14 (19)	20 (24)	21 (24)
10.84	Výroba koření a aromatických výtažků	5	7	9	9
10.85	Výroba hotových pokrmů	3	10	11	13

10.86	Výroba homogen. potrav. přípravků a dietních potravin	5	3	3	2
10.89	Výroba ostatních potravinářských výrobků j. n.	34 (37)	43 (46)	54 (55)	41 (43)
11.0	Výroba nápojů	22	71	96 (97)	93 (94)
11.01	Destilace, rektifikace a míchání lihovin	0	2	4	3
11.02	Výroba vína z vinných hroznů	17	62	77 (78)	80
11.03	Výroba jablečného vína a jiných ovocných vín	0	0	0	0
11.04	Výroba ostatních nedestilovaných kvašených nápojů	3	4	6	2 (3)
11.05	Výroba piva	1	1	1	1
11.06	Výroba sladu	1	1	1	1
11.07	Výroba nealko. nápojů; stáčení minerálních a ost. vod	0	1	7	6
	Celkem	190 (253)	345 (429)	395 (497)	404 (618)

¹⁾ Údaj v závorce odpovídá počtu všech provozoven.

Zdroj: Kontrolní organizace (ABCert, Biokont, KEZ); vlastní výpočty ÚZEI

Z regionálního hlediska se nejvíce výrobců biopotravin nachází v Jihomoravském kraji (téměř třetina všech výrobců), avšak téměř 70 % tvoří zpracovatelé vlastních hroznů na výrobu vína (77 subjektů). Naopak nejméně výrobců působí v Karlovarském kraji (tj. jen 11 subjektů), přestože jde o kraj s nejvyšším podílem ekologických ploch na celkové výměře z.p. kraje.

3.2. Rozsah výroby biopotravin

V rámci dotazníku bylo snahou odpovědět zejména na následující otázky:

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

Ze získaných údajů vyplývá, že z celkového počtu 395 subjektů registrovaných jako „výrobce biopotravin“ ke konci roku 2009, jich téměř třetina (tj. 32,7 %, tj. 129 subjektů) svou činnost v roce 2009 ve skutečnosti vůbec neprovozovala a to zejména z následujících důvodů:

- běžící možné až dvouleté přechodné období po registraci (týká se zejména např. nově vstupujících vinařů)⁶
- nezájem spotřebitelů či obchodních partnerů o zamýšlené biopotraviny, příp. jen příležitostná výroba malého množství v sezónně či na konkrétní objednávku.

Řada společností také uvedla, že biopotraviny již nevyrábí, nejčastěji proto, že na trhu nenašla dostatečný zájem a jejich registrace u MZe byla během roku 2009 a 2010 zrušena.

3.2.1. Podíl zpracovaných bio-surovin z dovozu

Přestože informace o objemu zpracovaných bioproduktů a jejich původu nebyla vyplněna u všech respondentů, lze shrnout následující závěry:

Z rostlinných produktů se v roce 2009, stejně jako v předešlém roce, dovážely zejména luskoviny a olejniny (téměř veškerý zpracovaný objem), a to nejčastěji ze zemí mimo EU (Turecko, Čína). Dále se dovážely suroviny, které nejsou v ČR dostupné jako rýže, skořápkové plody a sušené ovoce, kakao a čokoláda, třtinový cukr, káva, čaje a ochucovadla či exotické produkty typu mořských řas. Zarážející ovšem může být téměř 28 % podíl dovozu u obilovin. Důvodem je dovoz především těch druhů obilovin, které se v ČR nepěstují nebo

⁶ Dle Zákona o EZ se může výrobce biopotravin nejprve zaregistrovat a pak má až 24 měsíců na to, aby získal aspoň 1 osvědčení na biopotravinu.

nezpracovávají na vločky, především amarantu, ovsa, pohanky a špaldy. Výrazně oproti roku 2008 poklesl podíl dovozů u mouky a obilných směsí pro pekaře. U ovoce a zeleniny je dovážena více jak polovina zpracované produkce, zde však zpracování představuje zejména zabalení do spotřebitelského balení pro maloobchod. Téměř 84 % podíl dovozů mají „ovocné směsi“, zejména z důvodu jejich potřeby pro několik českých výrobců biojogurtů

Tab. 2 Podíl zpracovaných bio-surovin z dovozu v roce 2009

Kategorie		Jednotka	Zpracováno celkem	Z toho dovoz (%)	Hlavní země dovozu ¹	
rostlinný původ	obiloviny	kg	1 429 735	27,89	AT, ostEU	
	mouky, směsi	kg	1 656 981	11,95	AT, DE	
	luskoviny	kg	163 583	96,18	mimoEU	
	olejní	kg	107 023	91,01	mimoEU	
	byliny a koření	kg	250 523	66,45	AT, mimoEU, PL	
	zelenina	kg	877 623	62,43	ostEU, AT	
	z toho brambory	kg	208 000	67,42	AT, SK, ostEU	
	ovoce	kg	1 453 146	51,20	ostEU, DE	
	z toho hrozny	kg	91 081	4,59	ostEU	
	jiné	ořechy a sušené ovoce	kg	11 777	48,84	mimoEU
		ovocné směsi	kg	126 544	83,81	AT
		oleje a tuky	l	4 748	82,70	ostEU, DE
		cukr	kg	193 270	99,84	mimoEU
		glukózový sirup	l	13 602	100,00	ostEU, DE
kakao a čokoláda		kg	175 240	100,00	ostEU, mimoEU	
káva a čaj		kg	54 524	98,39	DE, mimoEU	
víno	l	110 000	0,00	x		
živočišný původ	hovězí	kg	411 305	0,66	DE	
	vepřové	kg	76 717	54,38	DE	
	skopové / kozí	kg	14 889	0,00	x	
	drůbeží	kg	135 743	10,34	AT	
	ryby	kg	0	0,00	x	
	mléko	l	14 347 688	23,23	SK	
	mléčné výrobky	kg	89 495	16,00	ostEU	
	vejce	ks	1 036 034	54,82	SK	
	med	kg	9 924	0,00	x	
	jiné	sušené mléko	kg	25	100,00	AT
sušené syrovátka		kg	1 100	11,40	DE	
melanž		kg	1 416	100,00	mimoEU	
masné výrobky		kg	5 554	19,59	DE	

¹⁾ Hlavní země dovozu – použité kategorie: SK, DE, AT, PL, ostEU (tj. mimo CZ, SK, DE, AT a PL) a mimo EU.
Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

U živočišných produktů je patrné, že téměř kompletní objem hovězího masa a výrobků z něj pochází z českých ekofarem. U vepřového masa je dle výrobců uzenin situace poněkud odlišná, neboť téměř 55 % suroviny pochází z dovozu, nejčastěji z Německa. Existuje tedy velký potenciál k růstu produkce, jelikož několik domácích producentů vepřového biomasa zatím nedokáže vykrýt poptávku zpracovatelů. Podobně je tomu u vajec, kdy více jak polovina spotřeby je dovážena ze Slovenska. Také u mléka nestačí současná domácí faremní produkce pokrýt poptávku. V roce 2009 bylo dovezeno přes 3,3 mil. litrů mléka ze Slovenska (cca 23 % celkového zpracovaného objemu), a to mlékárnou Olma a Ekomilk. Na druhou stranu je však část syrového mléka občas z nedostatku poptávky používána i pro konvenční výrobu.

Během šetření byly zjišťovány také *důvody dovozu bio-surovin ze zahraničí*. Z celkového počtu 111 vyplněných dotazníků (tj. 101 výrobců a 10 výrobců/distributorů), 7 subjektů na dotaz neodpovědělo a 33 subjektů biosurovinu nedováží. Hlavním důvodem pro nákup biosurovin v zahraničí bylo, stejně jako v loňském roce, „nedostatečné množství nebo neexistence bioproduktu/biopotravin na domácím trhu“ (40,9 %). Tento důvod byl také nejčastěji zmiňován v rámci možnosti „jiné:...“, kde respondenti uváděli jako důvod dovozu nedostupnost biosurovin v ČR vzhledem k nemožnosti jejího pěstování v našich podmínkách. Druhým nejčastěji uváděným důvodem (16,6 %) byla „nižší cena bioproduktů v zahraničí“. Jako nový důvod dovozu výrazně vzrostl faktor „vyšší kvality bioproduktů ze zahraničí“ (Tab. 3).

Tab. 3 Důvody dovozu bio-surovin v letech 2008 a 2009

Důvody dovozu bio-surovin	Pořadí dle četnosti odpovědí (%)	
	2008	2009
Nedostačené množství bioproduktů (surovin) na domácím trhu	55,4	40,9
Nižší cena bioproduktů (surovin) v zahraničí	14,5	16,6
Existující dlouhodobé odběratelsko-dodavatelské vztahy	13,3	11,9
Jiné – uveďte:	8,4	9,8
Vyšší kvalita bioproduktů (surovin) ze zahraničí	4,8	13,5
Lepší služby zahraničních dodavatelů	2,4	5,2
Kratší vzdálenost od producenta/dodavatele	1,2	2,1

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2009 a 2010

3.2.2. Rozsah výroby biopotravin

Celkový obrat dle údajů uvedených výrobcí biopotravin⁷ činil 1 162 mil. Kč v roce 2009, oproti 963 mil. Kč v roce 2008 (Tab. 4). V tomto obratu jsou však zahrnuty také obraty společností, které pouze nakoupené bioprodukty přebalují do spotřebitelského balení (tj. včetně dovozu ovoce a zeleniny a jejího balení, dovozu zahraničního zboží a jeho značení českým logem apod.). Po vyloučení obratu za tuto spíše distributorskou činnost dosahoval rozsah české výroby cca 900 mil. Kč.

Tab. 4 Struktura výrobců dle velikosti obratu za biopotravinu v roce 2009

Kategorie dle obratu za biopotravinu	Výrobci biopotravin		Obrat za prodej biopotravin	
	(počet)	(%)	(v tis. Kč)	(%)
do 100 tis.	18	16,2	632	0,1
< 100 tis. až 500 tis.	14	12,6	4 180	0,4
< 500 tis. až 1 mil.	14	12,6	11 159	1,0
< 1 mil. až 2 mil.	17	15,3	26 866	2,3
< 2 mil. až 5 mil.	19	17,1	65 744	5,7
< 5 mil. až 10 mil.	10	9,0	75 424	6,5
< 10 mil. až 20 mil.	7	6,3	97 314	8,4
< 20 mil. až 50 mil.	6	5,4	177 545	15,3
< 50 mil. až 75 mil.	1	0,9	70 300	6,0
< 75 mil. až 100 mil.	1	0,9	97 726	8,4
nad 100 mil.	4	3,6	535 223	46,1
Celkem	111	100,0	1 162 113	100,0

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

Nejvíce podniků (19, tj. 17,1 %) uvedlo, že v roce 2009 za biopotravinu utržilo mezi 2 až 5 mil. Kč. Podobný počet podniků patří svým obratem do kategorie do 100 tis. Kč a 1 až 2 mil.

⁷ Jedná se o obrat 111 subjektů.

Kč. Na celkovém obratu se ovšem tyto tři kategorie podílely jen 8,0 %. Naopak čtyři firmy s obratem nad 100 mil. Kč (PRO-BIO, obchodní společnost s r.o., Country Life s.r.o., OLMA, a.s. a RACIO, s.r.o.) se podílí na celkovém obratu výrobců 46,1 % (57 % v roce 2008).

Patnáct největších výrobců v roce 2009 dle velikosti obratu realizovaném jen na tuzemském trhu je uvedeno v Tab. 5. Je třeba zdůraznit, že u dvou prvních subjektů fungujících jednak jako výrobce, tak distributor - velkoobchod, byl zahrnut při srovnání veškerý jejich obrat z důvodu nemožnosti odlišit obrat za vlastní výrobu a za distribuci hotových výrobků.

Tab. 5 Seznam 15 největších výrobců biopotravin dle obratu na českém trhu v roce 2009

Pořadí	Název společnosti ¹⁾	Obor výroby
1.	PRO-BIO, obchodní společnost s r.o.	Obilniny, těstoviny, polotovary, mlýnské výrobky
2.	Country Life s.r.o.	Obilniny, těstoviny, pečivo
3.	OLMA, a.s.	Mléko a mléčné výrobky
4.	Biopark, s.r.o.	Hovězí maso
5.	Štěrba Jan, Ing.	Ovoce a zelenina
6.	Čerozfrucht s.r.o.	Ovoce a zelenina
7.	bio nebio s.r.o.	Trvanlivé pečivo, cereální směsi, polotovary...
8.	Mlékárna Valašské Meziříčí, spol. s r.o.	Mléko a mléčné výrobky
9.	LACRUM Velké Meziříčí, s.r.o.	Mléko a mléčné výrobky
10.	Masokombinát Plzeň s.r.o.	Uzeniny
11.	Sonnentor, s.r.o.	Čaje, koření
12.	Racio, s.r.o.	Trvanlivé pečivo
13.	Jan Zeman-Biopekárna Zemanka	Trvanlivé pečivo
14.	Maštalíř Vladimír - St. Pierre	Výrobky z kozího mléka
15.	TopBio Mlýn s.r.o.	Obilniny, těstoviny

¹⁾ Pořadí výrobců je uvedeno dle obratu prodeje realizovaného pouze na českém trhu (tj. bez obratu exportu). Navíc je zahrnut celkový obrat za biopotravinu i u společností, které provozují výrobu a distribuci biopotravin současně (např. PRO-BIO, obchodní společnost s r.o., Country Life s.r.o. příp. Čerozfrucht s.r.o. aj.).

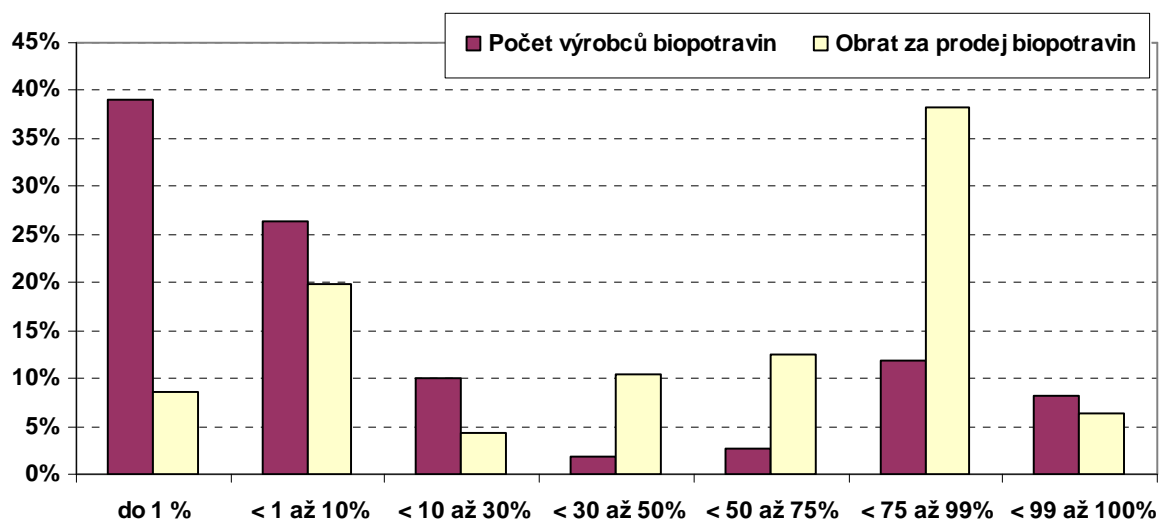
Největší počet podniků (43, což je 39,1 % ze 110 odpovědí) má podíl za prodej biopotravin do 1 % na jejich celkovém obratu. U dalších 29 podniků (26,4 %) tvoří podíl za prodané biopotravinu 1 až 10 %. Ačkoli tyto dvě kategorie představují 65,5 % výrobců biopotravin, jejich podíl na celkovém obratu výroby v ČR dosáhl pouze 28,4 %. Největšího podílu (44,5 %) na celkovém obratu výrobců dosahují firmy, u nichž se prodej biopotravin podílí na jejich celkovém obratu více jak 75 % (Tab. 6).

Tab. 6 Struktura výrobců dle podílu obratu za biopotravinu na jejich celkovém obratu, 2009

Kategorie dle podílu biopotravin na celkovém obratu	Výrobci biopotravin		Obrat za prodej biopotravin ¹⁾	
	(počet)	(%)	(v tis. Kč)	(%)
do 1 %	43	39,1	99 411	8,6
< 1 až 10 %	29	26,4	230 565	19,8
< 10 až 30 %	11	10,0	48 806	4,2
< 30 až 50 %	2	1,8	120 800	10,4
< 50 až 75 %	3	2,7	145 649	12,5
< 75 až 99 %	13	11,8	443 402	38,2
< 99 až 100 %	9	8,2	73 441	6,3
Celkem	110	100,0	1 162 073	100,0

¹⁾ Údaje v tabulce jsou od 110 respondentů, 1 subjekt neuvedl podíl biopotravin na celkovém svém obratu.
Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

Následující graf 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 postupně pouští nejen „bio specialisté“⁸, ale také střední a velké potravinářské firmy. Z průzkumu ÚZEI mezi výrobci vyplývá, že u více jak poloviny aktivních výrobců se podíl biopotravin podílí na jejich celkovém obratu méně než 5 %. Pouze 15 % výrobců uvedlo, že podíl biopotravin na jejich celkovém obratu je vyšší než 90 %.



Graf 1 Struktura výrobců a rozdělení obratu z prodaných biopotravin dle podílu na celkovém obratu firmy, 2009

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

3.2.3. Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu výroby

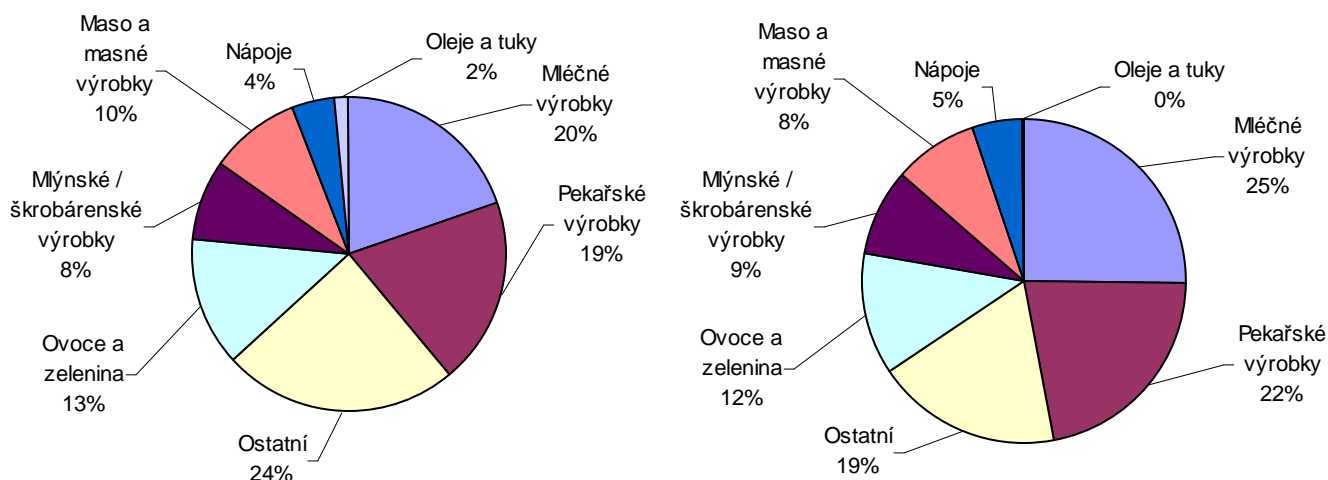
Kromě informace o celkovém obratu za biopotraviny byl u respondentů zjišťován také podíl hlavních kategorií potravin na tomto objemu výroby (dle mezinárodní klasifikace výrobků CPA, viz. příloha).

Dle zjištěných údajů největší díl z celkového obratu, který dosáhli všichni výrobci dohromady v roce 2009, zaujímala kategorie „Ostatní zpracované potraviny“⁹ (24,1 %; a to zejména podkategorie „káva a čaj“ s 41 % podílem). Následovaly kategorie „Mléko a mléčné výrobky“ (19,8 %) a „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ (19,1 %).

Vyjádřeno v nominální hodnotě, největší objem výroby dosáhla kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ (cca 280 mil. Kč), následovaná kategorií „Mléko a mléčné výrobky“ (cca 230 mil. Kč) a kategorií „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ (cca 222 mil. Kč). Stejně kategorie dominovaly také v roce 2008 (Graf 2 – vlevo rok 2009).

⁸ Bio specialista je zde míněn jako výrobce zaměřený převážně nebo výhradně na výrobu biopotravin.

⁹ Kategorie „Ostatní zpracované potraviny“ zahrnuje podkategorie: Cukr; Kakao, čokoláda a cukrovinky; Káva a čaj; Koření a aromatické výtažky; Hotové pokrmy; Homogenizované potravinářské přípravky a dietní potraviny; Ostatní jinde neuvedené potravinářské výrobky (viz. příloha zprávy).



Graf 2 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obrátu výroby v roce 2009 a 2008

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2009 a 2010

3.2.4. Uplatnění vyrobených biopotravin na trhu

Více než polovina výrobců (58 ze 111) uvedla, že veškeré biopotraviny prodá v ČR a dalších 29 výrobců na domácím trhu realizovalo minimálně 75 % ze svého obrátu. Tedy téměř 80 % výrobců uplatnilo většinu své výroby biopotravin na českém trhu. Pouze 6 výrobců prodává celou svou produkci mimo ČR (Tab. 7).

Zemí, kam čeští výrobci nejčastěji vyváží, je Slovensko (44 výrobců). Jedná se však o malé objemy (31 výrobců do 10 % a 11 výrobců do 30 % jejich celkového obrátu biopotravin). Tři firmy většinu své výroby vyváží do Německa, jedna firma na rakouský trh a pět firem do ostatních zemí EU. Malým podílem i objemem je zastoupeno Polsko a země mimo EU.

Z celkového obrátu výroby biopotravin v roce 2009 ve výši cca 1 162 mil. Kč se uplatnilo na českém trhu 810 mil. Kč, tedy téměř 70 % (73,6 % v roce 2008). Do zahraničí vyvezli čeští výrobci biopotraviny za přibližně 352 mil. Kč, tedy zbývajících 30 % celkového obrátu výroby.

Největší objem biopotravin v roce 2009 směřoval do Rakouska (cca 101 mil. Kč). Z výrobců s největším obrátem vyváží více do zahraničí zejména společnosti: Racio, s.r.o. (DE, mimo a ostatní EU), Sonnentor, s.r.o. (Rakousko), FRUJO, a.s. (DE), PRO-BIO, obchodní společnost s r.o. (SK a ostatní země EU), Kraft foods (ostatní EU) a Šterba Jan, Ing. (SK).

Tab. 7 Struktura vývozu výrobců biopotravin (počet a obrat) v roce 2009

Země	do 10%	< 10 až 30%	< 30 až 50%	< 50 až 75%	< 75 až 99%	100%	Celkem	Obrat z prodeje biopotravin (v tis. Kč)	Podíl (%)	
									2009	2008
Česká republika	7	2	4	5	29	58	105	810 556	69,7	73,6
Slovensko	31	11	2	0	0	0	44	56 974	4,9	3,7
Německo	2	3	0	1	3	0	9	71 862	6,2	4,7
Rakousko	3	0	0	1	1	1	6	100 961	8,7	1,2
Polsko	9	0	0	0	0	0	9	6 408	0,6	0,5
Ostatní EU	7	3	0	0	1	5	16	81 140	7,0	13,5
Mimo EU	2	1	0	1	0	0	4	34 212	2,9	2,9
Celkem								1 162 113	100,0	100,0

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2009 a 2010

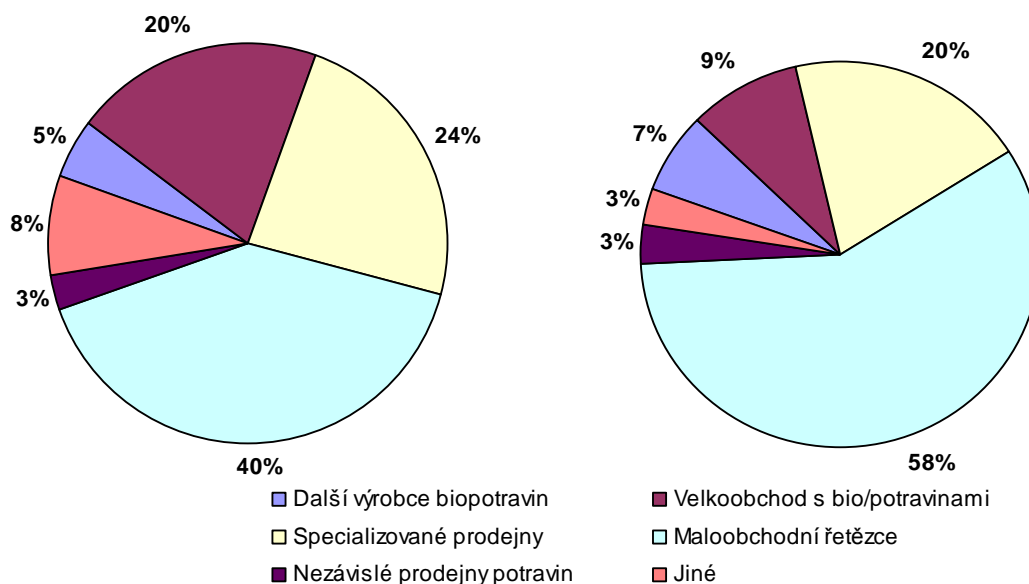
3.2.5. Způsob distribuce biopotravin uplatněný výrobci

K určení hlavních distribučních cest prodeje biopotravin a následnému stanovení celkové velikosti trhu (tj. objemu biopotravin nakoupenému konečnými spotřebiteli) bylo zjišťováno prostřednictvím kterých odbytových míst realizovali prodej biopotravin na českém trhu v roce 2009 samotní výrobci, a to v členění dle jednotlivých kategorií potravin.

Na českém trhu využívali výrobci k prodeji biopotravin nejčastěji maloobchodní řetězce (41 %), prodejny zdravé výživy a biopotravin (24 %) a velkoobchody (20 %). Nezávislé prodejny potravin si udržely 3% podíl z roku 2008. Významněji vzrostl podíl ostatních distribučních cest, a to zejména podíl přímého prodeje, lékáren, ale i gastronomie (8 %) (Graf 3 – vlevo rok 2009).

Z celkového obrátu za prodej vyrobených biopotravin mířilo zhruba 74 % přímo ke konečným spotřebitelům (tj. odhadem okolo 770 mil. Kč při uvažované průměrné 30 % obchodní marži), z toho nejčastěji prostřednictvím maloobchodních řetězců (54,7 %) a prodejen zdravé výživy a biopotravin (31,7 %).

Z detailní analýzy distribučních cest dále vyplývá, že maso a masné výrobky jsou téměř výhradně prodávány přes velkoobchody (72 % resp. 87 %). Ovoce a zelenina je kromě řetězců (55 %) prodávána výrazněji do specializovaných prodejen (20 %) a také velkoobchodů (10 %). Mléčné výrobky výrobci prodávají převážně přímo do maloobchodních řetězců (73 %), 14 % směřuje do velkoobchodu a 8 % do specializovaných prodejen zdravé výživy. Prodejny zdravé výživy dominují při prodeji olejů a tuků (65 %), nápojů (47 %) a ostatních zpracovaných potravinách (40 %). Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky míří shodně do prodejen maloobchodních řetězců i zdravé výživy (38 %, resp. 34 %), po 8 % pak do velkoobchodů a k dalšímu zpracování. Podobně je tomu i u mlýnských a škrobářenských výrobků.



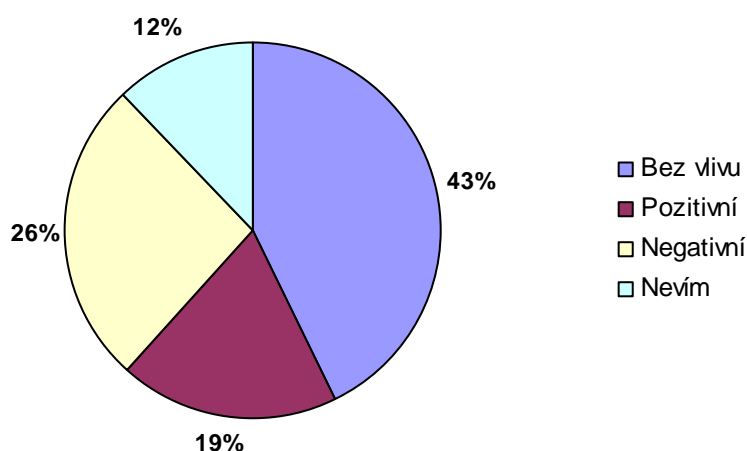
Graf 3 Podíl hlavních distribučních kanálů uplatňovaných výrobci v roce 2009 a 2008
Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2009 a 2010

3.2.6. Výsledky šetření názorů

Použití loga "biozebry" pouze pro bioprodukty a biopotraviny českého původu

V současnosti je diskutována možnost použití loga "biozebry" pouze pro bioprodukty a biopotraviny českého původu (tj. pocházející z českých surovin). Ostatní biopotraviny (vyrobené z dovezených surovin) by nesly pouze povinné logo Evropské unie. Součástí šetření bylo tedy také zjistit, jak se k této diskusi staví výrobci biopotravin.

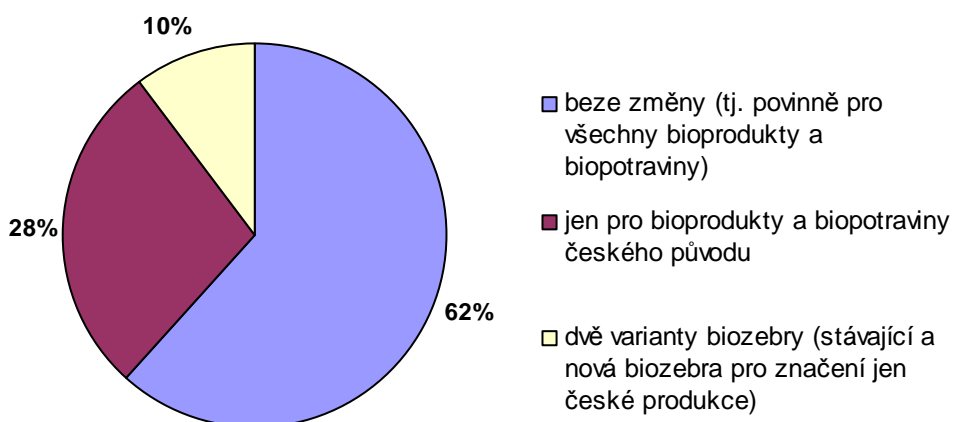
Na otázku „Jakým způsobem by právní omezení používání současného loga "biozebry" jen pro bioprodukty/biopotraviny českého původu ovlivnilo Vaši firmu?“ byly získány tyto odpovědi (Graf 4): 42,7 % výrobců předpokládá, že by tato změna neměla na jejich firmu žádný vliv. Čtvrtina dotázaných výrobců vyjádřila, že uplatnění změny by na jejich firmu působilo negativně, 19,1 % zhodnotilo vliv naopak za pozitivní a 12,4 % na tuto problematiku nemá názor.



Graf 4 Vliv změny užití loga "biozebry" jen pro bioprodukty/biopotraviny českého původu

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

V návaznosti na předchozí otázku se největší část respondentů z řad výrobců, tj. více než 62 %, vyjádřilo, že nechťejí žádné změny související s označováním biopotravin v souvislosti s původem surovin.

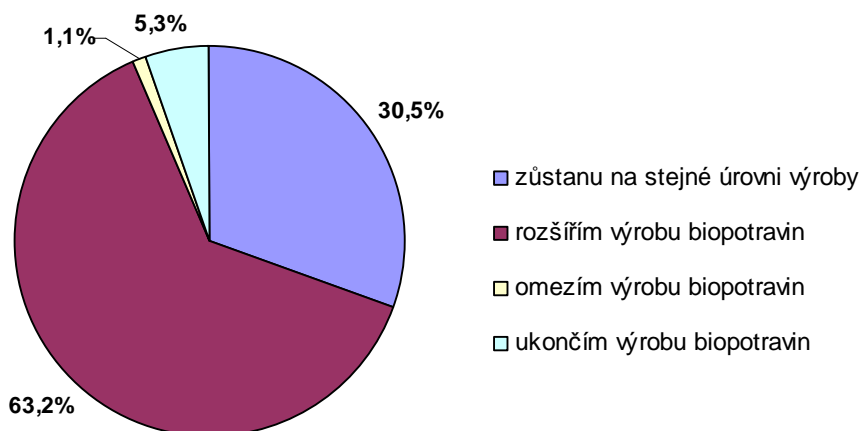


Graf 5 Nejvýhodnější varianta možného budoucího používání loga "biozebry"

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

Plány do budoucna

Vyjádření výrobců biopotravin ke svým plánům do budoucna (v horizontu 5ti let) je jistě pozitivní, neboť téměř 93,7 % plánuje buď zůstat na stejné úrovni (30,5 %) nebo výrobu ještě rozšířit (63,2 %). Pouze 6 respondentů hodlá omezit nebo ukončit výrobu biopotravin.



Graf 6 Plány do budoucna s ohledem na výrobu biopotravin

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

Přání a doporučení

Na otázku „Pokud byste měl/a vyslovit nějaká přání a doporučení pro zlepšení situace na českém trhu s biopotravinami, která by to byla“, uvedli respondenti následující návrhy:

Oblast propagace

- větší mediální podpora českých bio zemědělců/výrobců biopotravin/BIO potravin ze strany MZe (více farmářských bio trhů, zaměření se na český původ biopotravin),
- větší osvěta ze strany těch, kteří jsou odpovědní za zdravotní stav lidí,
- zvýšit efektivnost současné propagace,
- více moderní lifestylové propagace,
- podpořit publikování populárně-vědeckých informací pro širokou veřejnost, podpořit spojení výzkumu a praxe, zlepšit komunikaci v sektoru "bio" s médii.

Oblast podpory

- podpořit výrobce konkrétními zvýhodněními (např. na daních) tak, aby výrobek mohl být pro spotřebitele levnější; nestačí dávat peníze jen marketingovým firmám,
- větší podpora pěstitelům a producentům BIO produktů českého původu,
- větší podpora malých producentů,
- zrušit možnost souběžného ekologického a konvenčního hospodaření, zakázat možnost krytí ekologických travních porostů konvenčním dobyt看kem, zrušit podporu v přechodném období (zneužíváno subjekty, které opakovaně začínají "hospodařit"), zamezit zneužívání biozemědělství pouze jako cesty k bodům u investičních projektů a "mladých" zemědělců.

Oblast administrativy

- zavést jednotná pravidla a neměnit je,
- zavést shodné podmínky a pravidla jako v jiných zemích EU pro zpracování a prodej biopotravin přímo z farmy – snížit neúměrný počet kontrol,
- omezení byrokratických překážek obecně,
- kontrolovat dovážené biovýrobky (omezit klamavému značení konvenčních produktů).

Oblast marketingu

- podpořit vznik řetězce marketů s biopotravinami (jako např. RWE v Německu) - zlevnění biopotravin,
- snažit se ovlivnit strategie řetězců, i když hlavní je a bude spotřebitel,
- založení odbytových družstev zvláště pro obchodování s řetězci,
- snížení neúměrně vysokých marží,
- zlepšit kvalitu biopotravin i bioproduktů a zvýšit počet dodavatelů,
- zlepšit podporu prodejnosti BIO výrobků a férový přístup k dodavatelům a producentům napříč obchodními procesy, zvláště se strany řetězců.

4. Distribuce biopotravin v ČR v roce 2009

Druhou významnou skupinou pro rozvoj trhu s biopotravinami jsou distributoři, neboli subjekty uvádějící biopotraviny nebo bioprodukty do oběhu včetně vývozu a dovozu bez jakéhokoli dalšího zpracování¹⁰. Jedná se zejména o dovozce, regionální i celostátní distributory a velkoobchodníky.

4.1. Počet a struktura distributorů biopotravin

Počet všech registrovaných distributorů ke konci roku 2010 vzrostl na 186 provozoven (resp. 172 subjektů), což představuje pouze minimální nárůst vzhledem k 184 provozovnám (resp. 168 subjektům) registrovaným k 31. 12. 2009. Během roku 2010 ukončilo svou činnost 47 distributorů biopotravin naopak nově do obchodu vstoupilo 51 subjektů, což představuje nárůst o pouhé 2,4 % proti roku 2009. K konci roku 2008 bylo registrováno celkem 151 provozoven, resp. 137 subjektů.

Na trhu s biopotravinami navíc působí velký počet subjektů zabývajících se maloobchodním prodejem (tj. maloobchodní řetězce, obchody zdravé výživy apod.), tyto se však dle zákona o ekologickém zemědělství od roku 2006 nemusí registrovat. Odhadem se jedná o přibližně 2 000 maloobchodních prodejen potravin. V současné době jsou biopotraviny nabízeny všemi nadnárodními maloobchodními řetězci s výjimkou prodejen Lidl (tj. cca 1 300 prodejen), některými českými družstevními prodejny působícími pod značkou COOP (přibližně 300 prodejen), dalšími nezávislými prodejními sítěmi (např. Brněnka, Hruška) a prodejny a několika stovkami prodejen zdravé výživy a biopotravin (odhadem 300 prodejen).

Důležitým odbytovým místem pro biopotraviny jsou lékárny, jejichž počet je odhadován na 2 000 a kde spotřebitelé kupují především biopotraviny pro děti a kojence, dětské čaje a bio doplňky stravy.

Tab. 8 Počet maloobchodníků nabízejících biopotraviny v roce 2009

Bioprodejny/prodejny zdravé výživy	Nezávislé prodejny	Maloobchodní řetězce	Lékárny
300 (odhad: zdrojem byl počet prodejen, uváděných největšími velkoobchodníky)	200 (odhad: zdrojem byl počet prodejen, uváděných největšími velkoobchodníky)	10 společností, 1 300 prodejen Ahold (Albert super a hypermarket), Billa, COOP, Globus, Interspar, Kaufland, Penny, Tesco + drogistické řetězce: dm drogerie a Rossmann	2 000 (odhad dle počtu lékárenských sítí v ČR a počtu odběratelů některých výrobců - Hipp Czech s.r.o.)

Zdroj: Green marketing

Tab. 9 Přehled maloobchodních řetězců působících v ČR s nabídkou biopotravin v roce 2009

Název MO	Formát	Počet provozoven	Počet biopotravin v sortimentu	Vlastní značka biopotravin
Albert supermarket	Supermarket	280	136	Albert bio
Albert hypermarket	Hypermarket		264	Albert bio
Billa	Supermarket	199	162	Ja!Natürlich / Naše Bio
COOP	Supermarkety, menší prodejny	400	65	-

¹⁰ Za zpracování je považováno i pouhé zabalení nebo označování biopotravin.

Globus	Hypermarket	13	341	-
Interspar	Hypermarkety a supermarkety	34	319	NaturPur
Kaufland	Hypermarket	87	228	Little Bee
Penny	Diskontní prodejna	300	58	Biostyle, BabyTime
Tesco	Hypermarket, supermarket, obchodní dům	106	235	Tesco Organic
dm drogerie	Drogistický řetězec	190	488	Alverde-kosmetika
Rossmann	Drogistický řetězec	109	30	EnerBio

Zdroj: Green marketing - Cenový BIOMonitor

4.2. Rozsah distribuce biopotravin

V rámci dotazníku bylo snahou odpovědět zejména na následující otázky:

- Kolik je aktivních distributorů biopotravin?
- Jaký podíl tvoří bioprodukty/biopotraviny z dovozu a jaké jsou hlavní důvody pro jejich dovoz?
- 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?

4.2.1. Podíl distribuovaných bioproduktů a biopotravin z dovozu

Dle získaných údajů byly v roce 2009 dovezeny registrovanými distributory biopotraviny v hodnotě cca 338 mil. Kč (tj. 86 % jejich celkového obratu prodeje). V tomto objemu však není zahrnut dovoz biopotravin samotnými maloobchodními řetězci, který je odhadován na zhruba 330 mil. Kč.

Do ČR míří zejména hotové výrobky ze západní Evropy, nejčastěji Německa a Rakouska. Dováží se biopotraviny běžné denní spotřeby, jako například dětské a kojenecké přesnídávky (tvoří až 83 % celkové hodnoty dovozu do ČR), těstoviny, mléčné výrobky, zpracované ovoce a zelenina, ovocné a zeleninové šťávy, káva a čaj, koření, cukrovinky. Značná část čerstvého ovoce a zeleniny nabízené v maloobchodních řetězcích také pochází z dovozu. Ovoce a zelenina se nejčastěji dováží z Německa, Itálie a Holandska.

Mezi největší importéry patřily v roce 2009 firmy: Hipp Czech s.r.o., Country Life s.r.o., PRO-BIO obchodní společnost s r.o., Štěrbá Jan, Ing., Čerozfrucht, s.r.o., bio nebio s.r.o., Lifefood Czech Republic s.r.o., EXCELLENT PLZEŇ s.r.o. nebo Fair Trade Centrum s.r.o. (uvedeny jsou i společnosti, které realizují souběžně výrobu i distribuci biopotravin a jejichž obraty jsou zahrnuty již v rámci výrobců biopotravin). Na dovozech se značně podílí sami maloobchodníci. Tesco Stores ČR a.s. dováží do ČR své biopotraviny značky „Tesco Organic“, Kaufland dováží dětskou biovýživu „Little Bee“, dm drogerie výrobky společnosti Alnatura, SPAR Česká obchodní společnost s.r.o. dováží výrobky vlastní značky „SPAR NaturPur“, Billa dováží z Rakouska několik výrobků „Ja!Natürlich“ a Rossmann dovážel v roce 2009 výrobky značky „Enerbio“.

V dotazníkovém šetření bylo zjišťováno, jaké důvody vedou distributory k dovozu biopotravin a bioproduktů ze zahraničí. Nejčastějším důvodem distributorů pro dovoz zůstává „nedostatečná nabídka bioproduktů/biopotravin na domácím trhu“. Tento důvod však zahrnuje i dovoz biopotravin, které nelze v našich přírodních podmínkách vyprodukovat a tím pádem je jejich dovoz nutností. V roce 2009 stoupl při dovozu výrazně vliv „dlouhodobých odběratelsko-dodavatelských vztahů“, který byl navíc zmíněn i v kategorii „jiné...“ jako

dovoz biopotravin vyrobených nebo vybraných mateřským podnikem v zahraničí. Proti předchozímu roku také výrazně posílil faktor „lepších služeb zahraničních dodavatelů“ (Tab. 10).

Tab. 10 Důvody dovozu biopotravin v letech 2008 a 2009

Důvody dovozu biopotravin	Pořadí dle četnosti odpovědí (%)	
	2008	2009
Nedostačené množství nebo neexistence bioproduktů/biopotravin na domácím trhu	41,3	34,5
Existující dlouhodobé odběratelsko-dodavatelské vztahy	22,1	33,3
Jiné, uveďte:	17,3	12,6
Vyšší kvalita bioproduktů/biopotravin ze zahraničí	9,6	6,9
Nižší cena bioproduktů/biopotravin v zahraničí	7,7	4,6
Lepší služby zahraničních dodavatelů	1,9	8,0
Kratší vzdálenost od producenta/dodavatele	0,0	0,0

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2009 a 2010

4.2.2. Rozsah distribuce biopotravin

V rámci šetření uvedli respondenti z řad registrovaných distributorů biopotravin celkový obrat v roce 2009 ve výši 392 mil. Kč (v roce 2008 to bylo 267 mil. Kč). Jedná se o obrat 38 subjektů bez zahrnutí společností realizujících souběžně výrobu i distribuci biopotravin¹¹.

Z pohledu rozsahu distribuce (tj. obratu za biopotraviny) zůstává nejvíce zastoupenou kategorií skupina podniků s obratem mezi 2 až 5 mil. Kč (spadá sem více jak třetina všech distributorů, viz. Tab. 11). Při srovnání výše obratu dominuje jednoznačně kategorie podniků s obratem nad 100 mil. Kč, kdy pouze 1 firma realizuje přes 70 % (téměř 60 % v roce 2008) z celkového finančního objemu distribuce biopotravin v ČR. Toto dominantní postavení si drží společnost Hipp Czech s.r.o., která je absolutně největší firmou na českém trhu¹².

Tab. 11 Struktura distributorů dle velikosti obratu za biopotraviny v roce 2009

Kategorie dle obratu za biopotraviny	Distributoři biopotravin		Obrat za prodej biopotravin	
	(počet)	(%)	(v tis. Kč)	(%)
do 100 tis.	1	2,6	100	0,0
< 100 tis. až 500 tis.	6	15,8	1 189	0,3
< 500 tis. až 1 mil.	6	15,8	3 858	1,0
< 1 mil. až 2 mil.	5	13,2	8 954	2,3
< 2 mil. až 5 mil.	13	34,2	37 972	9,7
< 5 mil. až 10 mil.	5	13,2	39 842	10,2
< 10 mil. až 20 mil.	1	2,6	20 000	5,1
< 20 mil. až 50 mil.	0	0,0	0	0,0
< 50 mil. až 75 mil.	0	0,0	0	0,0
< 75 mil. až 100 mil.	0	0,0	0	0,0
nad 100 mil.	1	2,6	280 000	71,4
Celkem	38	100,0	391 914	100,0

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

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 obratu (přes 28 %

¹¹ Do této kategorie patří i oba v ČR působící velkoobchodníci s biopotravinami, společnost Country Life s.r.o. (přes 1 300 bio položek v katalogu) a PRO-BIO, obchodní společnost s.r.o. (cca 900 bio položek). Obrat těchto společností je zahrnut celý v obratu výrobců biopotravin, jelikož nebylo vyplněno, kolik z jejich celkového obratu tvoří skutečná výroba a kolik pouze distribuce biopotravin.

¹² Měřeno obratem z prodeje biopotravin.

subjektů), tak i obchodníci, kteří mají biopotraviny pouze jako doplňkové zboží ve své nabídce (tj. téměř 61 % subjektů uvedlo, že prodej biopotravin u nich tvoří méně než 10 % jejich celkového obratu) (Tab. 12). Distribucí biopotravin se tedy zabývají převážně společnosti, které nabízejí biopotraviny jen jako doplňkový sortiment zahrnující pouze několik vybraných bio položek. Tyto podniky uvedly na trh, po vyloučení obratu dominantní společnosti Hipp Czech s.r.o., téměř 62 % celkového obratu prodeje, přičemž 12 podniků (31,6 % ze 38 odpovědí) uvedlo, že se prodej biopotravin podílí na jejich celkovém obratu maximálně 1 %.

Tab. 12 Struktura distributorů dle podílu obratu za biopotraviny na celkovém obratu, 2009

Kategorie dle podílu biopotravin na celkovém obratu	Distributoři biopotravin		Obrat za prodej biopotravin		
	(počet)	(%)	(v tis. Kč)	(%)	(%) ²
do 1 %	12	31,6	16 225	4,1	14,5
< 1 až 10 %	11	28,9	52 739	13,5	47,1
< 10 až 30 %	3	7,9	11 509	2,9	10,3
< 30 až 50 %	0	0,0	0	0,0	0,0
< 50 až 75 %	1	2,6	700	0,2	0,6
< 75 až 99 % ¹	7	18,4	305 512	78,0	22,8
< 99 až 100 %	4	10,5	5 230	1,3	4,7
Celkem	38	100,0	391 915	100,0	100,0

¹⁾ Kategorie ovlivněna obratem dominantní společnosti Hipp Czech s.r.o.

²⁾ Struktura distributorů bez obratu společnosti Hipp Czech s.r.o.

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

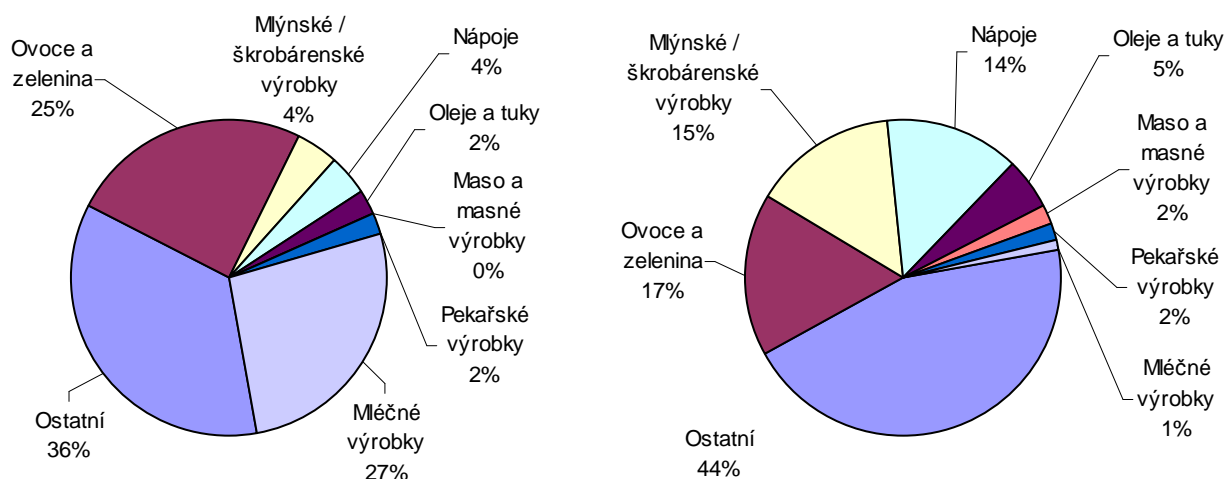
K největším distributorům z pohledu obratu za prodej biopotravin v roce 2009 patřila jednoznačně společnost Hipp Czech s.r.o. (téměř 3/4 celkového obratu distributorů), následovaná společnostmi BOKADA s.r.o., EXCELLENT PLZEŇ s.r.o., Svaz výrobců mléka, Fair Trade Centrum s.r.o., AZ - fruit, s.r.o., PFANNER, spol. s r.o. a FRoSTA ČR s.r.o. Do kategorie významných distributorů patří samozřejmě také společnosti 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).

4.2.3. 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 objemu. Dle zjištěných údajů jsou obchodovány převážně „Ostatní zpracované potraviny“ (81 % podíl na celkovém obratu distribuce ve výši 318 mil. Kč). V rámci této kategorie se jedná zejména o distribuci hotových pokrmů – dětských výživ společností Hipp Czech s.r.o. Po vyloučení této společnosti zůstávají „Ostatní zpracované potraviny“ dominantní obchodovanou kategorií potravin s podílem 36 % (podobě jako v roce 2008, viz.

– vlevo rok 2009), a hlavními podkategoriemi se stávají „kakao, čokoláda a cukrovinky“ a „káva a čaj“.

Z grafu níže je také patrná významná změna v sortimentu distribuovaných biopotravin směrem k distribuci mléka a mléčných výrobků (nárůst na 27 % v roce 2009), na úkor nápojů a mlýnských a škrobářenských výrobků.



Graf 7 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu distribuce v roce 2009 a 2008

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

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2009 a 2010

4.2.4. Uplatnění distribuovaných biopotravin na trhu

Většina distributorů uplatňuje svůj biosortiment na českém trhu. Veškeré biopotraviny prodali na domácím trhu dvě třetiny distributorů, minimálně 75 % sortimentu prodalo dokonce 84,2 % distributorů (tj. 32 z celkového počtu 38). Celkem na českém trhu skončilo 96 % z celkového obratu všech distributorů v hodnotě 377 mil. Kč (95 % a 253 mil. Kč v roce 2008). Pouze 2 distributoři prodávají celou svou nabídku mimo ČR.

Další zemí, kde distributoři uváděli do oběhu své biopotraviny, je Slovensko. Zde se ovšem utrhá pouze 1 % z celkového obratu distributorů (Tab. 13). Tři distributoři vyváželi biovýrobky do Německa (jeden 100 % objemu) v celkovém objemu cca 4,5 mil. Kč; jeden distributor exportoval do Rakouska a největší objem (6,2 mil. Kč) byl vyvezen do ostatních zemí EU.

Tab. 13 Struktura vývozu distributorů biopotravin (počet a obrat) v roce 2009

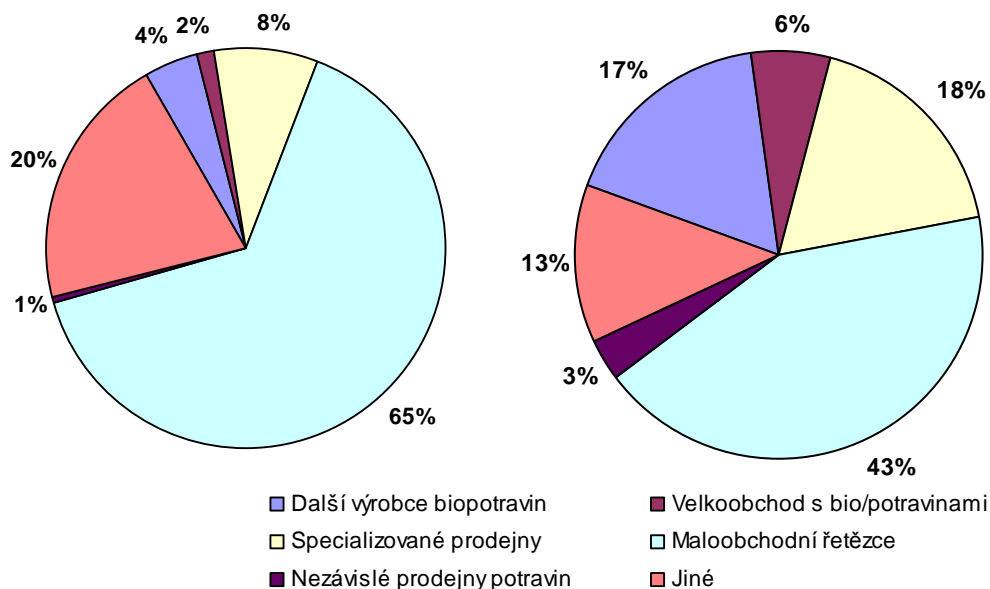
Země	do 10%	<10 až 30%	<30 až 50%	<50 až 75%	<75 až 99%	100%	Celkem	Obrat (tis. Kč)	Podíl (%)	
									2009	2008
ČR	1		2	1	7	25	36	376 896	96,2	94,8
Slovensko	5	4					9	3 952	1,0	1,5
Německo		1			1	1	3	4 550	1,2	3,6
Rakousko				1			1	333	0,1	0,0
Polsko							0	0	0,0	0,0
Ostatní EU		1	1		1		3	6 184	1,6	0,1
Mimo EU							0	0	0,0	0,0
Celkem								391 914	100,0	100,0

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2009 a 2010

4.2.5. Způsob distribuce biopotravin uplatněný distributory

Stejně jako u výrobců, byly i u distributorů zkoumány distribuční cesty při prodeji hlavních kategorií biopotravin. Specifikaci distribučních cest uplatněných v rámci domácího trhu uvedlo celkem 36 respondentů pro obrat zhruba 375 mil. Kč (jen zhruba 0,7 % celkového obratu nebylo specifikováno).

Z tohoto obratu mířilo ke konečným spotřebitelům zhruba 94 % (tj. okolo 458 mil. Kč při uvažované průměrné 30% obchodní marži), a to 64,6 % prostřednictvím maloobchodních řetězců, 8,2 % přes obchody zdravé výživy, 0,8 % přes nezávislé/neřetězcové prodejny potravin a 20,4 % v rámci ostatních cest jako gastronomie, lékárny či přímý prodej. V rámci těchto cest dominuje prodej biopotravin přes lékárny s 19,2 % podílem. Naopak k dalšímu zpracování či jinému obchodníkovi míří jen okolo 4,3 % resp. 1,6 % obratu (Graf 8).



Graf 8 Podíl hlavních distribučních kanálů uplatněných distributory biopotravin v roce 2009

Pozn. Graf vpravo uvádí strukturu distribučních cest po vyloučení obratu společnosti Hipp Czech s.r.o.

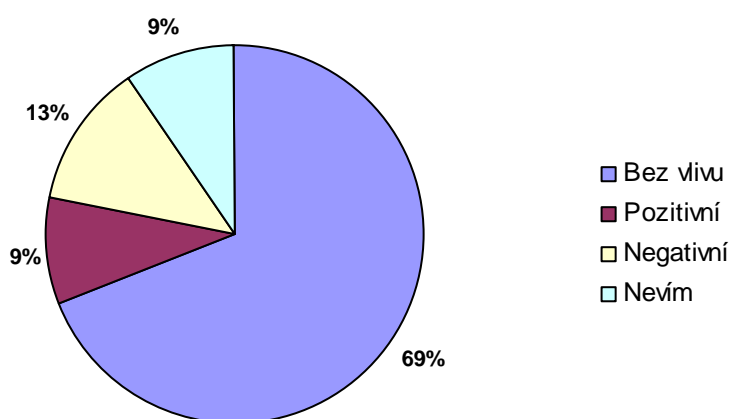
Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

Struktura distribučních cest, zejména pak nárůst podílu prodeje přes lékárny, je však opět výrazně ovlivněna dominující společností Hipp Czech s.r.o. Po vyloučení obratu této společnosti dostaneme mírně rozdílnou a vyrovnanější strukturu distribuce, kdy vzrůstá význam prodeje přes specializované prodejny, nezávislé prodejny i velkoobchody potravin na úkor maloobchodních řetězců a lékáren (Graf 8 – pravá část). Oproti výrobcům byly distributory využity v daleko menším rozsahu velkoobchody, méně pak také specializované prodejny, naopak vzrostl prodej ostatním výrobcům k dalšímu zpracování (zejména distribuce mléka a mouky). Meziroční srovnání ukazuje u distributorů pokles významu prodeje přes nezávislé prodejny potravin a dále velkoobchody.

4.2.6. Výsledky šetření názorů

Použití loga "biozebry" pouze pro bioprodukty a biopotraviny českého původu

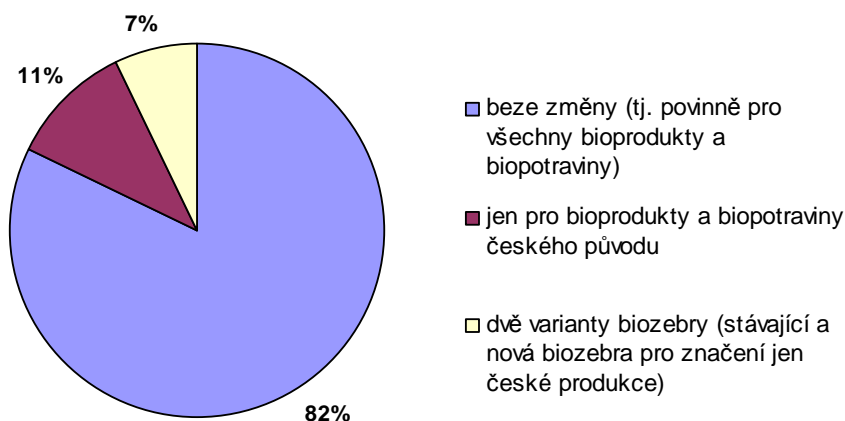
V souvislosti s diskuzí o možnosti změny užívání loga „biozebry“ pouze pro bioprodukty a biopotraviny českého původu bylo ze šetření mezi distributory zjištěno, že největší část distributorů (68,8 %) předpokládá, že by tato změna neměla pro jejich firmu žádný vliv. Pro 12,5 % dotázaných by změna měla negativní vliv, zatímco pro 9,4 % pozitivní. Svůj názor na tuto problematiku nemá 9,4 %.



Graf 9 Vliv změny užití loga "biozobra" jen pro bioprodukty/biopotravinu českého původu

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

Z předchozí otázky vyplynulo, že změna loga by neměla vliv na úspěchy distribučních firem. Navíc se 82,1 % distributorů vyjádřilo, že nechtějí žádné změny související s označováním biopotravin v souvislosti s původem surovin.

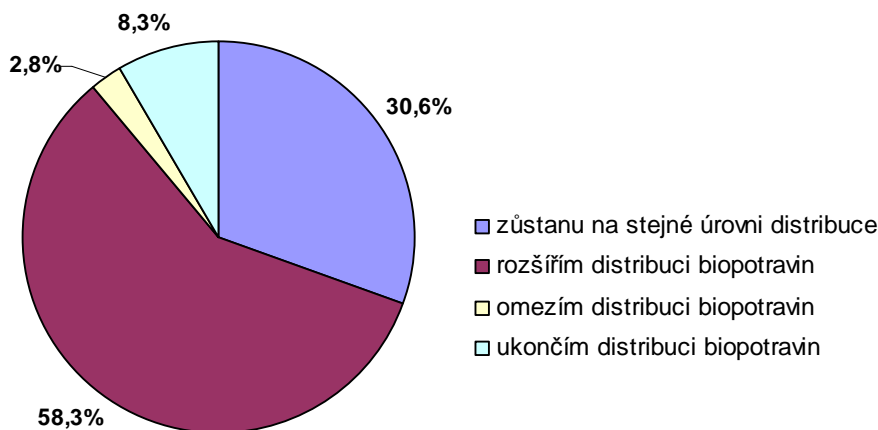


Graf 10 Nejvýhodnější varianta možného budoucího používání loga "biozobra"

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

Plány do budoucna

Ačkoliv došlo k mírnému meziročnímu snížení podílu distributorů, kteří hodlají působit na trhu i v budoucích 5ti letech (z 94 % na 88,9 %), lze stále hodnotit situaci pozitivně, neboť srovnatelný podíl distributorů jako v roce 2008 (58,3 %) plánuje prodej biopotravin rozšířit. Pouze 8,3 % zvažuje ukončení distribuce biopotravin.



Graf 11 Plány do budoucna s ohledem na distribuci biopotravin

Zdroj: Statistické šetření ÚZEI 2010

Přání a doporučení

Na otázku „Pokud byste měl/a vyslovit nějaká přání a doporučení pro zlepšení situace na českém trhu s biopotravinami, která by to byla“, uvedli respondenti následující návrhy:

Oblast propagace

- výraznější státní podpora a osvěta zákazníků prostřednictvím účinné/efektivní cílené kampaně (větší propagace biopotravin),
- větší regionální úsilí o propagaci zdravého stravování/místních prodejen a obchodníků, kteří usilovně pracují na zavádění zdravých potravin na trh, a to nejen bio,
- podpora a rozšíření kvalitních bioproduktů v ČR obecně (více vzdělávat a informovat české spotřebitele o prospěšnosti BIO potravin, zcela chybí osvěta mezi spotřebiteli),
- cílené budování pozitivního vnímání a důvěryhodnosti značky bio mezi zákazníky (větší odlišení bio od konvenčních potravin, zavedení pouze jednoho evropského loga – jasnější pro zákazníka).

Oblast podpory

- větší podpora výrobcům s důrazem na kvalitu a ne na kvantitu.

Oblast administrativy

- méně byrokracie,
- zvýšení kontroly skutečné pravosti BIO původu,
- snížení daní pro producenty bioproduktů a biopotravin,
- zamezit neustálým změnám legislativy (zvyšuje náklady na výrobek).

Oblast marketingu

- zajistit dostupnost informací o producentech bioproduktů jak v ČR, tak v okolních státech,
- zlevnit biopotraviny: bioprodukce je stále příliš drahá a tudíž nedostupná pro většinu spotřebitelů, je nutné zajistit snížení ceny biopotravin tak, aby byly dostupné i lidem s průměrnými příjmy.

5. Celková situace na trhu s biopotravinami v ČR v roce 2009

Tato kapitola shrnuje získané údaje od výrobců a distributorů a doplňuje expertními odhady za chybějících subjekty, resp. části trhu a tím se snaží odhadnout celkovou velikost trhu s biopotravinami v ČR v roce 2009.

Celkový obrat s biopotravinami českých subjektů včetně vývozu dosáhl v roce 2009 přibližně 2,13 mld. Kč, z toho vývoz činil 367 mil. Kč (17 %).

Na českém maloobchodním trhu¹³ byly biopotraviny v roce 2009 prodány za přibližně 1,68 mld. Kč, tj. včetně odhadu obratu za výrobce a distributory, kteří nevyplnili dotazník a dále odhadu obratu za biopotraviny importované samotnými maloobchodními řetězci. V gastronomických provozech byl dosažen obrat za biopotraviny přes 14 mil. Kč a obrat přímého prodeje¹⁴ dosáhl téměř 70 mil. Kč.

Spotřebitelé tedy za biopotraviny v roce 2009 utratili dle šetření ÚZEI okolo 1,77 mld. Kč, což je zhruba stejně jako v roce 2008. Průměrná roční spotřeba na obyvatele činila necelých 200 Kč a v případě přepočtu průměrné roční spotřeby na zaměstnané osoby v roce 2009¹⁵ dosáhla tato hodnota výše 359 Kč. Podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů dosáhl 0,71 % (podobně jako v roce 2008).

5.1. 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 není navíc zcela jednoznačná. Za domácí „českou“ bioprodukcí lze považovat pouze tu vyrobenou čistě z domácích surovin (tj. dle definice nového nařízení EU, které umožňuje označit biopotravinu jako „produkcí ČR“ jen pokud všechny (min. 98 %) složky zemědělského původu využité při výrobě biopotraviny pocházejí z ČR. Nebo-li pouze 2% surovin zemědělského původu smí pocházet z jiné oblasti.). Druhým extrémem je situace, kdy za domácí bioprodukcí je považována ta produkce, u které je poslední krok zpracování (tedy včetně přebalení do spotřebitelského balení či označení logem) proveden na území ČR, tzv. vyrobeno v ČR.

Jedním z cílů nově přijatého Akčního plánu pro EZ je zvýšit podíl českých biopotravin na domácím trhu až na 60 %, proto bylo snahou odhadnout také podíl dovozu na celkovém prodeji biopotravin v ČR.

Při zahrnutí dovozu pouze finálních biopotravin distributory a samotnými maloobchodními řetězci (tj. bez zahrnutí dovozu bioproduktů a biopotravin určených k dalšímu zpracování), je tento odhadován ve výši 770 mil. Kč (46 % maloobchodního obratu v ČR). Pokud přičteme navíc hodnotu dovozu bioproduktů či biopotravin, které jsou na území ČR dále zpracovávány, vzroste tento údaj na téměř 1,2 mld. Kč, což představuje 68 % celkové spotřeby biopotravin v ČR v roce 2009. Je třeba ale zdůraznit, že hodnota dovážených a následně zpracovávaných biosurovin byla pouze odhadována a bude třeba ji zpřesnit v dalších letech.

¹³ tj. v prodejnách nadnárodních maloobchodních řetězců včetně drogistických, nezávislých prodejnách potravin i českých prodejnách maloobchodních sítí, v prodejnách biopotravin a zdravé výživy a lékárnách

¹⁴ tj. všech forem přímého prodeje včetně podnikových prodejen, tržnic apod.

¹⁵ Počet zaměstnaných v roce 2009: 4 934,3 mil. obyvatel, zdroj ČSÚ.

5.2. Poptávka po biopotravinách

Na českém trhu biopotravin je s podílem 42 % na celkovém maloobchodním obratu největší zájem o „Ostatní zpracované potraviny“, z čehož téměř polovinu tvoří hotové pokrmy typu dětských výživ. Druhou nejúspěšnější kategorií je „Mléko a mléčné výrobky“ (20 %) a třetí „Ovoce a zelenina“, zahrnující taktéž ovocné a zeleninové šťávy (10 %). Pod 10 % obratu tvořily „Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky“ (9 %), „Maso a masné výrobky“ (8 %) a „Mlýnské a škrobářenské výrobky“ (6 %). Nejmenší podíl v obchodech zaujímaly „Nápoje“ (4 %) a „Oleje a tuky“ (1 %).

Vzhledem k uplatnění jiné klasifikace kategorií potravin není možné provést přímé meziroční srovnání vývoje. Z dostupných údajů lze však konstatovat, že k největšímu nárůstu došlo u kategorie „Ostatní zpracované potraviny“, zejména díky nárůstu prodeje dětských výživ.

5.3. Způsob distribuce biopotravin

Biopotraviny jsou v ČR prodávány několika způsoby. Tím stále nejběžnějším je prodej přes maloobchodní řetězce (68,6 %) a dále přes prodejny biopotravin a zdravé výživy (17,3 %). Narůstá trend prodeje v lékárnách a v posledních letech byl zaznamenán významný růst přímého prodeje. Popis jednotlivých distribučních kanálů na českém trhu biopotravin je uveden v dalším textu.

Maloobchodní řetězce, včetně drogistických

Dle získaných údajů od výrobců, distributorů a maloobchodních řetězců dosáhl obrat biopotravin v nadnárodních maloobchodních řetězcích v ČR (vč. sítě prodejen dm drogerie markt, s.r.o. a Rossmann) v roce 2009 okolo 1,2 mld. Kč, což je 68,6 % na celkovém maloobchodním obratu.

Nezávislé prodejny potravin, domácí maloobchodní síť

Obrat za biopotraviny realizovaný prostřednictvím běžných neřetězcových prodejen potravin činil v roce 2009 přes 41 mil. Kč, což je 2,4 % celkového maloobchodního obratu. V prodeji dominovaly dvě kategorie „Maso a masné výrobky“ a „Ostatní zpracované potraviny“, obě s podílem 26 %.

Prodejny biopotravin a zdravé výživy

Prostřednictvím prodejen biopotravin a zdravé výživy se v roce 2009 prodalo biopotravin za zhruba 305 mil. Kč (17,3 % maloobchodního obratu). Hlavními prodávanými kategoriemi jsou jednoznačně „Ostatní zpracované potraviny“ (36% podíl), následované „Pekařskými, cukrářskými a jinými moučnými výrobky“ (17 %), dále pak s podobným podílem „Mlýnské a škrobářenské výrobky“ a „Ovoce a zelenina“ (13 % resp. 11 %).

Lékárny

Lékárny se dostávají do popředí zejména díky prodeji dětské biostravy patřící do kategorie „Ostatní zpracované potraviny“, která tvořila přes 97 % celkového obratu prodeje v ČR prostřednictvím lékáren. Tento obrat v roce 2009 dosáhl téměř 124 mil. Kč (7,0 % na obratu oproti 4,0 % v roce 2008).

Gastronomické provozy

Distribuce biopotravin přes gastronomické provozy je v ČR teprve na počátku svého vývoje. Dle našich odhadů a výsledků některých výzkumů odhadujeme, že biopotraviny pravidelně nebo občas používá několik stovek školních jídelen, několik stovek restaurací a několik desítek podnikových jídelen.

Lze tedy odhadnout, že výrobci dodali v roce 2009 do gastronomie biopotraviny za zhruba 10 mil. Kč, distributoři za další cca 0,9 mil. Kč. Odhadem obrat při uplatnění průměrné 30% marže ve stravovacích zařízeních dosáhl v roce 2009 výše přes 14 mil. Kč, tedy necelé jedno procento obratu (0,8 %).

Přímý prodej biopotravin

Do vyjádření celkové velikosti trhu s biopotravinami patří dále i obrat přímého prodeje konečným spotřebitelům, který zahrnuje zejména přímý prodej ze dvora (tj. z ekofarem), ale také ostatní formy přímého prodeje (např. přímý prodej od výrobce, distributora apod.). Dle získaných údajů dosáhl obrat v rámci těchto ostatních forem přímého prodeje v roce 2009 téměř 70 mil. Kč, tj. 3,9 % celkového obratu. Přímý prodej konečným spotřebitelům přímo z farem (ze dvora) nebyl součástí tohoto průzkumu, ale jeho výše okolo 10 mil. Kč vychází ze statistického šetření na ekofarmách, taktéž prováděného ÚZEI.

6. Závěr

Výsledky uvedené v této zprávě vycházejí z údajů získaných z výzkumu trhu biopotravin, který je od roku 2009 prováděn na Ústavu zemědělské ekonomiky a informací (ÚZEI) z pověření MZe. Sběr potřebných údajů a jejich analýza je prováděna ve spolupráci s Mgr. Tomášem Václavíkem z agentury Green marketing.

Vzhledem k mírně odlišné metodice sběru i vyhodnocování údajů na ÚZEI (př. odlišná klasifikace kategorií potravin aj.) není možné provést detailní srovnání s dřívějšími údaji prezentovanými agenturou Green marketing a jednoznačné hodnocení vývoje. Lze však konstatovat, že český trh s biopotravinami v roce 2009 udržel hodnoty z předešlého roku.

V příštích letech je očekáván opět pozvolný růst objemu prodeje biopotravin (pro rok 2010 minimálně ve stejné výši jaký zaznamenala spotřeba potravin v ČR celkem, tj. okolo 2 %). Předpokládá se růst spotřeby biopotravin zejména v rámci gastronomických zařízení a další zvýšení podílu přímého prodeje z farem. Přispět by k tomu měla i stále trvající podpora státu ve formě dotací či zvýhodnění poskytovaných pro ekologické zemědělce a výrobce v rámci Programu rozvoje venkova (2007-2013) a dále nový „Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015“ schválený na konci roku 2010. Jeho cílem je kromě dosažení 15% podílu ekologicky obhospodařované půdy na celkové zemědělské půdě ČR, také navýšení podílu biopotravin na celkové spotřebě potravin na 3 % proti současnému necelému 1 % a zvýšení podílu českých biopotravin na 60 %. K určitému zvýšení poptávky spotřebitelů po biopotravinách přispěla také celonárodní informační kampaň s názvem „Ekologické zemědělství a biopotraviny“ realizovaná v letech 2008 - 2010 za téměř 30 mil. Kč.

Pro další rozvoj trhu biopotravin zůstává klíčové zlepšit propagaci a prodej/marketing. Z pohledu propagace jde zejména o vzdělávání zákazníků týkající se prospěšnosti biopotravin a zdravého životního stylu obecně, budování pozitivního vnímání a důvěryhodnosti značky bio, zaměření se na český původ a regionálnost potravin, a to prostřednictvím účinné, cílené a dlouhodobé kampaně. V oblasti marketingu jde zejména o zlepšení transparentnosti distribuce a spolupráce na straně dodavatelů vedoucí ke zlevnění a tím zpřístupnění biopotravin široké veřejnosti.

Závěrem je připojeno poděkování všem osloveným výrobcům a distributorům, kteří vyplnili dotazník, poskytli ÚZEI cenné informace a přispěli k vytvoření této zprávy a přehledu o trhu s biopotravinami v ČR.

Příloha: 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 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