



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR

ODBOR KOMUNIKACE

Těšnov 17, 117 05 Praha 1

INFORMACE PRO TISK

Národní program podpory domácích potravin

Ministerstva zemědělství ČR

Cíl programu

Cílem Národního programu podpory domácích potravin, který vyhláší ministr zemědělství Jaroslav Palas, je podpora prodeje kvalitních českých a moravských potravinářských a zemědělských výrobků a jejich identifikace v očích spotřebitele formou udělování „značky domácí kvality“, kterou bude propůjčovat MZe. Podpora domácích potravinářských a zemědělských produktů je nezbytná i v souvislosti s předpokládaným vstupem do Evropské unie, protože své kvalitní výrobky takto podporují jak stávající členské země EU, tak i většina kandidátských zemí (např. Maďarsko, Polsko). Kdyby ČR takový program neměla, mohla by se po vstupu do EU ocitnout v konkurenčně nevýhodném prostředí.

Praktickým projevem programu bude označení kvalitních domácích výrobků logem, které by mělo být pro každého spotřebitele zárukou nadstandardní bezpečnosti a kvality těch potravinářských produktů, které splní předem definovaná kritéria. Ta jsou uvedena níže. Výrobky, které toto označení získají, budou mít přednost při propagaci organizované budoucí Marketingovou agenturou.

Logo označující kvalitu

MZe v současné době připravuje jednoduché, snadno zapamatovatelné pojmenování tohoto programu a pojmenování a grafickou podobu loga, které by se mělo objevit na obalech výrobků splňujících kritéria programu. Název programu a logo bude k dispozici na přelomu května a června 2003.

Poporu kvalitních českých a moravských potravin považuje Ministerstvo zemědělství za věc všech občanů České republiky. Proto ministr zemědělství Jaroslav Palas vyzývá všechny zájemce, aby se zúčastnili soutěže o název a logo označení kvalitních českých a moravských potravin. Výherce soutěže z řad amatérské veřejnosti dostane od ministerstva zemědělství jako odměnu tzv. plnou lednici po dobu jednoho roku, neboli možnost každý měsíc získat potravinářské zboží od vybraného českého nebo moravského výrobce v hodnotě 2.000.- Kč po dobu jednoho roku. Pokud bude vítězný návrh vybrán i pro profesionální zpracování loga,

vítěz dostane navíc honorář. Návrhy lze zasílat do 16. května 2003 na adresu Ministerstva zemědělství ČR, odbor komunikace. Viz přiložená výzva.

S udělením prvních značek kvality se počítá v podzimních měsících letošního roku

Známka by měla být udílena na dobu určitou, předpokládá se na tři roky (v případě vína a některých zemědělských produktů na jeden konkrétní rok), poté by byla možnost prodloužení. O známku musí výrobce žádat Ministerstvo zemědělství. Deklarovanou kvalitu a složení výrobků bude pro potřeby udělení značky posuzovat a po jejím udělení i následně kontrolovat Státní zemědělská a potravinářská inspekce, případně za pomoci SVS, odborných ústavů a regionálních pracovišť MZe. V případě porušení podmínek programu bude možné známku odebrat. Od 1. 1. 2004 bude známky spravovat vznikající Marketingová agentura – viz dále.

Sedm kritérií, na základě kterých bude „značka domácí kvality“ přidělována

Díky přísným a zároveň zcela transparentním podmínkám pro získání loga bude mít spotřebitelská veřejnost záruku, že každý takto označený výrobek pochází z níže stanoveného minimálního objemu tuzemských surovin a je stoprocentně zpracován v České republice. Při jeho výrobě byly bezvýhradně plněny stanovené technologické postupy a zároveň splňuje či překračuje všechny kvalitativní a bezpečnostní normy platné pro výrobu potravin v ČR a v Evropské unii. Program bude kontrolovat jednotlivé výrobky od jejich vzniku, přes zpracování a přepravu až po jejich prodej.

Uvedená kritéria budou zpracována podobně jako dotační tituly do přehledné podoby „Zásad“. Tyto zásady budou publikovány společně s představením loga a názvu značky.

Sedm navržených kritérií pro udělení značky:

1. Výrobce je fyzická nebo právnická osoba se sídlem na území ČR, která oceněný výrobek bude pravidelně dodávat do tržní sítě.
2. Spolu s přihláškou výrobce předloží technickou dokumentaci k danému výrobku, která bude obsahovat parametry jakosti a zdravotní nezávadnosti, požadavky na základní surovinu a hlavní znaky technologického postupu.
3. Přihlášený potravinářský výrobek musí splňovat požadavky zákona č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů v platném znění včetně prováděcích vyhlášek Ministerstva zemědělství k tomuto zákonu.
4. Žadatel musí být držitelem certifikátu ISO nebo certifikátu systému kritických bodů. Výrobce předloží certifikát vydaný certifikačním orgánem.
5. Spotřeba tuzemských surovin pro výrobu přihlášených potravin a zemědělských produktů musí splňovat následující podíly na celkové spotřebě surovin:
 - mléčné, masné, drůbeží, rybí a mlynářské výrobky, těstoviny, chléb a běžné pečivo – 90%
 - ostatní výrobky – 70%

U výrobků (např. nápojů) nebude při výpočtu procentického zastoupení surovin kalkulováno s přidanou vodou.

U výrobků, kde je nezbytné použít suroviny z dovozu, protože se v ČR nedají vyprodukovat zejména

- cukrovinky s obsahem kakaa, ořechů a suchých plodů,
- ovocné šťávy a džusy,
- výrobky z mořských ryb,

podíl domácí suroviny musí tvořit nejméně 40%.

6. Podíl národní práce na výrobě představuje 100%. Výrobce tuto skutečnost doloží čestným prohlášením.
7. Výrobce je povinen dodržovat pravidla správné výrobní a hygienické praxe u zpracovaných výrobků, respektive správné zemědělské praxe u zemědělských produktů. Tuto skutečnost prověří u potravinářských výrobců SZPI, u zemědělských podniků příslušná zemědělská agentura MZe.

Souvislosti se vznikající Marketingovou agenturou

Program, který realizuje Ministerstvo zemědělství ČR bude součástí aktivit vznikající Marketingové agentury, která zahájí svou činnost na počátku příštího roku a v podmínkách ČR bude představovat období systémové propagace národní potravinářské produkce, která je obvyklá ve všech členských zemích EU a ve většině kandidátských zemí. Náplní činnosti této agentury bude mimo jiné organizování akcí na podporu prodeje domácí potravinářské produkce nebo spolupráce při pořádání domácích i zahraničních výstav. V počáteční fázi bude přitom činnost Marketingové agentury finančně zajišťovat stát, postupně by ale měla agentura přejít na samofinancovatelný systém nebo na kombinované financování za účasti státu a zainteresované podnikatelské veřejnosti.

Pracovní skupina

Odborným garantem programu je pracovní skupina, kterou pro tvorbu marketingové strategie a přípravu marketingové agentury jmenoval ministr zemědělství Jaroslav Palas. Pracovní skupina je tvořena zástupci odborné veřejnosti ze sektoru zemědělství a potravinářství, má statut poradního orgánu ministra zemědělství a řídí ji jmenovaný zástupce Mze, náměstek ministra zemědělství pro potravinářství Rudolf Jánský. Cílem činnosti pracovní skupiny, která pracuje už dva měsíce, je zejména vytvořit obecnou marketingovou strategii resortu zaměřenou na podporu prodeje českých výrobků, dále navrhnout právní, odborné, finanční a personální rámce pro vznik marketingové agentury a předkládat návrhy na podporu prodeje českých zemědělských a potravinářských výrobků v roce 2003. Jedním z projektů je právě zavedení značky kvality pro české produkty. Pracovní skupina má za úkol zejména definovat kritéria, na základě kterých bude značka zemědělskému nebo potravinářskému výrobku udělena.

Známky kvality v EU

Všechny členské státy Evropské unie mají v současnosti národní systém podpory a propagace jejich domácí zemědělské a potravinářské výroby. Tyto organizace mají různý statut a jsou začleněny do systému podpory potravinářských výrobků EU. Propagace a marketing je jeden z mála nástrojů ekonomické politiky, které uznává jako legální WTO. Zároveň jde o jediný nástroj, který je možné rozšiřovat, aniž by jej WTO vnímala jako porušení mezinárodního obchodního práva. Podpora domácích zemědělských výrobků a zlepšení jejich kvality a bezpečnosti je jedním z klíčových bodů programu Agenda 2000. Její významnou součástí je přímo „zlepšení konkurenceschopnosti zemědělských produktů na domácích a světových trzích“. Evropská unie má od roku 1992 systém tří vlastních známek a známku označující Biopotraviny, některé země ale i nadále mají své vlastní systémy. Proto v EU existují i regiony známé svými tradičními produkty nebo produkty, které se liší svými charakteristickými znaky.

Známky užívané v celé EU jsou:

PDO (Protected Designation of Origin tj. **Chráněné označení původu** – francouzsky AOP): Jde o pojmenování země, regionu nebo lokality a slouží k označení produktu, který v tomto místě vznikl a jehož kvalita nebo vlastnosti jsou určené zeměpisnou oblastí zahrnující přírodní i lidské faktory, přičemž k produkci a zpracování produktu došlo výlučně v daném zeměpisném prostoru (oblasti) a kvalita i charakter produktu jsou výhradně určené zeměpisným prostorem. Platí např. pro přírodní minerální vody, pramenité vody, přírodní gumu a živici, oleje seno, korek, víno, sýry.



PGI (Protected Geographical Indication tj. **Chráněné zeměpisné označení** – francouzsky IGP): Jde opět o označení místa původu, přičemž jde o produkt z daného regionu nebo vymezeného pásma, k produkci a zpracování došlo v dané zeměpisné oblasti a kvalita, jméno nebo jiná vlastnost mohou být přisouzeny zmíněnému zeměpisnému původu. V případě PDO jde tedy o produkt typický svým původem, zatímco v případě PGI je vztah mezi typičností a původem jen částečný – důležitější je receptura.

TSG (Traditional Speciality Guaranteed tj. **Zaručeně tradiční specialita** fr.: STG): Tento znak se neodvolává na původ produktu, ale zdůrazňuje jeho tradiční složení nebo tradiční způsob výroby – recept. Platí například pro čokolády, polévky nebo bujóny, zmrzliny, sorbety, potravinové těsto, omáčky. V současné době není známka v praxi příliš využívána.

Známky v konkrétních zemích

Francie

Ve Francii se podpora potravinářství a gastronomie realizuje už více než 40 let. Obecně zde existuje více způsobů označení původu, ale jen v agrárním a potravinovém sektoru se setkáváme s Kontrolovaným označením původu AOC – Appellation d'Origine Contrôlée, které je určeno zejména pro sektor vín, alkoholu a sýrů. Tento systém byl do velké míry předobrazem značení EU. Kontrolované označení původu je nejprestižnější francouzský znak kvality. Kromě tohoto systému mají Francouzi ještě agrární známky, které potvrzují, že produkt má všechny kvality stanovené normami, ale navíc je v některých ohledech převyšuje. Nejznámější takovou známkou je Červená známka – Label Rouge.



Itálie

Itálie plně využívá pro propagaci svých potravinářských výrobků evropský systém označení. Velmi intenzivně vedle toho aplikuje i označení krajových specialit.



Německo

Německo má kromě evropského systému značení k dispozici vlastní systém kontroly kvality. Správu a kontrolu tohoto systému zajišťuje marketingová agentura, která se stala předobrazem podobných institucí v Rakousku a Maďarsku.



Rakousko

Značku kvality v Rakousku uděluje samostatná společnost s ručením omezeným AMA Marketing. Kromě tohoto systému značení používají v Rakousku též známky určené hovězímu a vepřovému masu a vejším – jde o zkratky z latiny bos, ovo. Samostatnou známku mají bioprodukty.



Irsko

V Irsku pracuje národní marketingová agentura Bord Bia, jejímž cílem je propagovat irské potraviny. Hlavním reklamním sloganem je Irsko – ostrov jídla.



Velká Británie

Velká Británie používá evropská značení kvality potravin. Vedle nich používá pro propagaci svých domácích výrobků značení FFB neboli Food from Britain.



Švédsko

Podobný model jako Britové používají Švédové. Toto je značka Food from Sweden. Kromě ní používají ve Švédsku vlastní označení biopotravin – KRAV.



Švýcarsko

Švýcaři používají vlastní systém, který vychází z francouzského modelu.

Litva

Litva uděluje svou vlastní známku kvality potravin od roku 2000. Znamka je udělována ministerstvem zemědělství a k 1. květnu 2002 ji obdrželo 152 produktů.



Slovinsko

Ve Slovinsku vznikl v roce 2000 Úřad Republiky Slovinsko pro přidělování označení zemědělských výrobků známkami kvality, který má tyto výrobky označovat dle zákonodárství EU. Úřad označuje zemědělské produkty a potraviny známkami kvality, uděluje geografická označení, přiděluje známky minerálním vodám a přiznává označení ekologických výrobků.

Polsko

V Polsku mají k dispozici program „Dobré polské jídlo“. V jeho čele programu stojí poradce ministra zemědělství. Značka „Dobré polské jídlo“ je udělena pouze zboží vyrobenému v Polsku z domácích surovin. Produkty předložené v rámci programu musí být vyrobeny za podmínek splňujících zákony EU. Připravenost podrobit produkty analýze a souhlas s kontrolou kvality a vyšetřením surovin po obdržení značky jsou nutnou podmínkou k jejímu udělení. Kontroly jsou prováděny úřady Ministerstva zemědělství a venkovského rozvoje ve spolupráci s vybranými laboratořemi. Značka „Dobré polské jídlo“ je udělena na 3 roky – pokud je udělena poprvé a na 5 let – pokud je udělena následně. Program zahrnuje všechny skupiny potravinářských výrobků, kromě stimulantů (čaje, kávy a alkoholu).



Maďarsko

Maďarsko označuje své potraviny dvěma způsoby. Obě známky uděluje Ministerstvo zemědělství – vždy jednou ročně na agrární slavnosti ministr zemědělství. Známky spravuje místní marketingová agentura vzniklá po vzoru Německa – Agrarmarketing Centrum – AMC.

První známkou je od roku 1999 známka Good food from Hungary - dobrá maďarská potravina. Znáмка je udělena po složení poplatku 200 euro, kontroly jsou zdarma. Musí alespoň v jedné kategorii kvality (např. v trvanlivosti) převyšovat normy.

Druhou známkou je známka HÍR neboli zkratka Tradice, chuti a regionu, která zároveň znamená v maďarštině zprávu nebo pověst. Tuto známku získává typicky maďarská potravina na základě vědeckého výzkumu – chráněny jsou například i typické papriky ze Szegedu, med nebo ovce a jelínci z pusty.

Slovensko

Na Slovensku byla pověřena propagací domácích potravin místní platební agentura – Intervenčná poľnohospodárska agentúra SR. Tato příspěvková organizace má na starosti propagovat a podporovat slovenské potravinářské výrobky a jejich spotřebu. Vznik ochranných známek měli Slováci v plánu na rok 2002, nicméně podle ředitelky marketingové sekce této agentury dosud žádný návrh nebyl přijat.