



## Obchodní řetězce sbírají ocenění za podporu lokálních dodavatelů

**Čerstvá zelenina, která nepřešla v kamionu přes půlku Evropy, vajíčka se sytým oranžovým žloutkem jako od babičky nebo kvalitní maso z českého chovu. Obchodním řetězcům je stále, a troufám si říct neprávem, vyčítáno, že dávají přednost zahraničním potravinám před českou produkcí. Byly by samy proti sobě, kdyby se tak chovaly. Zájem o české, a zejména lokální potraviny mezi zákazníky neustále stoupá a řada z nich je v obchodech cíleně vyhledává.**

Obchodní řetězce dnes investují miliony do podpory spolupráce s lokálními dodavateli potravin, do marketingových kampaní, které cílí nejen obecně na podporu českého zemědělství a potravinářství, ale také jsou zaměřené třeba na pekárenské výrobce nebo konkrétní firmy. Stejně tak přibývá i příkladů úspěšné spolupráce právě mezi obchodními řetězci a mnohdy malými firmičkami, které se jen díky tomu mohly vydat na cestu strmého růstu a obchodního úspěchu.

Jsem přesvědčen, že takovou iniciativu, ze které těží nejen dodavatel a výrobce, ale zejména zákazník, je třeba ocenit. I to byl důvod, proč se jedna ze dvou nových kategorií, které jsme se letos rozhodli zařadit do naší tradiční soutěže Diamantová liga kvality, týká právě podpory lokálních dodavatelů. A aby náhodou někoho nenapadlo obvinít nás z konfliktu zájmů, přizvali jsme do hodnocení i úřad nejodpovědnější – ministerstvo zemědělství. Pane ministře, děkuji Vám, že jste Vy sám osobně převzal nad cenou záštitu.

Vítězný projekt Tesco nazvaný „Česká rajčata bez pesticidů po celý rok“ přitom v sobě spojuje lokálnost s dalším velkým trendem dneška a tím je BIO. Stejně jako roste poptávka po lokálních potravinách, stoupá i zájem o produkty v biokvalitě. Ty již dávno nejsou žádným módním výstřelkem, ale stávají se běžnou součástí sortimentu českých obchodů. V tomto konkrétním případě navázalo Tesco spolupráci s Farmou Bezdínek z Dolní Lutyně nedaleko Havířova, jejíž skleníky obdržely jako první v České republice certifikát na pěstování plodin bez zbytků pesticidů. Pro zákazníky Tesco to znamená celoroční přístup k českým rajčatům v kvalitě na úrovni BIO nebo kojeneckých výživ. Samotná farma pak získala záruku odběru svých produktů, a tím i perspektivu pro svůj další rozvoj.

Porota to však měla těžké i na dalších pozicích. Na druhém místě se umístil PENNY MARKET za naplňování svého hesla: „Co je české, to je dobré“, což obnáší dlouhodobou a trvalou podporu českých výrobců. Třetí místo pak bral Kaufland s projektem „Ujždíme na trávě – vejce z volného výběhu od dodavatele Statek Dvořák“. Kromě toho jsme však za SOCR ČR ocenili i KONZUM, obchodní družstvo v Ústí nad Orlicí, který svým zákazníkům nabízí pivotěku s produkcí řemeslných minipivovarů.

To, že obchodní řetězce úspěšně spolupracují s českými výrobci a lokálními dodavateli, si nicméně nevšímáme pouze my v Diamantové lize kvality. Už o měsíc dříve ocenil premiér Andrej Babiš v rámci soutěže Odpovědný zahraniční investor v České republice za totéž řetězce Albert, Tesco a Billa.

Nejen, že se Albert umístil na celkovém čtvrtém místě, ale současně si odnesl Speciální cenu za podporu rozvoje venkova. Již dnes spolupracuje Albert s mnoha českými bioproducenty v rostlinné i živočišné výrobě, ale zároveň aktivně vyhledává nové. Letos v září také vyhlásil ambiciózní plán změnit ve spolupráci s dodavateli 100 hektarů polí z konvenčního na ekologické zemědělství. Současně se Albert zavázal, že od svých dodavatelů, kteří k tomu přechodu přistoupí, bude odbírat jejich produkci i během několikaletého přechodného období, kdy jejich produkce ještě nemůže být podle platné legislativy označována jako BIO.

Tesco na jedenáctém místě bylo oceněno nejen za dlouhodobou a intenzivní spolupráci s mnoha českými a lokálními dodavateli, ale mnoho bodů mu přineslo rovněž dobrovolnictví, spolupráce s neziskovým sektorem, a zejména iniciativa v oblastech odpovědné spotřeby, snižování energetické náročnosti a celkové uhlíkové stopy.

Billa, která se dostala do první dvacítky oceněných, porotu zaujala nejvíce podílem českých dodavatelů. Z celkového počtu 630 dodavatelů je těch českých plných 78 %. Na české firmy však Billa významně spoléhá i u svých privátních značek, když český původ má 43 % z nich. A všichni ocenění i další členové Svazu obchodu by byli velmi rádi, kdyby to číslo bylo ještě vyšší – jenže to už bohužel narážíme na chybějící kapacity českého potravinářství, které by si od ministerstva zemědělství zasloužilo výrazně vyšší investiční podporu, než se jí dostává.

Osobní zkušenosti z prvního roku mé pozice prezidenta Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR mi dávají jistotu, že podobných projektů bude stále přibývat. A pokud bylo letos pro porotu v DLK obtížné vybrat vítěze ceny za spolupráci s lokálními dodavateli, tak již dnes nezávidím rozhodování té příští.

Tomáš Prouza,  
prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR

SVAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÉ REPUBLIKY

Těšnov 5, 110 00 Praha 1, tel.: 224 805 158, e-mail: sekretariat@socr.cz

<http://www.socr.cz>

Norimberk, Německo

12.-15.2.2020

Vstup pouze  
pro odborné návštěvníky

# BIOFACH2020

into organic

Vůdčí světový veletrh biopotravin

## BIOFACH - TAK JEDINEČNÝ, TAK ROZMANITÝ

Přes 50 000 odborných návštěvníků, na 3500 vystavovatelů a dvě haly navíc: Na veletrhu BIOFACH zažijete to, co dělá bio tak úspěšným. Tešte se na světově jedinečnou rozmanitost, důsledně kontrolované bio potraviny, efektivní Networking, odborný kongresový program a tematické světy. Budete okouzleni.

PROZKUMEJTE TEMATICKÉ SVĚTY  
VELETRHU BIOFACH

NEW

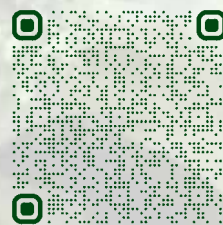


NOVINKY  
A TRENDS

ZÁŽITKY  
A OBJEVY

ZNALOSTI  
A VZDĚLÁVÁNÍ

[BIOFACH.COM](http://BIOFACH.COM)



POZNAMENEJTE  
SI TERMÍN PŘÍMO DO  
VAŠEHO KALENDÁŘE.

POŘADATEL

NürnbergMesse GmbH  
T +49 9 11 86 06 - 49 09  
F +49 9 11 86 06 - 49 08  
visitorservice@  
nuernbergmesse.de

společně s veletrhem

**VIVANESS2020**  
into natural beauty

Mezinárodní odborný veletrh  
přírodní kosmetiky