

Růže pro tebe

7. 2. 2010 | aktualizace: 7. 2. 2010 19:07



Tomáš Lindner

Příběh květin, které se chystáte darovat na svátek sv. Valentýna

Jsou různé důvody, proč jít ve tři hodiny v noci na pražském Andělu nakupovat do nonstop stánku s květinami. Vytížený muž se koupí dvaceti růží pokusí po probuzení překvapit svou ženu a dokázat jí, že vedle práce myslí i na ni. Podnapilí hosté přilehlých nonstop barů si zase u svých manželek pugétem vykupují proflámanou noc.



Zhruba třetina všech růží, které pěstitelé vypěstují za celý rok, se však prodá – za dvojnásobnou cenu – na svatého Valentýna. Tento svátek připadá na příští neděli a za posledních dvacet let se i v české společnosti ujímá vlády nad romantickou láskou.

Příběh řezaných růží, které končí v našich vázách, však romantický není ani trochu a s Valentýnem ho pojí jen jeho globální charakter. Roční obrat celosvětového průmyslu s řezanými květinami je 40 miliard dolarů a o 10 miliard převyšuje obrat například průmyslu hudebního. K tomuto odvětví patří i špionáž a krádeže počítačů ve výzkumných centrech šlechtitelů, horečnatá aktivita genetiků, kteří se snaží „vyrobit“ modré růže a pracují na vývoji umělých vůní – uvažuje se už například i o květinách, které by voněly až za soumraku, kdy se lidé do vracejí domů z práce.

To je však hudbou budoucnosti. Růže v rukou milenců jsou dnes hlavně učebnicovým příkladem rozvoje mezinárodního obchodu v posledních třiceti letech. Pro příznivce současné fáze globalizace jsou ukázkou jejích výhod, pro její odpůrce metaforou selhání světového ekonomického systému. Kdo chce pochopit jeho fungování, ten se nejprve musí vydat do pražských Košíř.

Obchod jako každý jiný

Mapa na internetových stránkách jednoho z největších českých květinářských velkoobchodů Tulipa Praha ukazuje původ 450 druhů květin ze třiceti zemí pěti kontinentů, které společnost nabízí. Patří k nim růže z Keni a Etiopie, mechy a lišejníky z Islandu, karafiáty z Izraele, další květiny z Kolumbie, Thajska, Číny či Nového Zélandu. „*Je to odvětví, které dnes funguje podle stejných principů jako produkce potravin nebo třeba výroba aut,*“ říká obchodník společnosti **Aleš Vít jr.** a dodává: „*Za komunismu pocházela většina květin z neefektivních, energeticky náročných českých skleníků, počátkem 90. let jsme naprostou většinou květin dováželi z tradiční pěstitelské velmoci Holandska, dnes obchodujeme s celým světem.*“

Od tuzemských pěstitelů už pochází jen jedna z padesáti v Česku prodaných řezaných květin (na rozdíl od hrnkových květin, kde česká produkce tvoří kolem poloviny prodeje). „*V našem sortimentu třeba nemáme jedinou,*“ říká Ivana Hůlková ze zmiňovaného květinářství před vchodem do obchodního centra Nový Smíchov. Naprostá většina květin se dováží z tradičních holandských burz, z nichž jedna dokonce sídlí v největší obchodní budově světa a denně se v ní obchoduje s dvaceti miliony kyttek. Teprve po vydražení na burze pak v kamionech putují do velkoobchodů po celé Evropě.

Většina květin, s nimiž burza obchoduje, však již na rozdíl od minulosti nebyla vypěstována v samotném Holandsku, mají za sebou letecký převoz z Afriky, Asie či Jižní Ameriky. V rovníkovém podnebí, zvláště pak v hornatém Ekvádoru a Etiopii, mají po celý rok ideální klimatické podmínky ke svému růstu. Jakkoli to zní divně, tento systém je ekologičtější: navzdory leteckému převozu je množství CO₂ nutného k „výrobě“ a dovozu růže z Afriky podle britských výzkumů ve výsledku několikanásobně nižší než u růže z holandského skleníku.

Sítě supermarketů a velcí dovozci včetně Tulipy se stále častěji snaží vyhnout holandské burze, kde se ceny určují každý den na základě nabídky a poptávky, a nakupují přímo od afrických či latinskoamerických farmářů. „*Na jednu stranu tím farmáři získají stabilní cenu, která nezávisí na výkyvech burzy, na druhou stranu si mohou mocné řetězce diktovat někdy až likvidační podmínky. Je těžké tento vývoj hodnotit,*“ říká Aleš Vít jr.

Přímá cesta z květinového pole v Keni či Etiopii do řekněme libereckého květinářství trvá jen kolem pěti dní. V pátek růži na poli uříznou a zabalí kešší rolníci, v sobotu je převezena na letiště, v neděli přepravena do Česka, v pondělí připravená k prodeji ve velkoobchodě a v úterý ji již zákazníci kupují ve svých květinářstvích. Z celkové ceny v běžný den tvoří odhadem 40 procent přírážka maloobchodníků, 15 procent velkoobchodní přírážka, 25 procent náklady na dopravu a různé obchodní poplatky a jen zbylých dvacet procent putuje k

zahradníkovi, který z toho musí platit půdu, stroje, vodu, hnojiva a platy rolníků.

Na Valentýna se však tato nerovnováha obrací. Z růstu celosvětové poptávky profitují hlavně květinoví farmáři, už na holandských burzách stoupá cena růží zhruba čtyřnásobně. „*Svatý Valentýn je spíš za trest, zvláště u nás, kde nemá tradici. Pro nás obchodníky je to nejhorší den v roce,*“ říká Aleš Vít jr. Svátek sv. Valentýna, kdy jinde v západní Evropě často prodej květin stoupá až dvacetinásobně, je také jediným dnem v roce, kdy se evropští milenci stávají závislími na Keni. Pochází odtamtud každá třetí v Evropě prodaná růže.

Kytice s certifikátem

Před čtyřiceti lety u keňského jezera Naivasha žilo asi třicet tisíc lidí, kteří u vody plné hrochů a ptáků žili z lovu ryb. Dnes u jeho břehů žije kolem tří set tisíc lidí, které sem přilákaly desítky tisíc pracovních míst na zdejších asi padesáti květinových plantážích. Noví obyvatelé neměli čím topit, a tak vykáceli většinu okolních lesů, odkud nyní do jezera stéká bahno, rozloha jezera se kvůli zavodňování farem a klimatickým změnám zmenšila o čtvrtinu.

Naivasha, největší zdroj evropských květin, je dnes příkladem konfliktu mezi ekologickou rovnováhou a ekonomickým rozvojem, který s sebou květinářský průmysl přináší. Květinářství je totiž vedle čaje a turismu nejdůležitějším sektorem keňské ekonomiky, v celé Keni zaměstnává kolem dvou set tisíc lidí. Farmáři často svým zaměstnancům a jejich rodinám stavějí bezplatné nemocnice a školy, navíc i platy kolem dvou dolarů denně jsou na keňské poměry vysoké.

Počátkem tisíciletí přitom zvláště anglosaský tisk plnily články o používání v Evropě dávno zakázaných pesticidů, které otravují spodní vody v okolí plantáží. Výzkumy hlavně z Latinské Ameriky dokazovaly, že více než polovina zaměstnanců farem trpí nemocemi způsobenými nechráněným zacházením s jedovatými chemikáliemi. Podobně nevládní, často levicové organizace kritizovaly dětskou práci na farmách a vykořisťování ženských pracovnic.

Farmáři tehdy na spotřebitelský tlak zareagovali. Snaží se získat různé certifikáty o ekologické udržitelnosti svého hospodaření, či dokonce známku fair trade, která dokládá jejich investice do vesnic v okolí farem. V zemích typu Kolumbie či Keni však kvůli slabé státní regulaci a často zkorumpovaným úředníkům nikdy není úplně jisté, jestli firmy své závazky také dodržují. Přesto se podmínky na plantážích podle zahraničních reportérů, kteří je navštívili, zlepšují.

Odpůrci volného obchodu však v Keni vidí jiný důkaz svých kritických teorií. V posledních letech se snaží farmáře z Keni přetáhnout sousední Etiopie, kde během několika let v tomto byznysu vzniklo padesát tisíc pracovních míst. Nabízí jim dlouhé daňové prázdniny, levný pronájem půdy a větší bezpečí než v nestabilní Keni. Důsledkem tvrdé konkurence je snižování cen i prospěchu, který z květin mají státy, na jejichž území se pěstují. Největší užitek z byznysu tak mají vedle obchodníků evropští a američtí spotřebitelé, kteří si mohou koupit poměrně levné a krásné květiny.

Britští a němečtí ekologové kvůli těmto negativním stránkám mezinárodního obchodu doporučují kupovat lokálně vypěstované květiny, stejně jako se lokální produkce stala trendem při nákupu zeleniny. To je však v Česku kvůli zmíněné nízké produkci řezaných květin prakticky nemožné. A hlavně, takový bojkot by určitě nepotěšil keňské, etiopské či ekvádorské farmáře, pro něž jsou květiny jedním z mála produktů, kterými se mohou zapojit do světového trhu a těžit z jeho potenciálu.

Stále více západoevropských spotřebitelů požaduje květiny s ekologickým či „fairtradovým“ certifikátem, které se však v Česku zatím neujaly. Obchodníci z košířské Tulipy vidí jedinou šanci na změnu v samotných spotřebitelích: „*Takové květiny do Česka také dovážíme, nejsou o nic dražší než ty běžné, ale nijak zvlášť tyhle certifikáty neinzertujeme. Maloobchodníci je nevyžadují a často o jejich existenci ani nevědí, protože je po nich zákazníci nechtějí.*“