

Alternativní potravinové sítě

proč je výzkum důležitý

- závislost na biofyzikálních procesech
=>velmi lokální proces vázaný na klima, půdu a sociálně kulturní podmínky
- růst globální distribuce a spotřeby
„permanent global summertime“
před rokem 1970 se 90 % veškerých potravin spotřebovalo v zemi původu.
- lidé vy vyspělých státech za jídlo utratí pouze desetinu svých příjmů v porovnání s třetinou před 50-60 lety.
v ČR cca 20 % za potraviny a nápoje – **druhý nejvyšší podíl na výdajích**
 - =>Jídlo tak bude mít vždy dva konstrukty politický a osobní
vždy bude poptávka po zabezpečení potravního řetězce.
- potravinové řetězce jsou důležitým nosičem vazby mezi zemědělstvím a obchodními společnostmi, producenty a spotřebiteli.

globální X lokální

- 1) agro-industriální paradigma
 - a) modernizace a industrializace
 - b) standardizace potravinářské produkce a výrobních procedur
 - c) globalizace potravinových trhů.

- podporováno EU i WTO
- rozvoj potravinových systémů v posledních 30–40 letech.

Výsledkem je klesající podíl celkové přidané hodnoty u primárního výrobce

- 2) integrované teritoriální paradigma

- oceňuje specifické zdroje v území a sociální vztahy blízkosti
- potravinová produkce spojena s ochranou přírody a krajiny, cestovním ruchem, vzděláváním – větší heterogenita procesů
- charakteristické respektování rozdílů mezi jednotlivými systémy, kulturními tradicemi, či preferencemi spotřebitelů



agro-industriální paradigma

Přechod z produktivismu do postproduktivismu

vznik nových dynamických trhů (eshop, mezinárodní obchod, atd..)

trh mnohem více řízen poptávkou

zvýšily se možnosti potravinářského průmyslu pro výrobu z nezemědělských surovin

- moderní přístup k zemědělství vytvořil zvláštní ekonomickou logiku = zemědělské příjmy se zvýší při zvýšení celkového objemu výroby a současně zvýšením technické účinnosti výroby

hranice produktivismu se objevují už na konci 20. století

- celkový objem produkce už nemůže být rozšířen, protože trhy jsou saturovány
- roste opozice k dumpingu na přebytky na světových trzích
=> omezení vývozu
- potravinová bezpečnost
ptačí chřipka , BSE... => značné výchylky v poptávce

naráží také na systém kvót, hygienických a environmentálních opatření.
=> opatření nepřináší zisk, pouze náklady

globální

- Na základě poptávky zemědělství a potravinářství silně industrializované

Musí zajisti včasné dodávky a pokrýt spotřebu

Produkce potravin pro globální trh si žádá velké investice a dává nesmírnou sílu nadnárodním korporacím a velkým prodejčům.

Producenti zde ztrácí své postavení



Pestré – jednodušší u obilnin x složitější u živočišné produkce

Z pohledu producenta výhodné zapojení více aktérů

- usnadňují koordinaci procesů které biologicky pokulhávají

Snaha zavést koncept **just in time**, stejně jako u aut

„Globální řetězec s jídlem by nemohl existovat bez průmyslové revoluce, bez chladících boxů a levné dopravy“

Příklady

- 1) Kuřata
produkce kuřat se stala velkým vysoce integrovaným procesem, kterému dominují tři velmoci Čína, USA a Brazílie
vytváří dohromady víc jak polovinu světové produkce
- 2) Ovoce
mezi Keňou Zimbabwe a UK
více se zaměřuje na distribuci a marketing (řízeno supermarketů místo producentů)
trh opět koncentrovaný (Čína), **chudší státy mají možnost do trhu promluvit pouze v sezóně, kdy je nadúroda**
=> maloobchod raději vybírá stabilní dodavatele

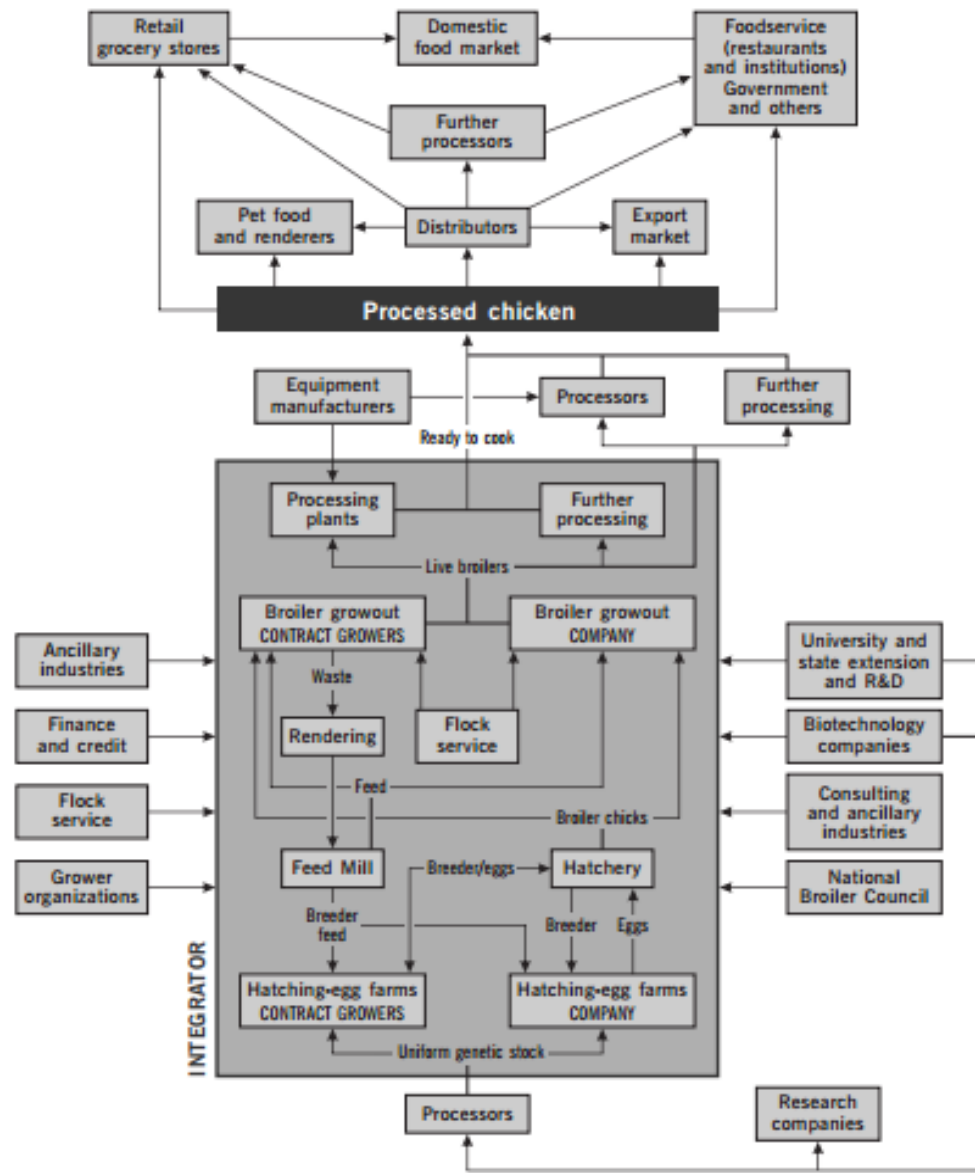


Figure 9.1 The US chicken production circuit

Source: based on Boyd and Watts, 1997: Figure 8.4

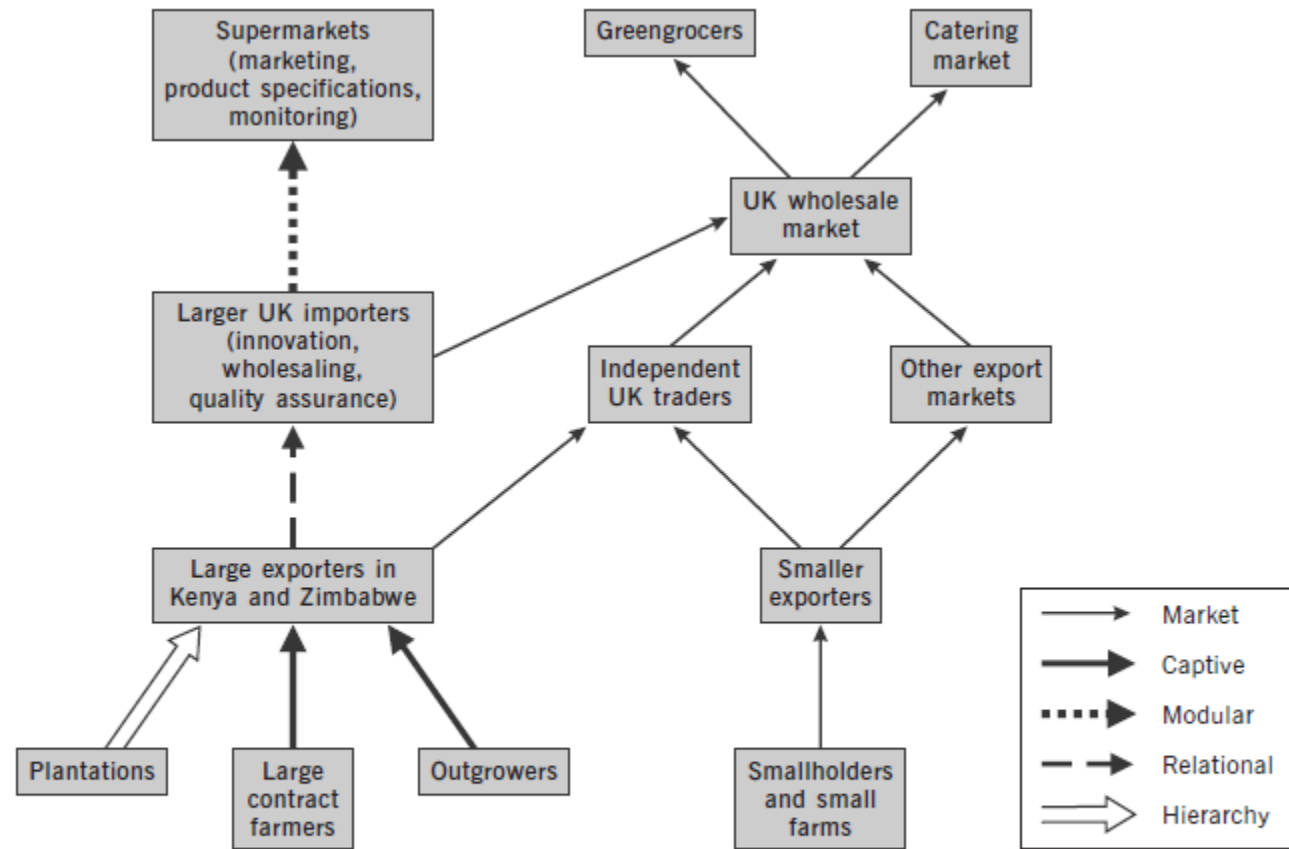


Figure 9.2 The fresh vegetable production circuit

Source: based on Dolan and Humphrey, 2002: Figure 3

Top 10 seed companies			\$m sales 2007
1.	Monsanto	US	4,964
2.	DuPont	US	3,300
3.	Syngenta	Switzerland	2,018
4.	Groupe Limagrain	France	1,226
5.	Land O'Lakes	US	917
6.	KWS AG	Germany	702
7.	Bayer Crop Science	Germany	524
8.	Sakata	Japan	396
9.	DLF-Trifolium	Denmark	391
10.	Taikii	Japan	347

Top 10 pesticide companies			\$m sales 2007
1.	Bayer	Germany	7,458
2.	Syngenta	Switzerland	7,285
3.	BASF	Germany	4,297
4.	Dow AgroSciences	US	3,779
5.	Monsanto	US	3,599
6.	DuPont	US	2,369
7.	Makhteshim Agan	Israel	1,895
8.	Nufarm	Australia	1,470
9.	Sumitomo Chemical	Japan	1,209
10.	Arysta Lifescience	Japan	1,035

Top 10 food & beverage companies			\$m sales 2007
1.	Nestlé	Switzerland	83,600
2.	Pepsi Co.	US	39,474
3.	Kraft Foods	US	37,241
4.	Coca-Cola	US	28,857
5.	Unilever	UK/Netherlands	26,985
6.	Tyson Foods	US	26,900
7.	Cargill	US	26,500
8.	Mars	US	25,000
9.	ADM Co.	US	24,219
10.	Danone	France	19,975

Top 10 food retailers			\$m sales 2007
1.	Wal-Mart	US	180,621
2.	Carrefour	France	104,151
3.	Tesco	UK	72,970
4.	Schwarz Group	Germany	58,753
5.	Aldi	Germany	55,966
6.	Kroger	US	52,082
7.	Ahold	UK	50,556
8.	Rewe Group	Germany	49,651
9.	Metro Group	Germany	49,483
10.	Edeka	Germany	45,397

Figure 9.9 Dominant firms in the global agro-food industries

Source: based on data in ETC Group, 2008

- prostorová koncentrace
- téměř 90 procent světového trhu s pesticidy je řízeno deseti firmami
- dvacet šest procent světového trhu s balením potravin je řízeno předními deseti firmami.

Propojení globálního a lokálního



- Kombinace globálních značek s lokálními produkty
- V zemědělsko-průmyslovém sektoru dominuje snaha o zavedení a udržení značkových produktů
 - ideální, z hlediska výrobce by byly značky, které se prodávají všude bez nutnosti modifikace.
 - potravinářský průmysl není takový slině ovlivněn lokálními zvyklostmi a chutěmi.
- „Nestlé, for example, has around 8000 brands in up to 20,000 variants.“

lokální

alternativní potravinové systémy

krácení dodavatelského řetězce,
spotřeba lokálních surovin,
různá schémata certifikace
produktů,
bio zemědělství,
ekologická modernizace,
principy spravedlivého obchodu
smozásobitelství



- vychází z širšího konceptu lokalizace
místní měny, šedá ekonomika atd.
vychází z globalizace – není v opozici
ASP možnost obstarat si potraviny mimo maloobchodní sít
- APS jako reakce na vzrůstající vliv globálních maloobchodních sítí
=>alternativa k průmyslovému zásobení potravin
sociologie v tržním prostředí – **trh už se neřídí ryze ekonomickými zásadami**
- APS potraviny jsou definovány k lokalitě nebo dokonce na konkrétní farmu
 - francouzské Terroir - potraviny s geniem loci daného místa
 - především ve vinařství, kde se jím rozumí místní geologické podloží, složení půdy, vlhkost, srážky, nadmořská výška, tradice a um vinaře

příklady kategorizace

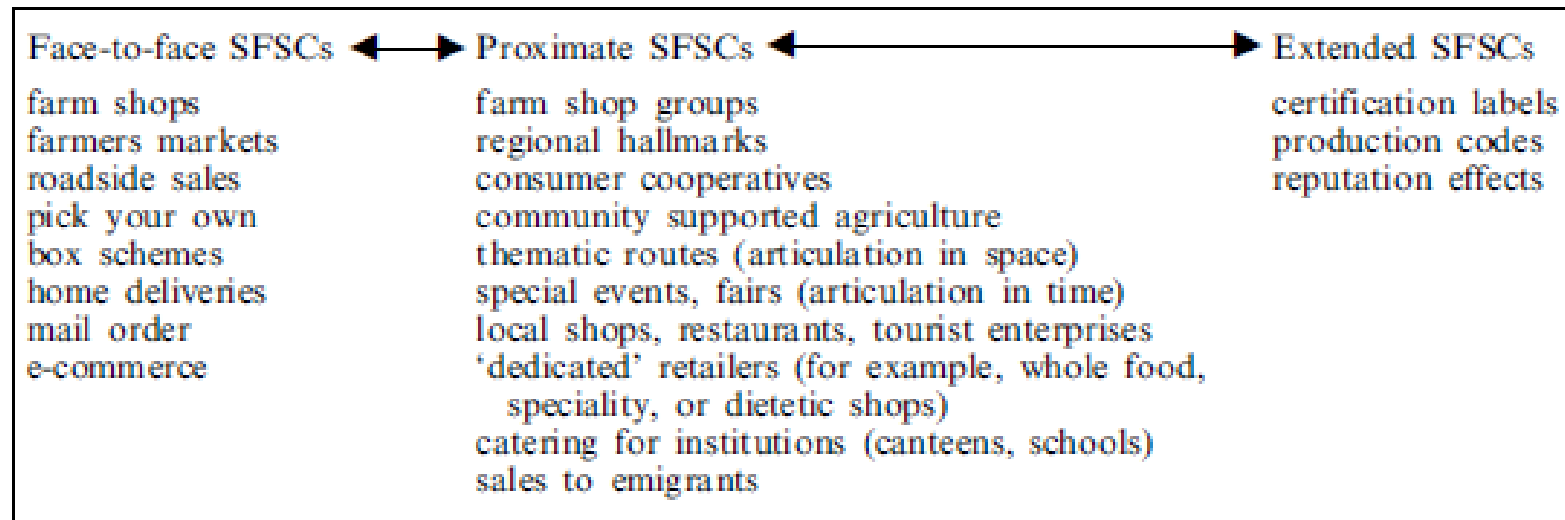


Figure 2. Different mechanisms for extending short food supply chains (SFSCs) in time and space.



- 1) omezený prostor a krátký čas
- 2) institucionální rozšíření (například dohoda více producentů)
- 3) národní ale i globální trh – spojeny s původem – spotřebitel se ztotožňuje s hodnotami

- hranice mezi kategoriemi nejsou vždy zřetelné a často se stírají

Kvalita potravin

Kvalitní potravinářské výrobky jsou obvykle certifikovány a označovány
KLASA

- Značka má garantovat, že jsou nabízeny kvalitní a zdravotně nezávadné potraviny.
- 1 042 výrobků od 219 výrobců



Regionální potravina

- Výrobky musí být vyrobeny z lokálních surovin a mít vazbu na svůj kraj
- pouze malé a střední podniky do 250 zaměstnanců
- Celkem 420 produktů



Chráněné označení původu

Produkce, příprava i zpracování těchto výrobků musí probíhat pouze ve vymezené zeměpisné oblasti.

Český kmín, Chamomilla Bohemica, Všestarská cibule, Žatecký chmel, Pohořelický kapr, Nošovické kysané zelí



Chráněné zeměpisné označení

Proti chráněnému označení původu je vztah produktu k zeměpisné oblasti volnější, postačí, pokud alespoň jedna fáze výroby – zpracování, příprava nebo produkce – probíhá ve vymezené zeměpisné oblasti.

Budějovické pivo, Jihočeská Zlatá Niva, Olomoucké tvarůžky, Karlovarské oplatky Valašský frgál...



alternativní potravinové systémy v ČR



Samozásobitelství

v ČR pozůstatek z historie vs západní země

Komunitou podporované zemědělství

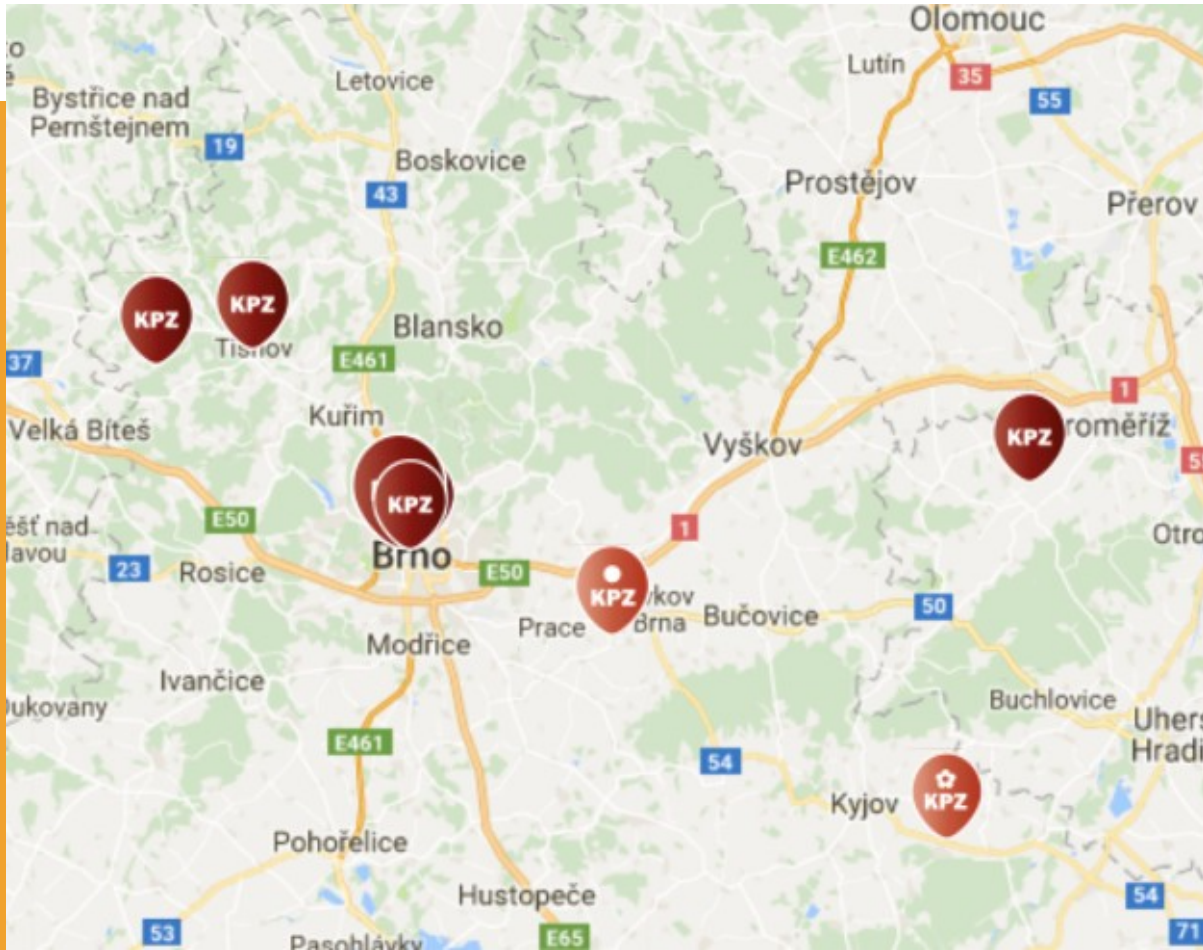
- Předem zaplacený podíl z úrody

Farmářské trhy

Farmářské bedýnky

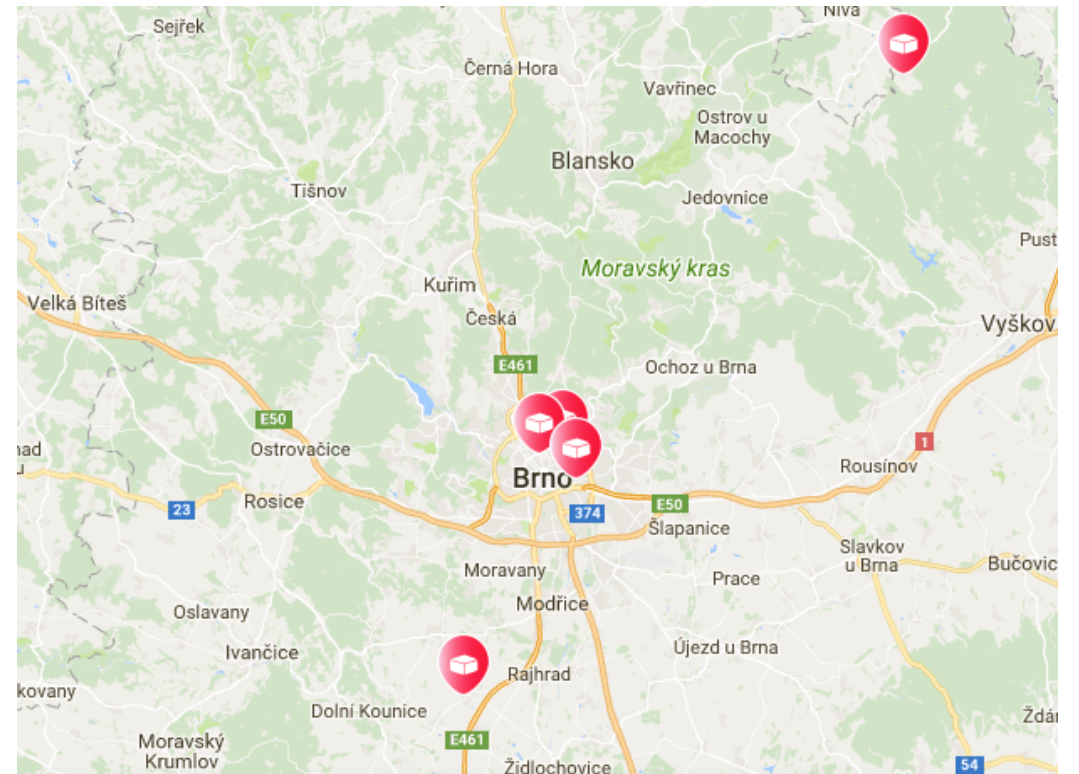
- Velkoobchody vs zemědělci

Zemědělské prodejny



Komunity podporující lokální zemědělce

Farmářské bedýnky



možnost řešení problémů periférních oblastí?

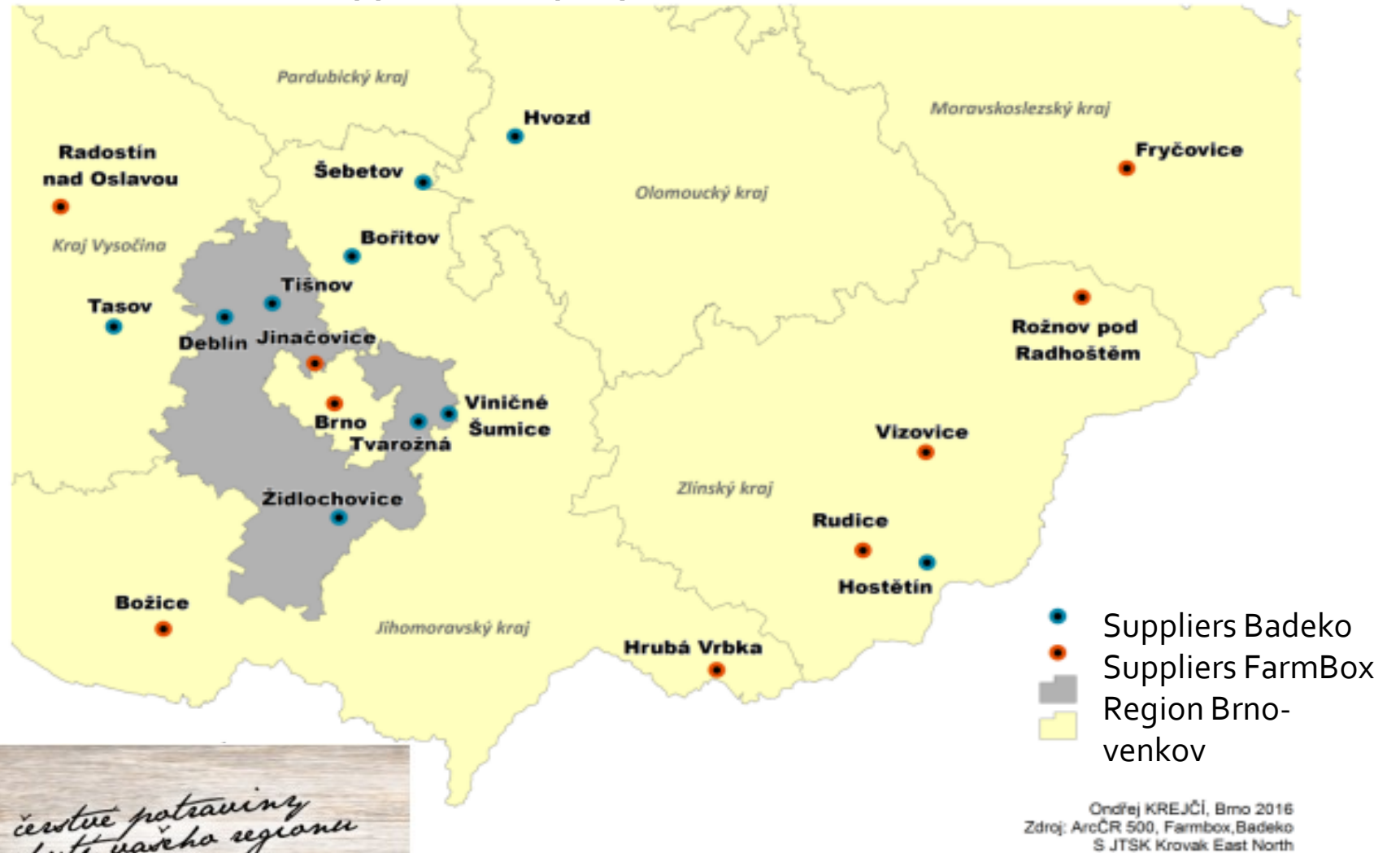
- založeny na nových způsobech prodeje diverzifikaci do nových aktivit (přírody a péče o krajinu, agroturistiky nebo zvýšením přidané na zemědělských produktů.
- schopnost získat zpět důvěru spotřebitelů
- spotřeba potravin se stále více prolíná s odlišným životním stylem
- redukce nezaměstnanosti
- depopulace venkovských oblastí
- snížení závislosti na lokální ekonomice
- v EU hlavně Itálie, Francie a Španělska, Německo a Rakousko.
činnosti přímého prodeje dosahují podíly 15 - 35%

konkrétní příklady / problémy APS

- farmářské obchody u nás na rozdíl od Rakouska většinou neprovozuje samotný farmář.
- tendence dozásobovat české FO zbožím ze zahraničí souvisí s otázkou konvencionalizace FO
- česká legislativa zatím nestanovuje jasnou definici lokální potraviny ve výsledku tak lokální může vycházet pouze z toho že byla v lokalitě výrobek zabalen
 - novela zákona z 2015. Prodejci nad 5 mld. musí uvádět zboží původu
 - prodejci ale berou distributory ne zemi původu.
- lokální past (local trap) - obranný lokalismus
 - lokální ne vždy kvalitní.
 - farmáři často prodávají své výrobky konvenčním a alternativním způsobem.

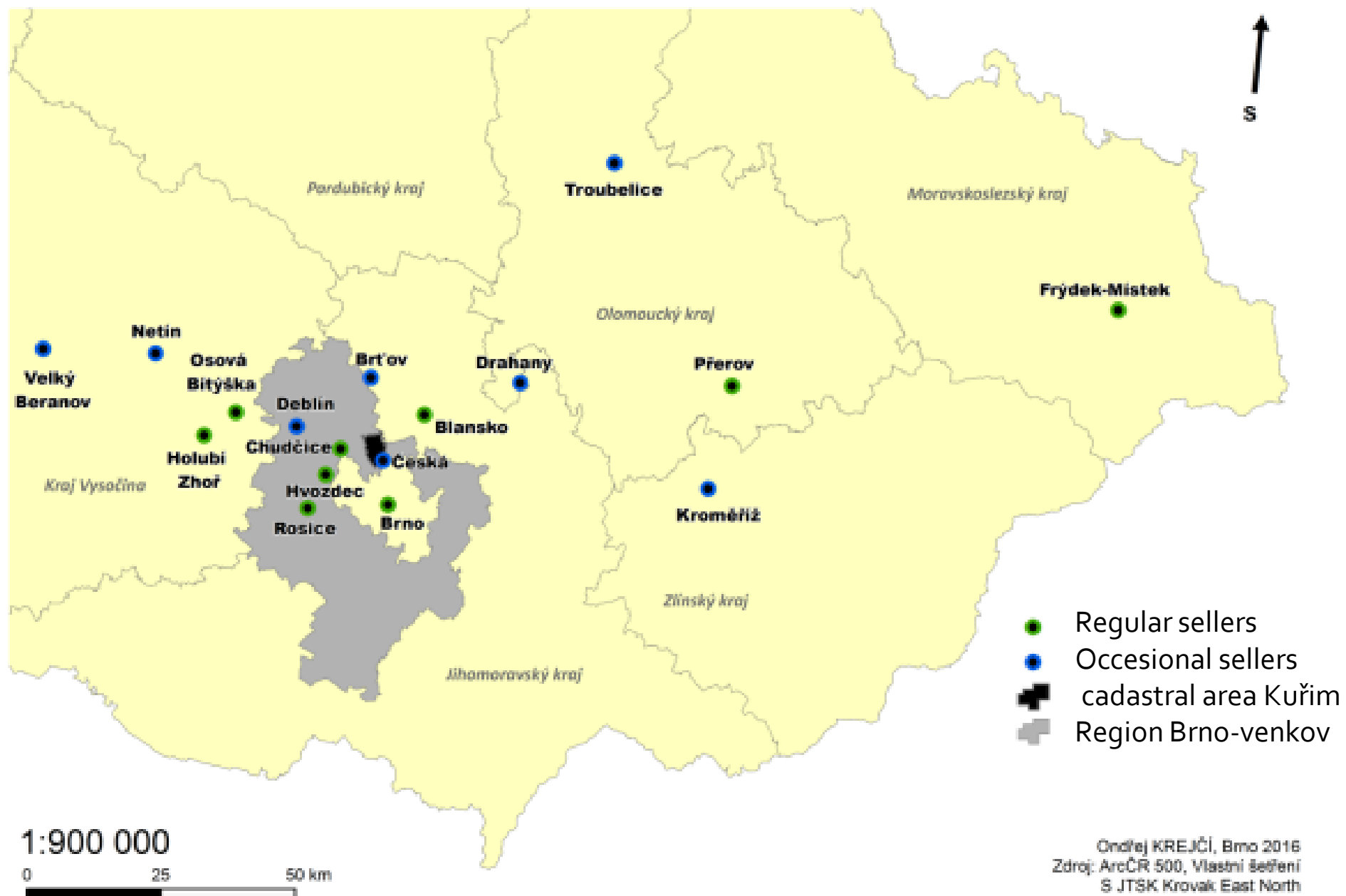
konkrétní
příklady/
problémy APS

Residence of main suppliers company Farmbox and Badeko



konkrétní
příklady/
problémy APS

Residence of sellers on farm markets in Kuřim 2014



konkrétní příklady/ problémy APS

- globální obchod umožňuje zachovat stálou produkci na místech, díky přístupu na globální trh
- kritika food miles – uhlíkové účetnictví
 - některá regiony musí více zavlažovat produkty musí být zamraženy a tudíž dovoz je jednodušší
- defenzivní lokalismus může vyústit v xenofobii vůči nelokálnímu
- sociální vyloučení
 - často spojeno s vyšší cenou

závěr

- Alternativní potravinové sítě mohou sloužit jako doplněk ke klasickým konvenčním sítím
Stejně jak dochází k prolínání alternativních systémů do konvenčních maloobchodů dochází k pronikání konvenčních tendencí do alternativních sítí
- Potenciál vychází z širokého zájmu veřejnosti o tyto produkty