

VYHODNOCENÍ ZNAČEK KVALITY POTRAVINY

Zpracováno v rámci ÚKOLU PODPOŘENÉHO RADOU KVALITY ČR v r. 2014



Ve smyslu zadání úkolu podpořeného Radou kvality ČR a metodiky byly hodnoceny značky pro potraviny na trhu, které se podařilo identifikovat.

Ve smyslu metodiky značky, které splnily kritéria postavená na „standardu“ Programu CzQ, jsou v rámci tohoto hodnocení považovány za „**VYHODNOCENÉ**“ a bez pořadí jsou sepsány v odstavci níže písm. a). Jsou to značky, které poskytují spotřebiteli přiměřeně komplexní informaci o kvalitě výrobku či služby.

Ve smyslu metodiky značky, které nesplnily kritéria postavená na „standardu“ Programu CzQ, jsou v rámci tohoto hodnocení považovány za „**VYŘAZENÉ Z HODNOCENÍ**“ – (tj. „NEHODNOCENÉ“) a bez pořadí jsou sepsány v odstavci níže písm. b). Jsou to značky, které neposkytují spotřebiteli komplexní informaci o kvalitě výrobku či služby. Neznamena to, že jsou nezbytně nedůvěryhodné, ale pouze že nesplňují standardní požadavky na značku kvality komplexně. Mohou tedy dávat důvěryhodnou informaci spotřebiteli o „něčem“ (např. o původu), ale nikoliv komplexně o konkrétních kvalitativních ukazatelích pro výrobek či službu, apod.

a) Seznam VYHODNOCENÝCH ZNAČEK

| č. | Značka | Správce |
|----|-------------|-------------------------------|
| 1. | Klasa | Oddělení marketingu SZIF |
| 3 | Vím, co jím | Iniciativa Vím, co jím a piju |

b) Seznam značek VYŘAZENÝCH Z HODNOCENÍ

| č. | Značka | Správce |
|----|--|-------------------------|
| 2 | Zdravá potravina | Zdravá potravina o.s. |
| 4 | Certified E-Friendly Food | CEFF Česká republika |
| 5 | Produkt ekologického zemědělství - bio | MZe, aplikace ze zákona |
| 6 | Značka kvality dTest | dTest o.p.s. |
| 7 | Český výrobek | Český výrobek s.r.o. |
| 8 | Český výrobek | Potravinářská komora |
| 9 | Český výrobek | NFČV |
| 10 | Regionální potravina | MZe |
| 11 | Originální produkt | MŽP |
| 12 | Značky ‚kvality‘ Evropské unie | Evropská komise |

c) Stručné INFORMACE O HODNOCENÝCH ZNAČKÁCH

Klasa [ZDE](#)

Od roku 2003 uděluje ministr zemědělství potravinářským a zemědělským výrobkům národní značku kvality Klasa.



Značku spravuje Státní zemědělský intervenční fond (SZIF).

Cílem značky je usnadnit spotřebitelům orientaci mezi potravinami. Udílí se na tři roky, během nichž dozorové orgány (SZPI, SVS) provedou několik kontrol kvality. Na webu značky Klasa jsou uveřejňovány také výrobky, které byly při kontrole shledány jako nevyhovující a byly vyřazeny z databáze Klasa. Je to ovšem spíše

výjimečný krok.

Za užívání loga firmy neplatí jako u jiných značek na trhu. Značku mohou získat i potraviny vyrobené v zahraničí. Značka má výhodu vysoké finanční podpory na její zviditelnění ze státních prostředků. Její rozšíření a používání je široké.

Některá média poukazují, že Klasa operuje s pojmem kvalita, jehož význam je však z pohledu spotřebitele nejasný. Zákazník prý v prodejně neví, v čem kvalita daného výrobku spočívá. Věc se má tak, že obvykle se jedná o deklarované ukazatele, také např. ve vztahu k normám. Minimálně v jednom znaku musí produkt vykazovat výjimečné kvalitativní charakteristiky, kterými se liší od "běžných výrobků na trhu". Splnění ukazatelů musí žadatel doložit osvědčením třetí stranou.

Mezi další podmínky udělení náleží nezbytnost pravidelného dodávání do obchodní sítě, přísnější jsou pravidla pro označování původu, masné výrobky nesmí obsahovat strojně oddělené maso (separáty) ad.

O udělení certifikace rozhoduje komise složená ze zástupců zainteresovaných stran (ministerstva zemědělství, dozorových orgánů, vysokých škol a výzkumných ústavů, výrobců potravin a spotřebitelů).

Závěr: „Díky“ masové podpoře je na jedné straně značka Klasa široce používána, zároveň ale toto vyvolává určitou averzi a zpochybňování. V zásadě ale značka vyhovuje kritériím CzQ a lze ji doporučit, k zařazení do Programu CzQ.

Zdravá potravina [ZDE](#)



Systém Občanského sdružení Zdravá potravina zohledňuje vliv potraviny nejen na zdraví, ale i na dopady na přírodu. Potraviny musí splňovat základní nutriční předpoklady. Uvádí se, že neobsahují éčka, ale v propozicích vyjde najevo, že jen některá. Terminologie popisu podmínek je velmi amatérská a systém je postaven na ideologickém základě, nikoliv na odbornosti.

Výrobek musí získat určitý počet bodů v hodnocení. Posuzuje se z hlediska osmi kategorií. Nejvíce plusových bodů lze získat třeba za to, že je potravina bez chemie (rozumí se bez přídavných látek - „éček“; rozlišuje se druh éček), vyrobena v ČR, má ekologický obal, nadstandardní informace na obalu atd. Nejsou neposuzovány senzorické vlastnosti a neprovádí se laboratorní analýza. Značka se udílí se na jeden rok, poplatek je 5 000 Kč za výrobek.

Hodnocení provádí tým lidí občanského sdružení, ale i studenti různých škol. Kontrola probíhá minimálně jednou ročně.

Závěr: Značka z hlediska spotřebitele má netransparentní rozsah a hodnotitelský tým ji vyřadil z hodnocení. Nemáme za to, že splňuje stanovená kritéria, aby spotřebiteli poskytla očekávanou informaci komplexní a přitom vzhledem k jakosti konkrétní.

Vím, co jím [ZDE](#)

Logo Vím, co jím má garantovat, že produkt prošel odborným hodnocením. Cílem je prezentovat výživově hodnotnou potravinu k naplňování zdravého životního stylu. Zákazníkovi má usnadnit volbu potravin, aniž by musel studovat detailní informace na obalu. Nabízí spotřebiteli příležitost snížit příjem těch složek potravin, které souvisejí s některými civilizačními onemocněními, a to v souladu s doporučeními Světové zdravotnické organizace a odborníků na výživu.



Za projektem stojí iniciativa ‚Vím, co jím a piju‘, s níž spolupracují dvě desítky firem, např. Unilever nebo řetězec Albert. Tato symbióza je také nejčastější výtkou kritiků značky. Výrobce platí 6 tisíc korun za roční licenci na každý výrobek.

Značka přesněji vymezená, sleduje zejména nutriční složení. Např. se sledují hodnoty nasycených a trans nenasycených mastných kyselin, soli, cukru a u některých potravin energetickou hodnotu a podíl vlákniny (pečivo). Analýza i hodnocení probíhá v nezávislé akreditované laboratoři na základě kritérií programu OSN a WHO s názvem The Choices.

Závěr: I přes obecné pochybnosti o transparentnosti správce značky, podstatné se jeví, že značka dává spotřebiteli jisté, přesně vymezené informace o kvalitě ve vztahu k nutriční hodnotě. V souhrnu značku vyhodnocujeme, že vykazuje dostatečnou informační nadhodnotu pro spotřebitele. Jistou limitací ovšem je zaměření na dosud poměrně úzký sortiment firem, které stojí v „pozadí“. Značka je ovšem otevřena všem a má potenciál být více využívána.

Certified E-Friendly Food [ZDE](#)



Cílem projektu CEFF (Certified E-Friendly Food) je poskytnout spotřebitelům snadnou orientaci při výběru potravin a tím jim pomoci snížit spotřebu nežádoucích chemických přísad. Logo CEFF najdete pouze na potravinách, které neobsahují ‚nejvíce sledovaná Éčka‘, mezi něž patří konzervanty, umělá barviva, sladidla a glutamát.

Logo je propůjčováno na jeden kalendářní rok. Testování složení výrobku, propagace výrobku či výrobce v souvislosti s projektem CEFF v médiích a neomezená možnost využívat logo v souvislosti s certifikovanými výrobky pro vlastní marketingové účely jsou v ceně ročního poplatku. Součástí smluvního vztahu je čestného prohlášení, ve kterém výrobce specifikuje jednotlivé výrobky a uvádí jejich detailní složení. V případě, že se nezmění složení, může dojít k prodloužení užívání loga pro daný výrobek o další rok.

Závěr: Z dostupných informací se málo dozvíme o správci značky a jeho statutu. Vymezení značky s cílem omezování ‚chemie‘ v potravinách je nanejvýš chvályhodné, o skutečné kvalitě potravin ale ve finále značka nepodává spotřebiteli informaci. Značku proto nehodnotíme a nepovažujeme ji za značku kvality ve vztahu k vymezenému standardu.

Produkt ekologického zemědělství - bio [ZDE](#)



U balených potravin, které se deklarují jako bio potraviny, je logo povinné od července 2010. Užívání je podmíněno dodržováním přísných pravidel pro zemědělskou výrobu. Nesmí se např. používat většina hnojiv konvenčního zemědělství, přísnější pravidla platí i pro chov zvířat či jejich krmení. Farmáře kontrolují v ČR tři orgány. Minimálně 95 %

složek musí být vyprodukováno ekologicky, zásadní jsou podmínky pro zemědělskou prvovýrobu (střídání plodin, pesticidy, hnojiva a antibiotika u zvířat, zákaz geneticky modifikovaných organismů ad.) i výrobu potraviny (přidatné látky). V procesu je zahrnuta třetí strana. Značka se obnovuje každý rok.

Závěr: Ekologický způsob vedení zemědělství může, ale nemusí mít zásadní vliv na konečné vlastnosti a kvalitu potraviny. V rámci stanovených kritérií proto značku nepovažujeme za značku kvality a nevyhodnocujeme ji. Používá se ze zákona.

Značka kvality dTest [ZDE](#)



Značku kvality dTest mohou nést produkty a služby, které v testech získaly hodnocení velmi dobře nebo dobře (na hodnotící škále od 60 % výše), případně se staly přímo vítězi daného testu.

Závěr: Pořadí ve srovnávacím testu je relativní záležitost, která nedává spotřebiteli konkrétní informaci o kvalitě výrobku či služby. Značku proto nehodnotíme a nepovažujeme ji za značku kvality ve vztahu k vymezenému standardu.

Původ výrobku – Český výrobek

Na poptávku spotřebitelů po informacích o původu zboží reagovala více subjektů „vydáním“ značky původu Český výrobek.

Např. Společnost Český výrobek s.r.o. [ZDE](#)



vznikla v roce 2006 s cílem podporovat české výrobky, potravinářské i nepotravinářské. Společnost uděluje licenci a certifikát k užívání loga Český výrobek na výrobcích a při jejich podpoře. Je to výrobce, kdo ručí za jakost, bezpečnost a nezávadnost výrobků.

Český výrobek – garantováno Potravinářskou komorou



Značka hrazena výhradně z peněz potravinářských firem. Základní podmínkou pro udělení práva používat logo s vlajkou je zpracování produktu na území České republiky a dodržení stanoveného podílu hlavní suroviny z tuzemských zdrojů. Logo je udělováno na tři roky, poté je možné prodloužit užívání o další tři roky. Přidělení licence je podmíněno i některými kvalitativními ukazateli (masné výrobky aj.).

Značky ČESKÝ VÝROBEK Nadačního fondu [ZDE](#)



ČESKÝ VÝROBEK (NFČV) uděluje licenci k užití na základě licenční smlouvy ve výhradním vlastnictví NFČV, registrované již v r. 1993. Pro udělení nejsou stanoveny kvalitativní ukazatele.

Závěr: Byť např. značka garantovaná PK zaručuje i vybrané kvalitativní ukazatele, tyto značky nejsou samy o sobě zárukou kvality a proto je nehodnotíme a nepovažujeme ji za značku kvality ve vztahu k vymezenému

standardu.

Původ výrobku – Regionální potravina

Regionální potravina - MZe – [Zde](#)



Záruku regionálního původu, nejvyšší kvality a originální chuti slibuje značka Regionální potravina. Toto ocenění uděluje Ministerstvo zemědělství zemědělským nebo potravinářským výrobkům, které zvítězí v krajských soutěžích. Značka je od roku 2010 součástí dlouhodobé kampaně Ministerstva zemědělství na podporu kvalitní české potravinářské produkce. Rozhoduje zejména vazba k regionu a tradice.

Logo se uděluje na čtyři roky a je bezplatné, určené výhradně na malé a střední podniky, cílené na spotřebitele, kteří hledají potraviny s jasným původem.

Originální produkt - MŽP



Cílem značky, která má mnoho (24?) lokálních mutací, je hlavně podpora velmi malých firem a řemeslníků a ekologicky udržitelného podnikání. Původně cílila na turisty, s rostoucím podílem potravin je však zajímavá i uvnitř regionů. Posuzuje se "jedinečnost" výrobku u pěti kritérií: tradice, podíl místních surovin, podíl ruční práce, vztah k regionu a výjimečné vlastnosti.

Značku na 2 až 3 roky udělují komise v regionech, z poloviny složené z výrobců různých oborů v regionu, dále zástupců značky ARZ, popř. ochránců přírody, historiků, starostů, zástupců krajů apod. Kromě regionální přínosu se hodnotí i vlastnosti jako výživová hodnota potravin, ekologie, nejsou na to však žádná pravidla. Šetrnost k přírodě je součástí vylučovacích podmínek.

Závěr: Hodnotitelé považují za netransparentní kvalitativní podmínky pro udělení regionálních značek. Značky proto nehodnotí.

Značky ‚kvality‘ Evropské unie



Evropský systém označení kvality potravin pomáhá chránit a propagovat tradiční evropské zemědělské produkty a potraviny. Existují tři typy označení: Chráněné zeměpisné označení (CHZP), Chráněné označení původu (CHOP) a Zaručená tradiční specialita.

U každého loga se platí nízký správní poplatek a není třeba jej obnovovat. Získání známky zpravidla trvá několik let.

Chráněné označení původu – je nejpřísnějším unijním zeměpisným označením. Kromě toho, že kvalita a vlastnosti potraviny mají specifický ráz konkrétní oblasti, vyrábějí se, zpracovávají a připravují ve vymezeném území. Příklad: Žatecký chmel, Nošovické kysané zelí.

Chráněné zeměpisné označení - zahrnuje produkty, u kterých jen některá fáze výroby (příprava, výroba, zpracování) proběhla na vymezeném území. Příklad: Olomoucké tvarůžky, Třeboňský kapr, Hořické trubičky, Valašský frgál.

Zaručená tradiční specialita – značku mohou dostat potravinářské speciality s minimálně 25-letou tradicí. "Specialitou" se myslí použití tradičních surovin, složení nebo tradiční způsob

produkce či přípravy. Na rozdíl od předchozích dvou nerozhoduje zeměpisný původ. Tyto výrobky se mohou vyrábět kdekoliv v EU. Například mozzarella se nevyrábí jen v Itálii, ale i v Nizozemsku a Švédsku. Příklad: špekáčky, lovecký salám, a d.

Závěr: Evropské značky jsou velmi specifické svým záměrem, neboť prvotně nemají informovat spotřebitele, ale chránit producenta. Na kvalitu – ve vztahu ke schváleným, přesně definovaným recepturám jsou úzce vázané. Velmi doporučujeme širší propagaci a podporu kredibility těchto značek. Nicméně jsou „postaveny“ jinými procesy, takže s vymezenými kritérii pro toto hodnocení značek nekorespondují. Značky proto nehodnotíme a nepovažujeme je za značky kvality ve vztahu k vymezenému standardu.

d) Závěr

Značka kvality spotřebiteli má být spotřebiteli jednoduchým nástrojem, jak vybrat s minimálním rizikem kvalitní výrobek nebo službu. Cílem hodnocení bylo identifikovat značky, které to přiměřeně uspokojivě dokáží, a vyloučit z hodnocení značky, které nedávají reálnou informaci o kvalitě výrobku za přiměřeně transparentních podmínek a souvislostí. Vždycky bude značka i marketingovým nástrojem, ten ale nemá být viditelně prioritní.

Hodnoceno bylo nejméně 12 značek (de facto o několik více, některé hodnoceny „skupinově“). Uvedený záměr zformulovaný do pěti základních kritérií pro značku kvality **splnily přijatelně pouze dvě značky: ‚Klasa‘ a ‚Vím co jím‘.**

Důsledně se zdůrazňuje, že to nijak neznamena, že ostatní značky „propadly“ a jsou nedůvěryhodné. Mohou poskytovat jinou informaci, než kvalitu – např. informují o původu apod. V rámci tohoto vyhodnocení je pouze spotřebiteli nedoporučujeme vnímat jako značku, která informuje v dostatečné komplexnosti o kvalitě výrobku - potraviny. **A naopak, spotřebiteli doporučujeme, aby se tou kterou značkou důvěrněji seznámil a posoudil, zda mu poskytuje informaci, kterou od ní očekává. Podle našeho názoru to však není komplexní informace o kvalitě potraviny.**

V Praze 2014-09-01