

PASTEVNÍ VÝKRM SKOTU MARKETING A ODBYT BIO HOVĚZÍHO MASA

Cílem seminářů bylo ukázat potenciál odbytu a trhu pro české bio hovězí maso z pastevního výkrmu. Semináře se uskutečnily v regionech, pro něž je charakteristická vysoká míra zatravnění s malým podílem orné půdy, které jsou v ČR využívány zejména pro extenzivní chov masného skotu. V Čechách se seminář uskutečnil v Plzeňském kraji v obci Rybník, na Moravě zase v kraji Moravskoslezském v Kunčicích pod Ondřejníkem. Eric Meili (FiBL) prezentoval účastníkům příklad úspěšného modelu odbytové cesty, kterou je možné realizovat i České republice.

Z diskuzí na seminářích vyplynulo, že z důvodu absence odbytových příležitostí je trendem posledních let díky dotačním podporám vybudovat vlastní porážky přímo na farmách nebo je porážka řešena tzv. „ve službě“ na certifikovaných jatkách. Maso z poražených zvířat pak odebírají zpět, nechávají zrát, bourají, balí a sami dodávají na trh. Odbytové cesty si budují sami, hledají zákazníky a často vozí na velké vzdálenosti na tzv. odběrná místa. Zemědělec se tak zároveň kromě prvovýrobce stává zpracovatelem i marketérem. Vzhledem k náročnosti celého procesu, který zpravidla zaměstnává všechny rodinné příslušníky, je objem jejich produkce masa a masných výrobků značně limitován. Protože porážka a zpracování masa vyžaduje velké finanční investice, řada zemědělců si její realizaci nemůže dovolit a zvířata prodává jako tzv. zástav – tedy mladá zvířata určená k dalšímu výkrmu do konvenčních chovů a zejména do zahraničí. Výkrm znamená další náklady, a pokud zemědělci nedostanou při prodeji na jatky příplatek za BIO kvalitu, není možné z důvodu udržitelné ekonomiky podniku realizovat.

Zkušenosti ze Švýcarska ale potvrzují, že je možné zajistit výkrm skotu jen pastvou, která sice neposkytuje okamžité váhové přírůstky v počátečních měsících, jako při klasickém výkrmu jadrným krmivem, v dlouhodobém časovém horizontu však zajistí stejný výsledek. Navíc přispívá k vyšší kvalitě masa, zejména v obsahu tuku, který je významným kvalitativním znakem a nositelem chuti. Filosofie pastevního výkrmu je založena na tvrzení: „feed no food“, což v praxi znamená, že orná půda by měla být využívána především k produkci potravin namísto krmiv. Na seminářích prezentoval know-how pro zemědělskou praxi, jak zlepšit ekonomiku a životaschopnost farem, která je v současné době bez finalizace produkce značně závislá na dotacích. Naopak farmy, které realizují produkci a prodej, vykazují závislost mnohem nižší (Zdroj šetření ÚZEI – data FADN). Úspěšnost extenzivní produkce souvisí nejen se způsobem výkrmu, ale zejména se změnou genetiky stáda, organizací pastvy a řadou dalších faktorů, které byly na seminářích komplexně představeny a vysvětleny. Užitečné informace se účastníci seminářů i další zájemci o tuto problematiku mohou dozvědět i v praktické příručce „Pastevní výkrm skotu“, která byla na semináři lektorem – autorem publikace - rovněž prezentována. Překlad švýcarského originálu zajistil Bioinstitut, příručka je zájemcům distribuována zdarma a je dostupná i v elektronické verzi na stránkách www.bioinstitut.cz.

Klíčem k rozvoji a konkurenceschopnosti české bioprodukce je tedy odbyt a trh. Systémově se situace řešit nedá, lze ale využít zkušeností ze zahraničí, kde si bioprodukty z farem už své místo na trhu a zájem spotřebitelů získaly. Ve Švýcarsku, ale i v řadě jiných zemí spotřebitelé upřednostňují kvalitní maso z tuzemských chovů v biokvalitě, protože kromě

senzorické kvality masa upřednostňují také způsob chovu a porážky zvířat, zajímají se o uhlíkovou stopu výrobku apod. Jednotlivé farmy nejsou schopny pokrýt poptávku řetězců, stejně jako v ČR, přesto se podařilo přivést zemědělce i obchodníky ke společným jednáním a nakonec i spolupráci. Dodávky masa a masných výrobků se realizují regionálně, nikoliv centrálně, jak je běžná praxe. Prodej bio hovězího masa z pastevního výkrmu prostřednictvím Migros (největšího supermarketu ve Švýcarsku) začal v roce 2000. V současné době dodává do Migros přibližně 500 ekologických farem. Objem dodané produkce je cca 7600 kusů hovězího dobytka z pastevního výkrmu ročně. V porovnání s ostatním hovězím nabízeným v marketech Migros, se jedná se o hovězí maso v prémiové kvalitě za přijatelnou cenu.

V ČR panuje mezi zemědělskou veřejností nedůvěra k odbytovým organizacím, zejména díky špatným zkušenostem z minulosti. I přes tuto skutečnost si ale zemědělci uvědomují, že jako jednotlivci nemohou být partnery pro vyjednávání s řetězci. Odbytová organizace by podle švýcarského modelu neměla pozici „překupníka“, ale zaštitila by obchodní vztahy, což je pro zemědělce přijatelný způsob.

Vybudování odbytu a trhu pro české bio hovězí z pastevního výkrmu by přineslo benefit všem účastníkům produkčně-odbytového řetězce. Zemědělcům by umožnil uplatnit svou produkci na domácím trhu a v kvalitě bio; pro obchodníky by vznikla marketingově zajímavá nabídka bio hovězího masa v prémiové kvalitě s ochrannou známkou, která v současnosti na trhu zcela chybí. V neposlední řadě by odbyt vytvořil příležitost i pro spotřebitele, a sice nakupovat kvalitní tuzemskou produkci za přijatelné ceny. Organizátor seminářů – Bioinstitut o.p.s. se bude problematice odbytu i nadále věnovat a o vývoji bude zemědělskou praxi informovat.

Pavλίna Samsonová
Bioinstitut, o.p.s.
www.bioinstitut.cz
pavlina.samsonova@bioinstitut.cz

Podpořeno z Programu švýcarsko-české spolupráce v rámci Fondu Partnerství.