

EPOS Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR

Analýza distribuční sítě a trhu s biolékem

Pro veřejnou zakázku

PODPORA ROZVOJE REGIONÁLNÍHO ODBYTU BIOPOTRAVIN

Autor: Mgr. Tomáš Václavík

Sběr dat: říjen až prosinec 2009

Analýza provedena: prosinec 2009

Realizátoři zakázky:

Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR, o.s.

se sídlem Kotlářská 53, Brno, PSČ: 602 00

IČ: 43961479, DIČ: CZ43961479

a

PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců

se sídlem Nemocniční 53, Šumperk, PSČ: 787 01

IČ: 69601267, DIČ: CZ69601267

Cíl analýzy

Cílem analýzy distribuční sítě a trhu s biomlékem a mléčnými biovýrobky v České republice bylo vytvořit souhrnnou zprávu o kategorii biopotravin, která je jednou z nejvýznamnějších na českém trhu s biopotravinami a která do budoucna skýtá pravděpodobně největší potenciál růstu.

Zpráva by měla poskytnout jak výrobcům – mlékárnám, tak také zemědělcům a obchodníkům, ucelenou představu o stavu trhu, produktové nabídce a potenciálu trhu, a tím jim usnadnit rozhodování při zvažování přechodu na ekologickou produkci, výrobu mléčných biopotravin nebo jejich zařazení do sortimentu.

Metodiku sběru dat a analýzy

Sběr dat proběhl v době od září 2009 do prosince 2009 formou dotazníkového šetření mezi zástupci cílové skupiny: maloobchodníky, kteří nabízejí výrobky z biomléka, dovozci a výrobci biomléka a mléčných výrobků, zemědělci, produkující mléko. Pro sběr dat byl použit dotazník v příloze. Z 9 oslovených maloobchodních řetězců data poskytli 4, ze 7 oslovených dovozců data poskytli 4 a ze 8 oslovených výrobců – mlékáren odpovědělo na otázky 5. Seznam výrobků z biomléka v maloobchodní síti byl vytvořen na základě osobního sběru dat proškolenými osobami na úrovni maloobchodů v listopadu a prosinci 2009. Sběr proběhl na 9 největších maloobchodních řetězcích působících v ČR (Billa, Albert supermarket, Alber hypermarket, Tesco, Globus, Interspar, Kaufland, Penny Market, PENNY MARKET a dm drogerie) a prodejnách biopotravin/zdravé výživy (vybrané prodejny v Praze, Jihomoravském, Zlínském, Králověhradeckém, Plzeňském, Moravskoslezském kraji a kraji Vysočina). Potenciál trhu byl expertně odhadnut na základě zjištění v dotazníkovém průzkumu a analýzy sekundárních dat a výzkumů:

Maloobchod: analytické srovnání dat o

- objemu nevykrytých objednávek maloobchodníků stávajícími výrobci
- objemu dovážených mléčných biopotravin
- objemu poptávky maloobchodníků v případě neomezené nabídky
- srovnání s aktuálními i historickými daty ze zahraničí: Agromilagro 2008, 2007, ORA/BioVista/Ecozept 2008

Veřejné stravování:

- Analýza dat z průzkumu HoReCa Monitor 2008, Bioškoly Factum Invenio

Údaje o celkovém obrátu a podílu jednotlivých kategorií trhu s biopotravinami byly čerpány z ročenky „Český trh s biopotravinami 2009, Green marketing“.

Výstupy analýzy

1. Porovnání maloobchodního obratu kategorie „mléko a mléčné biopotraviny“ s ostatními kategoriemi biopotravin

Přehled produktových kategorií biopotravin

Kategorie *Zpracované biopotraviny* v roce 2008 snížila svůj podíl o 3,5 %, nicméně zůstává s podílem 44 % nadále největší produktovou kategorií v oblasti biopotravin na českém trhu. Kategorie *Mléko a mléčné výrobky* obsadila druhou příčku s podílem 22,5 %, o 1,5 % více než v roce 2007. Kategorie *Nápoje* drží třetí příčku s podílem 11 % (+0,5 %), *Obilniny, luštěniny a ořechy* společně s *Ovocem a zeleninou* čtvrtou (6 %), *Maso a masné výrobky* pátou s podílem 5,5 %, Pečivo zaujímá se 4 % šesté místo a nejmenší kategorií zůstává kategorie *Byliny a koření* s 1% podílem.

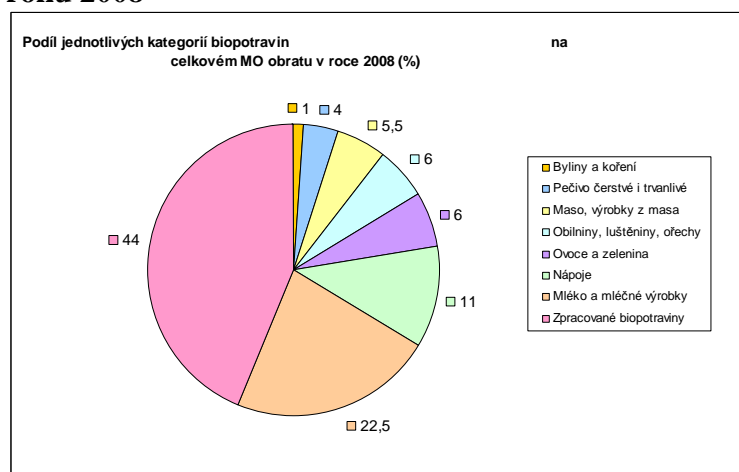
Nejrychleji rostoucí kategorií v roce 2008 byla kategorie *Pečivo*, jejíž finanční objem vzrostl oproti roku 2007 o 324 %. Zároveň tato kategorie v roce 2008 meziročně nejvíce zvýšila svůj podíl na celkové spotřebě, z 1,5 % v roce 2007 na 4 %. Také kategorie *Ovoce a zelenina* v roce 2008 výrazně zvýšila svůj finanční objem, z 69 na 111 milionů korun, tedy o 61 %. Kategorie s největším zastoupením biopotravin českého původu je *Pečivo* (96 %), další kategorií s nejvyšším zastoupením domácích bioproduktů je kategorie *Maso a masné výrobky* (87 %), *Mléko a mléčné výrobky* a *Zpracované biopotraviny* mají shodně 57 %. Ostatní kategorie již mají méně než poloviční zastoupení v České republice vyrobených biopotravin.

Tabulka: Podíl jednotlivých produktových kategorií biopotravin v roce 2008

Kategorie	Podíl na trhu (%)	Maloobchodní obrat (mil. Kč)
Zpracované biopotraviny	44	804
Mléko a mléčné výrobky	22,5	400
Maso a výrobky z masa	5,5	97
Nápoje	11	191
Obilniny, sníadaňové směsi, luštěniny, ořechy	6	106
Pečivo	4	68
Ovoce a zelenina	6	111
Byliny, koření	1,5	21
Celkem	100	1 800

Zdroj: Green marketing - Český trh s biopotravinami 2009

Graf: Podíl jednotlivých kategorií biopotravin na celkovém maloobchodním obratu roku 2008

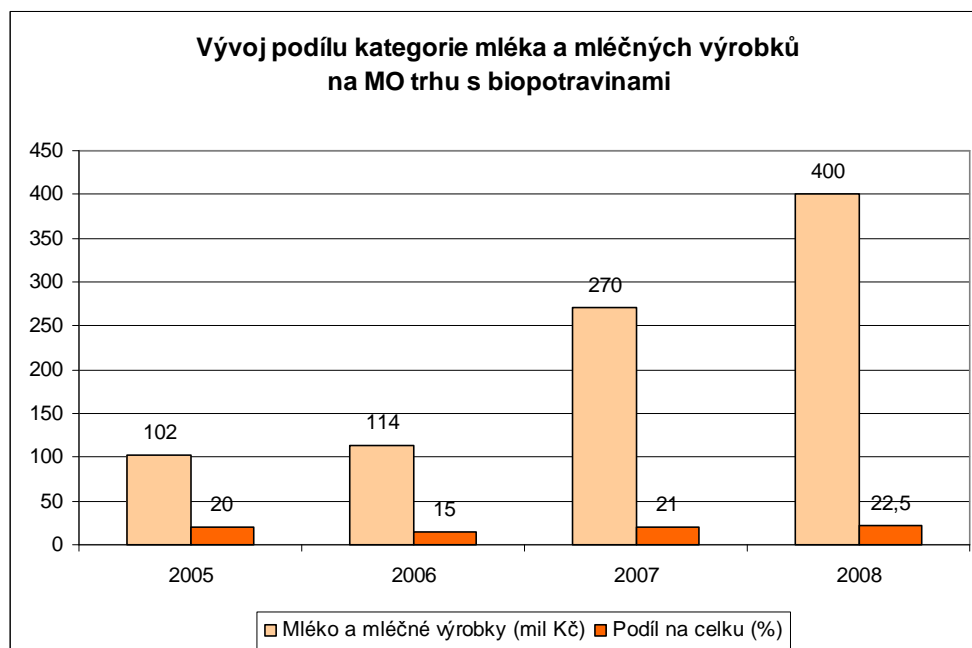


Zdroj: Green marketing - Český trh s biopotravinami 2009

2. Kategorie Mléko a mléčné biovýrobky

Kategorie Mléko, mléčné biovýrobky tvořila v roce 2008 druhou největší kategorií biopotravin na českém maloobchodním trhu. V roce 2008 měla kategorie podíl na českém maloobchodním trhu 22,5 %, její podíl se za rok zvýšil o 1,5 %. Celkově měla tato kategorie maloobchodní obrát 400 mil. Kč, což je nárůst oproti roku 2007 o 48 %.

Graf: Vývoj podílu kategorie Mléko a mléčné výrobky na celkovém obrátu 2005 až 2008



Zdroj: Green marketing - Český trh s biopotravinami 2009

2.1. Podíl suroviny od českých ekologických zemědělců

Mléčné výrobky vyrobené mlékárnami a ekozemědělci v České republice tvořily v roce 2008 57 % (225 mil. Kč) z celkového maloobchodního obrátu této kategorie. Je to o 1 % méně než v roce 2007. Dvě české mlékárny ovšem část surového biomléka pro svoji výrobu nakupují v zahraničí.

Celkem bylo v roce 2009 v ČR na ekologických farmách vyprodukováno 24 092 tisíc litrů biomléka. Jelikož celková produkce mléka v České republice dosáhla 2,785 mld. kg, což odpovídá výši vnitrostátního referenčního množství mléka pro dodávky, tzv. mléčné kvóty, dosáhl podíl biomléka na celkové produkci 0,86 %.

Mlékárny ve stejném roce nakoupily celkem 11,78 milionů litrů biomléka, z toho 8,21 milionů litrů biomléka od českých ekologických zemědělců a přibližně 3,57 miliony litrů slovenského biomléka. V roce 2008 tak podíl domácího biomléka na celkovém výkupu mlékáren dosáhl 43,5 %.

V roce 2009 začala nově vykupovat české biomléko na výrobu sýrů Mlékárna Příšovice. Objem domácího biomléka vykupovaného mlékárnami na podzim 2009 dosahoval přibližně 37 350 litrů denně. Dvě zmíněné mlékárny dovážely ze zahraničí přibližně 16 500 litrů surového biomléka denně. Celkem tedy české mlékárny nakupovaly na konci roku 2009

přibližně 53 850 litrů biomléka denně. Podíl biomléka od českých ekologických chovatelů na celkové produkci mléčných biopotravin v ČR působícími mlékárnami tak na podzim 2009 dosáhl přibližně 69 %.

Mlékárny nakupují biomléko v zahraničí ze dvou důvodů: jednak je to nedostatek produkční kapacity domácích producentů v blízkosti mlékárny, a jednak nedostatek potřebného objemu pro uspokojení poptávky v minulosti, zejména v letech 2007 a 2008. Mlékárny se nechtějí zbavovat nasmlouvané kapacity kvůli závazkům vůči odběratelům a doufají, že se poptávka opět zvedne.

2.2. Zpracování biomléka

Přehled výrobců na trhu

Zpracováním kravského biomléka a výrobou mléčných biopotravin se v České republice v lednu 2010 zabývalo celkem 8 mlékáren: Bohemik, Ekomilk, Lacrum Velké Meziříčí, Mlékárna Valašské Meziříčí, Mlékárna Příšovice, Olma, Polabské mlékárny a společnost Tany.

Mlékárny na začátku roku 2010 denně zpracovávaly přibližně 53 850 litrů biomléka, celkový objem zpracovaného biomléka za rok 2010 dle našich odhadů dosáhne přibližně 13,5 milionu litrů.

Tabulka: Seznam mlékáren, které zpracovávají kravské biomléko

Název	Adresa	Kategorie výrobků
BOHEMILK, a.s.	Podzámčí 385, 517 73 Opočno	Ostatní - sušené mléko
Ekomilk s.r.o.	Příborská 818, 738 37 Frýdek-Místek	Mléko, máslo
Lacrum Velké Meziříčí, s.r.o.	Hornoměstská 383, 594 26 Velké Meziříčí	Mléko, máslo, jogurty, tvrdé sýry, měkké sýry, smetana, tvaroh
Mlékárna Příšovice - Plastcom, a.s.	Příšovice 91, 463 46	Sýry tvrdé
Mlékárna Valašské Meziříčí, spol. s r.o.	Zámecká 2/57, Krásno nad Bečvou, 757 27 Valašské Meziříčí	Jogurty, zakysané nápoje
POLABSKÉ MLÉKÁRNY a.s.	Dr. Kryšpína 510, 290 16 Poděbrady	Máslo, sýry tvrdé, tvaroh
OLMA a.s.	Pavelkova 18, 779 00 Olomouc	Mléko, jogurty
TANY, spol. s r.o.	ul. Čsl. legií 563, 340 22 Nýrsko	Měkké sýry

Zpracováním kozího biomléka se kromě 10 ekologických zemědělců zabývá společnost ASP CZECH s.r.o., která vyrábí kozí nápoj (sušené mléko z dovozu).

Zpracováním ovčího biomléka se v České republice na konci roku 2009 zabývalo 5 ekologických chovatelů.

Přehled výrobků na trhu

Nabídka českých výrobců je ve srovnání s nabídkou výrobců v Rakousku či Německu zatím velmi malá. Zatímco v zahraničí jsou v každé kategorii stovky výrobků, v České republice je zatím originálních českých výrobků jen několik desítek. Maloobchodníci nedostatek výběru od domácích dodavatelů řeší dovozem ze zahraničí.

BOHEMILK, a.s.

Společnost Bohemilk přispívá na český trh zatím pouze jediným biovýrobkem, konkrétně sušeným plnotučným mlékem.

Ekomilk s.r.o.

Od poloviny roku 2008 vyrábí Ekomilk biomléko o min. tučnosti 3,5 %. Výroba bio produktů je jednou z dlouhodobých strategií společnosti.

Koncem roku 2008 začala společnost Ekomilk vyrábět také biotvaroh, biomáslo a biomléko o min. tučnosti 1,5 %.

Mlékárna Příšovice - Plastcom, a.s.

Mlékárna Příšovice je zatím poslední českou mlékárnou, která se dala na výrobu biopotravin. Od roku 2009 začala vykupovat české biomléko a v jejich prostorách v lednu 2010 ještě stále zrály první tvrdé biosýry typu gouda a eidam.

Mlékárna Valašské Meziříčí, spol. s r.o.

Mlékárna Valašské Meziříčí vstoupila na trh jako první se zakysanými bionápoji a hned s nimi slavila velké úspěchy, jak u spotřebitelů, tak také u odborné poroty soutěže Česká biopotravina roku.

Mlékárna vyrábí dva kysané nápoje, přírodní a s jahodovou příchutí. Kysaný mléčný nápoj je obohacený probiotickou kulturou (*Lactobacillus Acidophilus*, *Bifidobacteria*, *Streptococcus Thermophilus*).

Kromě nápojů vyrábí „Valašky“ také dva druhy jogurtů, bílý a jahoda/borůvka.

V maloobchodní značce Bio Style vyrábí mlékárna zakysané nápoje pro společnost PENNY.

Lacrum Velké Meziříčí

Mlékárna Lacrum Velké Meziříčí vstoupila do segmentu biopotravin velmi razantně v roce 2008. Na začátku roku 2010 uvádí na trh prostřednictvím společnosti Aromatis řadu mléčných biovýrobků pod značkou AMÁLKA, kromě toho své výrobky balí do několika maloobchodních značek. Lacrum má ze všech českých mlékáren nejširší produktový záběr v biopotravinách.

Řada chlazených mléčných biopotravin z mlékárny Lacrum momentálně zahrnuje 12 druhů přírodních tvrdých sýrů v nejrůznějších gramážích a příchutích, včetně uzených variant, sýry Niva, korbáčik a parenica, tvaroh na strouhání, máslo, mléko, zakysanou smetanu, smetanu ke šlehání a jogurt. Lacrum jako první mlékárna v ČR uvedla na trhu biomléko a biojogurt ve skleněném obalu.

Polabské mlékárny

Polabské mlékárny uvedly v roce 2008 na trh novinku ve formě biomásla pod značkou Milko a hned s ním slavily úspěch: vítěz kategorie v soutěži Česká biopotravina roku 2008 a „České bio 2009“ jako nejoblíbenější bionovinku roku 2008 ve spotřebitelském hlasování.

Kromě másla vyrábí Milko také několik druhů tvarohu a tvrdý sýr Mandava.

Olma

Mlékárna Olma byla první z českých mlékáren, které se do výroby biopotravin pustila. V prosinci 2008 uvedla Olma jako první v České republice na trh kefírové biomléko s obsahem probiotických kultur a ušlechtilých kvasinek.

Olma na trh uvádí kromě zmíněného kefírového mléka čerstvé plnotučné mléko v PET láhvi o obsahu 1 litr, jogurtový drink bílý a několik druhů jogurtů pod značkou Via Natur.

Také Olma v nedávné době začala pro některé maloobchodníky balit své výrobky do privátních značek.

TANY, spol. s r.o.

Společnost Tany z Nýrska začala v roce 2009 jako první v České republice vyrábět tavené biosýry. Bio tavený smetanový sýr je střednětučný (45 % tuku v sušině) a má 40 % sušiny. Výrobek je balen ve formě po 8 trojúhelníčkách v kulaté krabičce.

Přehled mléčných biopotravin na trhu

Viz příloha:

Přehled výrobků z biomléka v bioprodejnách.xls, Přehled výrobků z biomléka na maloobchodním trhu, Přehled výrobků z biomléka na farmách.xls, Seznam všech výrobků z biomléka na trhu.xls

2.3. Využití biomléka pro výrobu biopotravin

Dle sdělení mlékáren je nakoupené biomléko použito z 82,5 % na výrobu biopotravin, zbytek je použit v konvenční výrobě. Je to dáno především tím, že poptávka po biopotravinách se mírně snížila, svoz biomléka probíhá většinou každý druhý den a mlékárny nemohou mléko uskladnit, musí vždy spotřebovat celou várku. Pokud tedy v daný termín není dost objednávek, mléko je zpracováno jako konvenční.

2.4. Počet a druhy výrobků na trhu

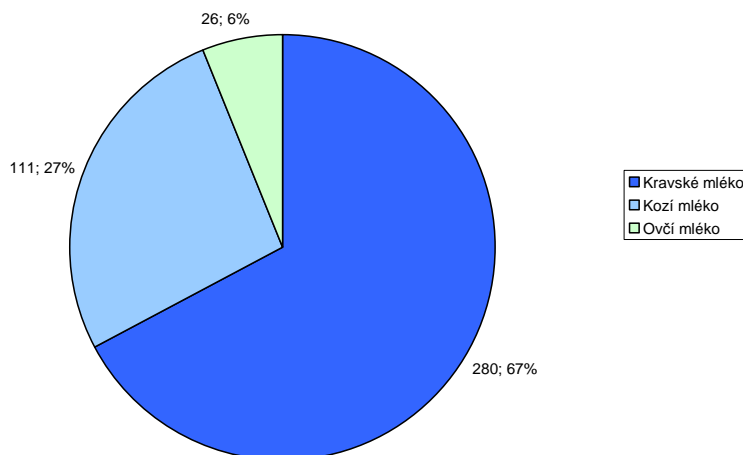
Z výsledků sběru dat v říjnu až prosinci 2009 vyplývá, že v tomto období bylo v maloobchodních sítích a na farmách v České republice v nabídce celkem 417 unikátních mléčných biovýrobků.

V maloobchodních řetězcích bylo celkem nabízeno 172 mléčných biovýrobků, v bioprodejnách 174 a na farmách 170 výrobků.

Co se týká vstupní suroviny, z celkově 417 výrobků na trhu je 280 výrobků z kravského mléka (67 %), 111 z kozího mléka (27 %) a 26 z ovčího mléka (6 %).

Graf: podíl suroviny na všech výrobcích z biomléka na českém trhu, podzim 2009

Podíl surovin na unikátních výrobcích z biomléka, podzim 2009
počet výrobků/podíl

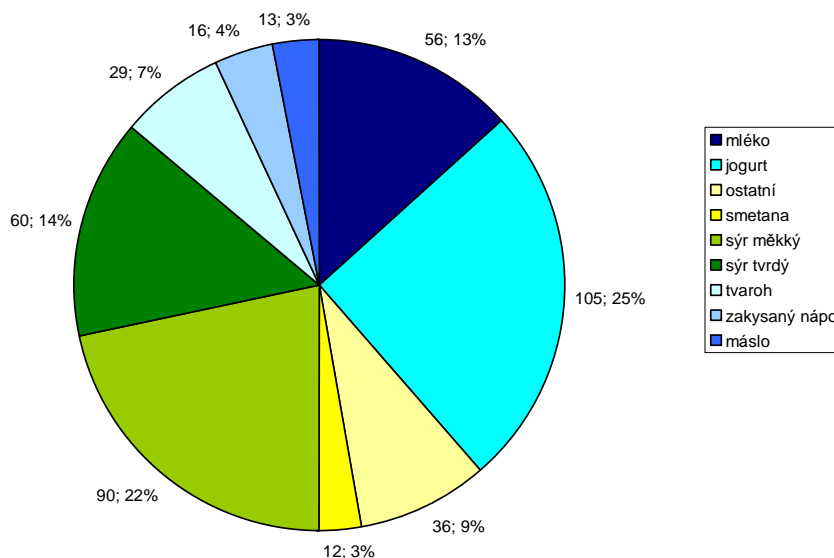


Výrobky z biomléka byly v rámci analýzy rozděleny do několika kategorií – mléko, sýr měkký, sýr tvrdý, tvaroh, smetana, jogurt, zakysaný nápoj a ostatní výrobky.

Jasně největší kategorií dle počtu výrobků na trhu je kategorie jogurt (105 kusů, 25 %), za ní následují kategorie sýr měkký (90 ks, 22 %), sýr tvrdý (60 ks, 14 %), mléko (56 ks, 13 %), ostatní (36 ks, 9 %), tvaroh (29,7 %), zakysaný nápoj (16, 4 %), máslo (13, 3 %). Nejmenší kategorií je kategorie smetana s 12 kusy výrobky na trhu (3 %).

Graf: podíl produktových kategorií unikátních výrobků z biomléka na českém trhu, podzim 2009

Podíl produktových kategorií unikátních výrobků z biomléka, podzim 2009
počet výrobků/podíl



2.5. Dovoz mléka a mléčných biovýrobků

Do České republiky se kromě samotné suroviny, kravského biomléka určeného ke zpracování, dováží značné množství výrobků pro maloobchod. Důvodem je jednak velmi málo pestrá domácí produkce, jednak dlouhodobé obchodní vztahy některých nadnárodních maloobchodníků s domácími producenty do vlastních značek.

Vysokou poptávku na domácím trhu využívá firma Bauer Bio, která dováží širokou škálu mléčných biovýrobků od německé mlékárny Andechser a dodává je jak do maloobchodních řetězců, tak do bioprodejen.

Dalším dovozcem je společnost bio nebio, která mléčné výrobky dováží od německé mlékárny Berchtesgadener.

Do České republiky dováží hotové biomléko a jogurty značky Tami slovenská Tatranská mlékárna, dokonce pro řetězec Albert vyrábí některé výrobky do jeho maloobchodní značky. Společnost Maresi dodává do českých prodejen kondenzované mléko dovážené od mateřské firmy z Rakouska.

Kompletní sortiment mléčných biovýrobků si pod svoji značkou Spar Natur*Pur dováží SPAR Česká republika pro svůj maloobchodní řetězec Interspar. Stejně tak řetězec Billa

dovází některé mléčné výrobky z Rakouska z mlékáren Pinzgau Milch a Alpenmilch Salzburg, a to jak pod rakouskou značkou Ja!Naturerlich, tak i českou Naše bio. Také německý řetězec PENNY Market dovází některé výrobky (Ennstal Milch) pro svoji novou značku Bio Style a stále ještě zmrzlinu značka BioBio. Jen několik výrobků dovází drogistický řetězec dm drogerie (trvanlivé mléko značky Alnatura) a Tesco (sýry).

Pod značkou Amálka uvádí na český trh syrovátkové nápoje, bonbony a nápoje pro redukci váhy v kvalitě bio společnost Aromatis s.r.o. Surovinu pro tyto výrobky produkuje bavorský výrobce sušené syrovátky, společnost BMI, eG, majitel Mlékárny Velké Meziříčí.

Tabulka: Seznam dovozců mléčných biovýrobků

Název společnosti
A7B Bohemia a.s.
Aromatis s.r.o.
Bauer BIO s.r.o.
BILLA, spol. s r.o.
bio nebio s.r.o.
Country Life s.r.o.
Daniela Meliosová-Hermes
dm drogerie markt s.r.o
Emilie Citterbartová
For People s.r.o.
Maresi Foodbroker, s.r.o.
Markoman s.r.o.
Plus Discount
Polabské mlékárny a.s.
Pro-bio obchodní spol. s r.o.
SPAR ČOS s r.o.
Tatranská mlékárna - Bohemia spol. s r.o.
Tesco Stores ČR a.s.

2.6. Vývoz mléka a mléčných biovýrobků z ČR

Všechny české mlékárny a faremní zpracovatelé se soustředí na český trh. Jen mlékárna Olma prodá malou část (do 5 % z celkového obrátu) v zahraničí, stejně tak Mlékárna Valašské Meziříčí (do 2 %).

Jen jeden faremní zpracovatel uvedl, že prodává část své produkce do zahraničí. Jedná se o producenta kozích sýrů sídlící v blízkosti polských hranic.

2.7. Marketing a prodej

Regionální zastoupení českých mléčných biopotravin v maloobchodní síti

Z dotazníkového šetření mezi výrobci vyplývá, že většina vyrobeného biomléka a mléčných biovýrobků je prodána na českém trhu, konkrétně 98,9 %. Jen dvě mlékárny uvádějí, že malou část (1,5 %, resp. 5 %) své produkce vyvážejí.

Biovýrobky mlékáren jsou distribuovány po celé České republice a běžně dostupné ve většině maloobchodních sítí. Neplatí, že by se výrobky prodávali jen nebo převážně v regionu výrobce. Je to dáno tím, že mlékárny většinu svých výrobků dodávají do maloobchodních sítí s celorepublikovým pokrytím.

Všichni faremní zpracovatelé své výrobky prodávají výhradně na českém trhu s výjimkou dvou farem, které část (20 %, respektive 70 %) svých výrobků prodávají i do zahraničí. Výrobky farmářské jsou kromě prodeje přímo z farmy nejčastěji nabízeny ve specializovaných prodejnách biopotravin, a to jak v regionu výrobce, tak také ve větších městech. Distribuci zajišťují jednak sami výrobci, jednak se na ní podílí někteří regionální distributoři a velkoobchody.

Jediné farmářské výrobky, které se dostaly do prodejen řetězcového maloobchodu a tedy do celorepublikové nabídky, jsou výrobky z kozího mléka farmy St.Pierre.

Taktéž kozí výrobky značky DoRa z kozí farmy Dvůr Ratibořice jsou k dostání více méně ve všech českých krajích, avšak jen v prodejnách biopotravin a zdravé výživy.

Zastoupení zpracovatelů a jejich biopotravin v maloobchodní síti

Jasně největším odběratelem biovýrobků z českých mlékáren jsou maloobchodní řetězce. Jejich podíl na prodeji mlékáren, které odpověděli na dotazník, dosahuje 85 %. I ostatní mlékárny, které na dotazník neodpověděly, většinu své produkce uvádějí na trh prostřednictvím maloobchodních řetězců.

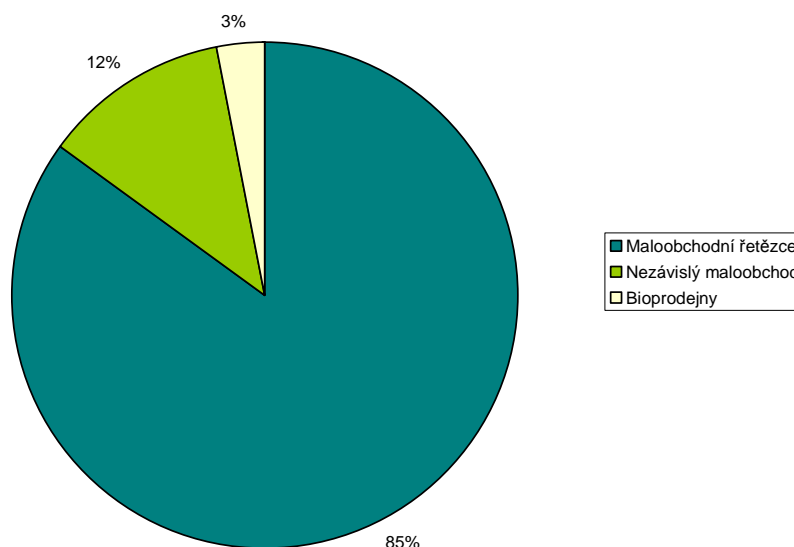
Druhým nejvýznamnějším odbytovým kanálem pro mlékárny jsou nezávislé maloobchodní prodejny s podílem 12 %. Teprve za nimi následují bioprodejny a prodejny zdravé výživy, jejich podíl dosahuje jen 3 %.

Mléčné biovýrobky mlékáren se zatím téměř vůbec neprosazují v oblasti gastronomie.

Hlavním důvodem je vyšší cena, která je pro provozovny hromadného stravování rozhodujícím kritériem nákupu. Provozovny v oblasti gastronomie, zejména ty v nejvyšších kategoriích, používají spíše řemeslné farmářské výrobky, kterými mohou obohatit a zpestřit svoji nabídku.

Graf: Podíl distribučních kanálů na prodeji mléčných biovýrobků českých mlékáren, listopad 2009

Podíl distribučních kanálů na prodeji mléčných biovýrobků českých mlékáren

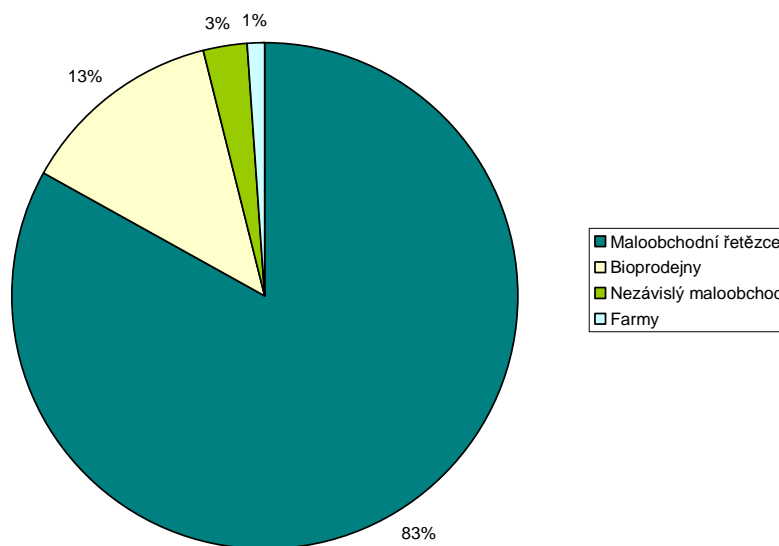


Distribuční kanály pro všechny mléčné biovýrobky na českém trhu

Celkový maloobchodní obrat s mléčnými biovýrobky v roce 2008 dosáhl 400 milionů korun. Největší podíl na tomto objemu měli maloobchodní řetězce – spotřebitelé v nich celkem utratili 332 milionů Kč (83 %). Druhým největším prodejním kanálem byly bioprodejny a prodejny zdravé výživy s obratem přibližně 52 milionů Kč (13 %). Nezávislé maloobchody dosáhly obratu asi 12 milionů Kč (3 %) a přímo na farmách bylo v roce 2008 prodáno mléčných biovýrobků za 4 milionů Kč (1 %).

Graf: Podíl distribučních kanálů na prodeji všech mléčných biovýrobků na českém trhu, listopad 2009

Podíl distribučních kanálů na prodeji všech mléčných biovýrobků na českém trhu



Maloobchodní řetězce

Kategorie Mléko a mléčné výrobky je druhou největší kategorií co do počtu položek v maloobchodních řetězcích. V listopadu 2009 bylo v maloobchodních řetězcích nabízeno 172 unikátních výrobků z biomléka.

Nejvíce výrobků nabízely prodejny Albert hypermarket, 48, Globus 40, Billa 39, Tesco 37 a Interspar 34, méně již pak Penny Market 19, Albert supermarket 16, Kaufland 13 a prodejny dm 4 výrobky.

Pokud se podíváme na podíl suroviny na počtu výrobků v maloobchodních řetězcích, pak jednoznačně vítězí kravské mléko s 95% podílem, 5% podíl má kozí mléko.

Tabulka: počet výrobků v jednotlivých kategoriích - maloobchodní řetězce

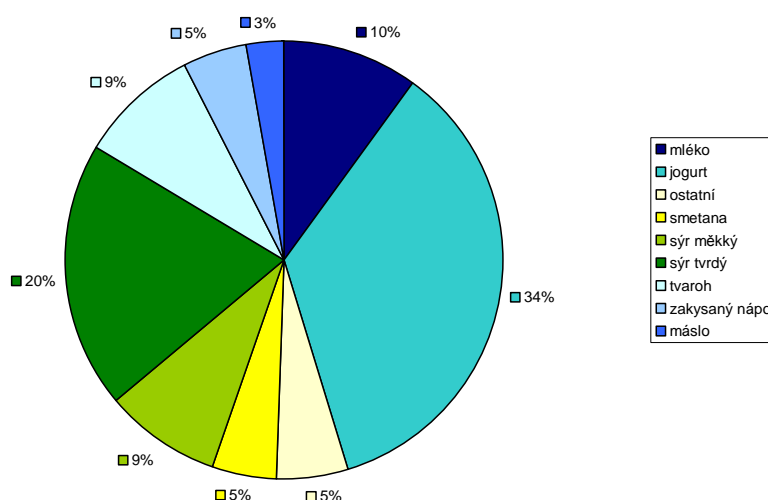
Kategorie	Počet položek celkem	Počet položek vyrobených v ČR	Podíl položek vyrobených v ČR
Jogurt	61	18	30 %
Mléko	17	6	35 %
Máslo	5	3	60 %
Smetana	8	3	38 %
Sýr měkký	15	2	13 %

Sýr tvrdý	34	23	68 %
Tvaroh	15	13	87 %
Zakysaný nápoj	8	8	100 %
Ostatní	9	4	44 %
Celkem	172	80	46,5 %

Dle počtu výrobků převažují v maloobchodních řetězcích mléčné biovýrobky ze zahraniční, jejich podíl je 53,5 %.

Graf: Podíl produktových kategorií výrobků z biomléka v MO řetězcích

Podíl produktových kategorií výrobků z biomléka v MO řetězcích, podzim 2009



Největší kategorií co do počtu položek je kategorie jogurt s celkem 61 výrobky. Biojogurty jsou nejoblíbenější mléčný výrobek mezi českými spotřebiteli, proto tak vysoké zastoupení. Největším dodavatelem do této kategorie z českých výrobců je Olma (14 výrobků), dále pak Mlékárna Valašské Meziříčí (3) a pan Maštalíř (2). Ostatní biojogurty jsou dovážené, největšími dovozci jsou Bauer Bio, Spar a Billa.

Druhou největší kategorií dle počtu výrobků jsou tvrdé sýry. Jasně dominantním dodavatelem této kategorie je Lacrum Velké Meziříčí (21 položek), daleko za ním je Bauer Bio dovážející tvrdé sýry ze zahraničí (6 položek). Několik výrobků v této kategorii také dováží sami maloobchodníci, konkrétně Spar a Billa.

Třetí největší kategorií jsou společně kategorie tvaroh a sýr měkký s 15 položkami. Ostatní kategorie již mají v maloobchodních řetězcích méně než 10 položek.

Kategorie s největším zastoupením položek vyráběných v České republice jsou zakysané nápoje – česká specialita a velmi oblíbená kategorie mezi spotřebiteli. Veškeré výrobky v této kategorii jsou vyráběny v České republice. Výrobci jsou Mlékárna Valašské Meziříčí, pan Maštalíř a Olma.

Další kategorií s výraznějším podílem (87 %) českých výrobků je kategorie tvaroh, dále sýr tvrdý (68 %) a máslo (60 %). Hlavními dodavateli do těchto kategorií jsou Polabské mlékárny, Lacrum Velké Meziříčí a Ekomilk.

Do kategorie „ostatní výrobky“ byly v maloobchodních řetězcích nejčastěji zařazeny sušená syrovátka (dodavatel Aromatis), pudinky a zmrzlina.

Tabulka: Seznam dodavatelů do maloobchodních řetězců

Název dodavatele	Celkový počet výskytů položek	Unikátní výskyty položek
Ekomilk	1	1
Plus Discount	1	1
TANY	1	1
Bohemilk	3	1
Maresi	6	1
Ennstal Milch KG	2	2
AlnaturA	3	3
Alpenmilch Salzburg	3	3
Billa	3	3
Aromatis	5	4
Tesco	5	4
Maštalíř – St.Pierre	7	6
Tatranská mlékárna	13	7
Mlékárna Valašské Meziříčí	18	7
Pinzgau Milch	9	9
Polabské mlékárny	18	13
Olma	54	17
Spar	25	25
Lacrum	28	27
Bauer BIO	45	37
Celkem	250	172

Do maloobchodních řetězců dodává mléčné biovýrobky celkem 20 dodavatelů, z toho je 8 českých mlékáren nebo výrobců, 4 obchodníci a zbytek jsou zahraniční mlékárny, jejich výrobky si ovšem do České republiky vozí sami maloobchodníci. Jen 8 dodavatelů dodává české výrobky, ostatní dodávají jen v zahraničí vyrobené biopotraviny.

Nejvíce položek do maloobchodních řetězců dodávají společnosti Bauer Bio – výhradně dovoz (37 položek), Lacrum Velké Meziříčí (27), Spar Česká republika –dovoz výrobků ve vlastní značce (25), Olma (17), Polabské mlékárny (13) a Mlékárna Valašské Meziříčí (7). Je potřeba si uvědomit, že mezi unikátními výskyty výrobků zmíněných mlékáren jsou nejen výrobky v jejich vlastních značkách, ale také výrobky ve značkách maloobchodních řetězců.

Mezi dodavatele značného množství výrobků patří dovozci. Kromě již zmíněných společností Bauer Bio a Spar je to společnost Billa, která dováží mléčné výrobky z Rakouska (Pinzgau Milch, Alpenmilch Salzburg), Tatranská mlékárna a společnost Maresi.

Bioprodejny a prodejny zdravé výživy

Ve specializovaných prodejnách biopotravin, které jsem navštívili v říjnu a listopadu 2009 v Praze, Jihomoravském, Zlínském, Královohradeckém, Plzeňském, Moravskoslezském kraji a kraji Vysočina, bylo nabízeno celkem 174 mléčných biovýrobků.

Jednotlivé bioprodejny nabízí v rozmezí od 40 do 130 výrobků v závislosti na velikosti sídla, ve kterém působí.

Výrobky z kravského mléka tvoří v bioprodejnách 70 % položek, 23 % položek tvoří výrobky z kozího mléka a 7 % z ovčího mléka.

Tabulka: počet výrobků v jednotlivých kategoriích - bioprodejny

Kategorie	Počet položek celkem	Počet položek vyrobených v ČR	Podíl položek vyrobených v ČR
Jogurt	50	21	42 %
Mléko	12	3	25 %
Máslo	5	4	80 %
Smetana	5	2	40 %
Sýr měkký	29	20	69 %
Sýr tvrdý	25	19	76 %
Tvaroh	12	7	58 %
Zakysaný nápoj	10	7	70 %
Ostatní	26	16	62 %
Celkem	174	99	57 %

V bioprodejnách převažují mléčné biovýrobky domácího původu (57 %).

Největší kategorií co do počtu položek je kategorie jogurt s 50 výrobky. Druhou největší kategorií je sýr měkký s 29 výrobky, dále pak kategorie ostatní s 26 výrobky a sýr tvrdý s 25 výrobky.

Mezi výrobky v kategorii ostatní se v bioprodejnách řadí opět zejména syrovátka a výrobky vyrobené z ní, nápoje Lassi, pudinky a sušené mléko, ať už kravské či kozí.

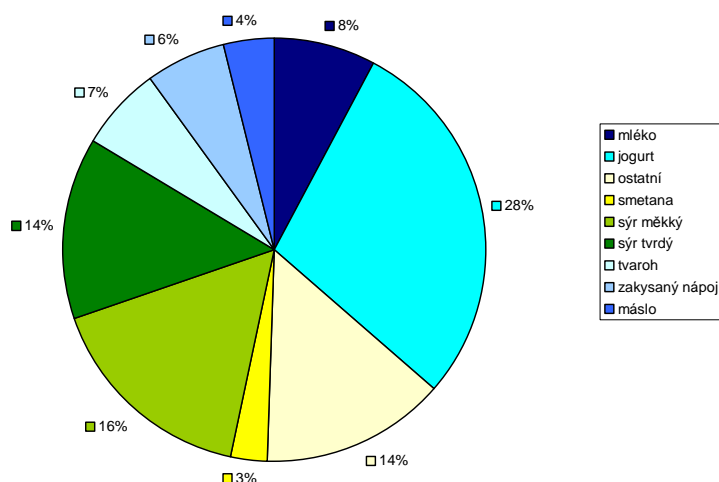
Kategorie s největším podílem českých výrobků je v bioprodejnách kategorie máslo s 80% podílem. Další kategorií s vysokým zastoupením domácích výrobků je sýr tvrdý (76 %), mezi české dodavatele patří Kozí farma Pěňčín, Farma Filoun, Lacrum Velké Meziříčí, Ekofarma Poběžovice a Polabské mlékárny.

Velké zastoupení českých výrobků má také kategorie zakysané nápoje (70 %). Domácími dodavateli zakysaných nápojů z kravského biomléka jsou kromě Mlékárny Valašské Meziříčí a Olmy také Farma Držovice. Další faremní zpracovatelé, konkrétně ekofarma Dvůr Ratibořice, Kozí farma Pěňčín a Jan Maštalík - St. Pierre, nabízí zakysané nápoje z kozího mléka.

Téměř 70 % zastoupení českých výrobců má také kategorie měkkých sýrů (69 %). Hlavní zásluhu na tom mají opět faremní zpracovatelé především kozího mléka, konkrétně Dvůr Ratibořice, Kozí farma Pěňčín, Jan Maštalík - St. Pierre a Ekofarma Poběžovice. Kravské měkké sýry také dodává Farma Filoun a ovčí sýry pak Kozí farma Pěňčín.

Graf: Podíl produktových kategorií výrobků z biomléka v bioprodejnách, podzim 2009

Podíl produktových kategorií z biomléka v bioprodejnách, podzim 2009



Tabulka: Seznam dodavatelů do bioprodejen

Název dodavatele	Celkový počet výskytů položek	Unikátní výskyty položek
A7B Bohemia a.s.	1	1
ASP	1	1
Jakub Laušman (Farma Držovice)	1	1
Marksman	1	1
Pro-bio	1	1
For People	1	1
Country Life	2	2
Daniela Meliosová-Hermes	4	2
Vitall	2	2
Mlékárna Valašské Meziříčí	5	4
Josef Šourek (Farma Filoun)	8	6
Emilie Citterbartová	10	7
Luboš Vohralík (Ekofarma Poběžovice)	7	7
Aromatis	15	10
Polabské mlékárny	17	11
Olma	17	12
Josef Pulíček (Kozí farma Pěncín)	16	13
Lacrum Velké Meziříčí	21	14
Dvůr Ratibořice Dobrovolný	35	15
Bauer BIO	36	29
bio nebio	52	34
Celkem	255	174

Do sledovaných bioprodejen na konci roku 2009 dodávalo mléčné biovýrobky 21 dodavatelů, o jednoho více než do řetězců. Jedenáct dodavatelů jsou buďto mlékárny nebo faremní zpracovatelé, 10 jsou obchodníci dodávající vesměs zahraniční výrobky.

Největší počet výrobků do bioprodejen dodává společnost bio nebio s.r.o., která nabízí široký sortiment (celkem 34 výrobků) německé mlékárny Milchwerke Berchtesgadener Land Chiemgau eG - Berchtesgadener. Také druhý největší dodavatel, společnost Bauer Bio, dodává bioprodejnám výrobky z Německa, od mlékárny Andechser.

Teprve daleko za těmito dvěma dodavateli jsou čeští výrobci, konkrétně Dvůr Ratibořice (15 položek), Lacrum Velké Meziříčí (14) a Kozí farma Pěnčín (13). Ještě Olma a Polabské mlékárny dodávají bioprodejnám nad 10 výrobků.

Srovnání sortimentu řetězce versus bioprodejny

Jak vyplývá z výše uvedených dat, existuje mezi nabídkou maloobchodních řetězců a specializovaných bioprodejen určité rozdíly, a to nejen v počtu položek v jednotlivých kategoriích, ale také v podílu domácích dodavatelů.

Tabulka: Srovnání počtu položek maloobchodní řetězce versus bioprodejny

Kategorie	Počet položek celkem bioprodejna	Počet položek celkem MO řetězec	Podíl položek vyrobených v ČR bioprodejna	Podíl položek vyrobených v ČR MO řetězec
Jogurt	50	61	42 %	30 %
Mléko	12	17	25 %	35 %
Máslo	5	5	80 %	60 %
Smetana	5	8	40 %	38 %
Sýr měkký	29	15	69 %	13 %
Sýr tvrdý	25	34	76 %	68 %
Tvaroh	12	15	58 %	87 %
Zakysaný nápoj	10	8	70 %	100 %
Ostatní	26	9	62 %	44 %
Celkem	174	172	57 %	46,5 %

V celkovém počtu položek není mezi bioprodejny a maloobchodními řetězci překvapivě velký rozdíl, v bioprodejnách jsme na konci roku 2009 napočítali jen o 2 unikátní výskyty výrobků více.

Rozdíl mezi bioprodejny a řetězci ovšem najdeme v podílu domácích a dovozových výrobků. Zatímco v řetězcích převažují dovozové položky (53,5 %), v bioprodejnách naopak převažují mléčné biovýrobky domácího původu (57 %). Více než 10% rozdíl ve prospěch domácích výrobků v bioprodejnách je opět dán tím, že bioprodejny se snaží nabízet především mnohem širší sortiment těch výrobků, které nenabízejí řetězce a tedy se soustřeďují na faremní výrobky.

Na rozdíl od maloobchodních řetězců tvoří výrobky z kravského mléka v bioprodejnách jen 70 % položek (v řetězcích 95 %), 23 % položek tvoří výrobky z kozího mléka (v řetězcích jen 5 %) a 7 % z ovčího mléka (v řetězcích ani jeden výrobek).

Rozdíl je jednoznačně dán tím, že bioprodejny jsou hlavním distribučním kanálem pro farmářské výrobky z kozího a ovčího mléka a tím, že nároční zákazníci bioprodejen poptávají širší sortiment výrobků než zákazníci maloobchodních řetězců.

Srovnáme-li podíl výskytu výrobků v největší kategorii „jogurty“ vidíme, že v maloobchodních řetězcích dosahují české výrobky jen 30 %, zatímco ve specializovaných bioprodejnách je to 42 % z celkového výskytu výrobků.

Na druhou stranu v kategorii mléko je podíl českých výrobků vyšší v řetězcích, dosahuje 35 %, v bioprodejnách o deset procent méně. Také kategorie tvaroh a zakysané nápoje má větší zastoupení českých výrobků v maloobchodních řetězcích než v bioprodejnách.

Velký rozdíl je ale v kategorii měkkých sýrů, bioprodejny díky farmářským výrobkům nabízí 69% podíl domácích výrobků, řetězce jen 13%.

V dalších kategoriích již co se týká podílu českých výrobků mají navrch bioprodejny. V kategorii máslo nabízí řetězce 60 % výrobků od českých výrobců, bioprodejny 80 %. Kategorie ostatních výrobků, bohatě zastoupená v bioprodejnách, má také zde vyšší podíl domácích výrobků, 62 % versus 44 % v řetězcích.

Cena mléčných biopotravin

Ceny konvenčních mléčných výrobků v roce 2007 a 2008 výrazně vzrostly a přiblížily se tak k cenám výrobků v bio kvalitě. To dalo řadě spotřebitelů podnět k tomu, vyzkoušet mléčné biovýrobky. Také poměrně bohatá nabídka některých maloobchodních řetězců lákala spotřebitele k vyzkoušení.

Na konci roku 2009 se však rozdíl mezi konvenčními mléčnými výrobky a biovýrobky opět rozšířil. Cena konvenčního mléka totiž celý rok 2009 klesala a začala opět růst až v samém závěru roku.

Srovnání cen biovýrobků dle místa prodeje

V rámci šetření pro tuto analýzu byly na podzim 2009 posbírány v maloobchodních řetězcích a prodejnách biopotravin ceny všech v tu dobu nabízených mléčných biovýrobků. V obou typech prodejen bylo napočítáno celkem 288 jedinečných výskytů výrobků z kategorie mléko a mléčné biovýrobky.

Z těchto téměř třech stovek výrobků bylo 51 výrobků nabízeny jak v maloobchodních řetězcích, tak také v bioprodejnách. Srovnáním jejich cen jsme dospěli k těmto závěrům.

- Jedná se převážně o výrobky českých mlékáren (Olma, Polabské mlékárny, Mlékárna Valašské Meziříčí, Lacrum Velké Meziříčí a Jan Maštálíř – St.Pierre) a výrobky německé mlékárny Andechser (dovoz Bauer Bio).
- Mezi výrobky je 14 jogurtů, 2 másla, 3 mléka, 6 výrobků z kategorie ostatní (puďinky a syrovátka), 3 smetany, 4 sýry měkké, 11 sýrů tvrdých, 4 tvarohy a 4 zakysané nápoje. Košík tedy rovnoměrně zastupuje všechny kategorie.
- Celková cena tohoto „košíku“ byla v listopadu 2009 v bioprodejnách 2 468,90 Kč. Stejný košík stál v maloobchodních řetězcích 2 254,10 Kč, o 9,5 % méně. V případě mléčných biopotravin se tedy ukázalo, že rozdíl mezi řetězci a bioprodejny není až tak veliký.

Srovnání cen biovýrobků s konvenčními výrobky

Sběr dat pro tuto analýzu neobsahoval ceny konvenčních výrobků. Proto jsme si pro srovnání data vypůjčili ze zprávy „Srovnávací test cen biopotravin a konvenčních potravin v pražských obchodech a obchodních řetězcích“, který na podzim 2009 vypracovala PRO-BIO LIGA.

Tabulka: Srovnání cen mléčných biopotravin s konvenčními mléčnými výrobky

Produkt	Průměrný rozdíl bio v bioprodejnách vs. konvence v supermarketech	Průměrný rozdíl bio vs. konvence v supermarketech	Průměrný rozdíl bio vs. konvence ve všech sledovaných místech (supermarkety, bioprodejny)
jogurt bílý	76,24%	28,69%	56,22%
jogurt ovocný jahodový	46,57%	42,14%	44,49%
jogurtový nápoj	57,82%	111,32%	82,79%
máslo	109,79%	68,31%	94,24%
mléko plnotučné	72,12%	30,22%	55,83%
mléko polotučné trvanlivé	95,08%	54,08%	65,79%
smetana sladká 31 %	129,53%	73,45%	107,10%
čerstvý kozí sýr	-27,25%	-5,12%	-23,53%
eidam 30 %	81,25%	57,46%	73,32%
Celkem	71,24%	51,17%	61,80%

Zdroj: Srovnávací test cen biopotravin a konvenčních potravin v pražských obchodech a obchodních řetězcích, PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2009

Z testu jasně vyplývá známý fakt: biopotraviny jsou dražší než konvenční potraviny, mléčné výrobky nevyjímaje. Pomyslný koš mléčných výrobků obsahoval 9 výrobků, které se v bioprodejnách a maloobchodních řetězcích vyskytují jak v konvenční tak i v biokvalitě.

Průměrný cenový rozdíl mezi biokošem a konvenčním košem je 61,8 %. To je opravdu velký rozdíl a není tedy překvapením, že spotřebitelé s nákupem bio variant mléčných výrobků váhají.

Jak ale vyplývá z tabulky, rozdíly jsou jiné v bioprodejnách a jiné v maloobchodních řetězcích. V bioprodejnách se vyjmenované mléčné biopotraviny daly na podzim loňského roku koupit o 71,24 % dražší než jejich konvenční ekvivalenty v řetězcích, v samotných maloobchodních řetězcích byl rozdíl o 20 % nižší (51,17 %). Jasně z toho vyplývá, že mléčné biovýrobky v bioprodejnách byly, dle testu PRO-BIO LIGY, v průměru o 20 % dražší než v řetězcích.

Naše vlastní srovnání provedené přibližně ve stejnou dobu našlo rozdíl jen ve výši 10 %, viz výše. Rozdíl je pravděpodobně zapříčiněn mnohem větším vzorkem v našem průzkumu (51 vzorků) než v průzkumu PRO-BIO LIGY (9 vzorků).

Absolutně největší rozdíl mezi bio a konvenčním mléčným výrobkem našel test PRO-BIO LIGY u sladké smetany, 107,10 %. Velmi vysoký rozdíl je také u másla (94,24 %), jogurtového nápoje (82,79 %) a sýru eidam (73,32 %). U ostatních položek se již rozdíl pohybuje okolo 50 % (jogurty a mléka).

Zajímavý je ale rozdíl v ceně čerstvého kozího sýru, překvapivě levnější byla varianta bio a to o 23,53 %.

2.7. Biomléko a spotřebitelé

Od přelomu roků 2006 a 2007 došlo v České republice k nastartování velmi dynamického růstu spotřebitelské poptávky po biopotravinách. Pozitivní informace a velmi dobrá ekonomická situace umožnila spotřebitelům nakupovat alespoň občas ty nejkvalitnější výrobky. Dalším pozitivním impulsem bylo značné rozšíření nabídky biopotravin v maloobchodních řetězcích, ve kterých nakupuje většina populace.

Biomléko a biojogurty jsou pro značnou část českých spotřebitelů vstupní bránou do světa biopotravin. Spotřebitelé nemuseli donedávna překonávat velké znalostní bariéry, většina výrobků pocházela od známých českých výrobců a značek. Navíc, cena biojogurtu není o tolik vyšší než cena kvalitního konvenčního jogurtu a celkový výdaj za jeden či dva biojogurty představuje zanedbatelnou částku, kterou je řada spotřebitelů ochotna občas utratit.

Na podzim 2008 ale přišla na nažhavený český biotrh studená sprcha v podobě celosvětové finanční krize. Tato sprcha spláchla původní nadšení zejména domácích výrobců, kteří se zalekli investic do exkluzivní kategorie v době, kdy „nevěděli, co bude zítra“. Stejně tak spotřebitelé, masírování negativními zprávami z médií, naráz začali dvakrát přemýšlet o tom, za co utratí své peníze a opět se přesunuli k nákupu levnějších variant. Na druhou stranu je nutné konstatovat, že maloobchodní řetězce působící v ČR panice nepodlehly a svoje dřívější rozhodnutí investovat do kategorie biopotravin jako do strategické kategorie budoucnosti, nerevidovali.

Dalším negativním momentem, který vedl ke zpomalení dynamického růstu spotřeby biopotravin z roku 2007 a 2008, bylo zveřejnění zprávy britské FSA v létě 2009. Ze závěrů zprávy vyplývá, že biopotraviny nemají ve srovnání s konvenčními potravinami žádné pozitivní vlivy na lidské zdraví. Výsledky zprávy byly široce medializovány a pravděpodobně ovlivnily řadu spotřebitelů. V kombinaci s probíhající ekonomickou krizí se prodeje mléčných biopotravin oproti stavu z roku 2007 a začátku roku 2008 značně zpomalily.

K určitému, přechodnému, zpomalení trhu s biopotravinami, přispěli paradoxně i sami maloobchodníci svými strategiemi budovat pro kategorii biopotravin vlastní maloobchodní značky.

Od konce roku 2008 tak byla většina úspěšných biovýrobků převáděna do značek maloobchodních řetězců, což má dva důsledky: jednak si zákazníci musejí zvykat na nové značky výrobků a tím krátkodobě klesá jejich prodej, jednak tato strategie staví pod značný tlak výrobce.

Kromě toho, že se výrobci museli rozloučit se svými značkami, vznikají jim navíc zvýšené náklady při výrobě různých obalů pro několik maloobchodních značek. Je to ale nezbytnost, jinak by se výrobky na trhu v podstatě neuplatnily.

Řetězcoví maloobchodníci navíc nechtějí zvedat ceny původních „výrobních“ značek, takže s největší pravděpodobností dochází ke snižování ziskové marže u výrobců. Ti zase tlačí na cenu u producentů a produkce biomléka za současné ceny je na hraně ekonomické udržitelnosti.

Výrobky pod původní „výrobní“ značkou nacházejí jen malý trh v nezávislých maloprodejnách a bioprodejnách.

Vzhledem k tomu, že 83 % všech výrobků z biomléka nakoupí spotřebitelé v maloobchodních řetězcích, bude další vývoj na trhu s biomlékem a mléčnými výrobky do značné míry závislý na tom, zda a jak rychle získají zákazníci k „novým“ výrobkům důvěru.

2.8. Potenciál maloobchodního trhu

Je pravděpodobné, že s ústupem finanční krize a růstem české ekonomiky se český trh s biopotravinami vrátí k dalšímu prudkému růstu. Biopotraviny stále ještě pravidelně kupuje velmi malá skupina veřejnosti (do 5 %) – ve srovnání s okolními zeměmi je to velmi nízký podíl. S tím, jak se tato skupina bude postupně s přibývajícím informovaností zvětšovat a s tím, jak se občasní spotřebitelé k biopotravinám vrátí, nabere trh opět růstový trend v desítkách procent ročně.

Český statistický úřad eviduje spotřebu mléka a mléčných výrobků nikoli v maloobchodních cenách, ale v litrech/kg na osobu. Za rok 2008 dosáhla spotřeba mléka a mléčných výrobků v ČR (bez másla) 235 litrů na osobu. Abychom zjistili podíl spotřeby mléčných biovýrobků na celkové spotřebě, musíme se pokusit převést známý maloobchodní obrat s mléčnými biovýrobky na litry.

Pokud víme, že celkově bylo českými mlékárnami vykoupeno 11,78 milionů litrů biomléka a maloobchodní obrat za jejich výrobky dosáhl 225 milionů Kč, můžeme z toho přibližně odvodit celkové množství prodaného biomléka v litrech, odpovídající celkovému obratu trhu (400 mil. Kč). Výpočtem dojdeme k tomu, že spotřeba biomléka a mléčných biovýrobků na jednu osobu dosáhla v roce 2008 1,9 litrů. Spotřeba mléčných biovýrobků se tedy na celkové spotřebě mléčných výrobků podílela 0,8 %.

Pro srovnání se podívejme, kolika procenty se kategorie mléko a mléčné výrobky podílí na nejvyspělejších evropských biotrzcích na celkové spotřebě dané kategorie. Nejvíce je to v Dánsku, až 8 %, ve Švýcarsku je to přibližně 7,5 %, v Rakousku necelých 7 %. Ve Velké Británii byl podíl přibližně 4,5 % a v Nizozemí necelá 4 %. Současný český podíl 0,8 % je tedy daleko za vyspělou Evropou.

Kategorie mléko a mléčné biovýrobky tvoří například v Dánsku téměř 50 % z celkového obratu biopotravin, v Rakousku je to přes 40 % a v Nizozemí a Francii téměř 20 %. Pro srovnání: v České republice byl v roce 2008 tento podíl 22,5 %.

Z výše zmíněného lze předpokládat, že trh s mléčnými biovýrobky musí v České republice nadále razantně růst, aby dosáhl jen těch nejnižších úrovní na vyspělých trzích Evropy.

Sortiment mléčných biovýrobků je pro maloobchodníky naprosto stěžejní. Vzhledem k tomu, že je to vstupní kategorie do světa biopotravin pro většinu běžných spotřebitelů, je v zájmu každého řetězce, aby sortiment dále kreativně budoval a jedinečnost své nabídky zákazníkům důsledně komunikoval.

Někteří maloobchodníci si důležitost kategorie mléčných biovýrobků uvědomují, sortiment rozšiřují a postupně další a další úspěšné výrobky převádějí do vlastní značky, doufaje, že si získají důvěru a loajalitu zákazníků.

Problémem českého trhu zatím zůstává fakt, že nabídka domácích výrobců je velmi skromná a tak všichni maloobchodníci v podstatě nabízejí tytéž výrobky jen v odlišných obalech.

Maloobchodní řetězec Albert Hypermarket nabízí nejvíce mléčných biovýrobků – 48. Pro srovnání, rakouské supermarkety Billa mají v základní nabídce před 80 mléčných biovýrobků a v Rakousku působící diskontní prodejce Hofer jich má v nabídce přes 50.

Mnohem širší nabídku mají v České republice některé specializované bioprodejny, ale těch je velmi málo a působí jen v největších městech. Navíc se potýkají s nedostatkem místa a v podstatě další výrobky již nemají kam dávat. Ty největší nabízí až 130 výrobků, ovšem celá řada z nich jsou totožné s nabídkou řetězců. Růst v tomto marketingovém kanále tak může přijít především rozšířením sortimentu faremních výrobků a orientací na speciality či regionální výrobky.

Mlékárny měly na začátku roku 2010 nasmlouvané dostatečné množství suroviny pro růst trhu, výrobní kapacita také není překážkou. Dokonce některé z nich část nakupovaného biomléka nárazově používají pro výrobu konvenčních potravin.

Výrobci, kteří odpověděli na dotazníkové šetření, byli na konci roku 2009 schopni uspokojit 100 procent poptávky svých obchodních partnerů po výrobcích z biomléka, jen jedna mlékárna uvedla, že uspokojuje poptávku jen z 80 procent. Této mlékárně denně schází přibližně 500 litrů biomléka, všechny ostatní mlékárny mají mléka dostatek.

V roce 2009 nakoupily české mlékárny přibližně 11,8 milionů litrů biomléka. Co se týká dalšího vývoje na trhu s biomlékem, mlékárny očekávají, že na konci roku 2011, tedy za dva roky, budou potřebovat nakoupit přibližně 13,8 milionů litrů mléka, o 2 miliony více, než vloni, aby plně uspokojili budoucí poptávku svých obchodních partnerů. Jedná se navýšení o 8 000 litrů denně oproti současnému množství vykupovaného biomléka, což je produkce, která v České republice je nebo brzy bude poté, co některé větší farmy ukončí konverzi na ekologický chov.

Jasně největší potenciál růst prodeje dle mlékáren slibují v následujících třech letech maloobchodní řetězce – největší důležitost jim přičkly 3 ze 4 mlékáren. Na druhém místě se co do atraktivitu pro příští roky umístil nezávislý maloobchodní trh, teprve za ním zůstaly bioprodejny a gastronomický trh.

Mlékárny vidí v řetězcovém maloobchodu velký potenciál přesto, že tyto dnes značné množství mléčných biopotravin dováží ze zahraničí a jsou na tamější výrobce vázání svými privátními značkami. Maloobchodní síť SPAR i Billa stále některé výrobky dováží z Rakouska, přesto že adekvátní nabídka od českých výrobců existuje. I Albert dává přednost zahraničními výrobci pro některé své výrobky. Rozhodnutí mateřských společností o využívání zahraničních výrobců má tedy silnější váhu než snaha o nákup od domácích výrobců. Druhým aspektem je cena – pokud se řetězci podaří sehnat levnější variantu v zahraničí, neváhá domácí dodavatele odstavit.

Řešením tohoto rozporu musí být v případě maloobchodního trhu zejména vysoká kvalita domácích výrobků, minimálně srovnatelná s kvalitou dovážených. Dále to pak musí být rozšíření sortimentu mlékáren o populární kategorie, které zákazníci chtějí kupovat, jako například zmrzlina, tvrdé a polotvrdé sýry, pomazánky, jogurty, různě ochucená másla, ale i například výrobky z kozího mléka či výrobky pro děti.

Velký potenciál do budoucna pro mlékárny skýtá gastronomický trh. Zatímco restaurace, vyžadující nejvyšší kvalitu, rozmanitost a jedinečnost nakupovaných surovin, budou nadále

dávat přednost spíše výrobkům od faremních dodavatelů, může být pro mlékárny zajímavý segment veřejného stravování.

Zejména školy a nemocnice se budou stále více orientovat na zdravé stravování. Zkušenosti s biopotravinami při přípravě obědů má, dle výzkumu Factum Invenio, pětina škol (tedy přibližně 2 000 subjektů), u 58 % z nich však biopotraviny představují 5 % zpracovaných potravin a méně.

Mezi kritérii výběru dodavatelů potravin dominují u provozovatelů školních jídelen kvalita surovin (95 %), spolehlivost dodávek (87 %) a cena (62 %). Školy mají o zavedení biopotravin zájem, protože jde o zdravější stravu dětí (83 %), protože to přináší jejich uvědomělejší životní styl (47 %) a protože to rozšíří sortiment nabízených jídel (30 %). Mezi důvody proti zavádění biopotravin dominují: je příliš drahé (72 % ředitelů), je málo dodavatelů a bude problém s distribucí (34 %), je nízké povědomí o jeho kvalitě (28 %), má omezený sortiment (20 %).¹

Z průzkumu HORECA Monitor provedeného v prosinci 2008 společností INCOMA Research mezi všemi druhy gastronomických zařízení a provozovatelů veřejného stravování v České republice vyplývá, že 4 % všech provozoven již biopotraviny používají a 6 % uvažuje o jejich zavedení.

V závodním stravování zajišťovaném cateringovými firmami 10 % provozovatelů používá biopotraviny, ve zdravotnických zařízeních je to 20 %.

Nižší podíl je zatím v oblasti HoReCa, 4 % hotelů a penzionů a 4 % restaurací biopotravin již biopotraviny používá. Ovšem v restauracích, kde průměrná cena oběda přesahuje 200 Kč, je penetrace větší, zde uvádí 13 % provozovatelů, že z bioproduktů vaří a 7 % o tom uvažuje.

Ve školním stravování 9 % provozoven již biopotraviny používá; tam, kde školní stravování zajišťují cateringové firmy, dosáhl podíl dokonce 20 %. Navíc, 12 % všech školních kuchyní deklarovalo zájem biopotraviny začít používat.²

1. Hlavní zjištění z průzkumu zájmu o zavádění biopotravin do škol a předškolních zařízení, Tisková zpráva, Country Life, leden 2010

2. HORECA Monitor 2008, Incoma Research, únor 2009

3. Mléko a mléčné biovýrobky na evropských trzích

Pro porovnání přinášíme shrnutí hlavních dat a informací z několika nejdůležitějších evropských trhů pro mléčné biopotraviny.

3.1. Produkce a obchod s biomlékem

V roce 2008 bylo v Německu vyprodukováno celkem 461 milionů kilogramů biomléka. Německo je tak největším evropským producentem biomléka, před Dánskem, Rakouskem a Velkou Británií.

Podíl biomléka na celkové produkci mléka je ovšem v Německu jen 1,7 %, ve Velké Británii je to 3,4 %, v Dánsku 9,6 % a v Rakousku dokonce 12,8 %.

Trhy s biomlékem ve státech Beneluxu, Velké Británie, Dánska, Francie, Rakouska, Německa a Itálie jsou úzce provázané. Není to dáno nedostatkem suroviny, ale spíše poptávkou po zahraničních výrobcích. Na většině těchto trhů je na konci roku 2009 znát mírná nadprodukce.

Německo dováží biomléko a mléčné výrobky z Dánska a Rakouska, ale vyváží mléko do Francie. Francie kromě Německa dováží biomléko a mléčné biovýrobky také z Velké Británie. Naopak, do zbytku Evropy Francie vyváží biosýry.

3.2. Spotřeba biomléka a výrobků

Kategorie mléko a mléčné výrobky se na nejvyspělejších evropských biotržích podílí na celkové spotřebě dané kategorie až 8 % (Dánsko). Ve Švýcarsku je to přibližně 7,5 %, v Rakousku necelých 7 %. Ve Velké Británii byl podíl přibližně 4,5 % a v Nizozemí necelá 4 %.

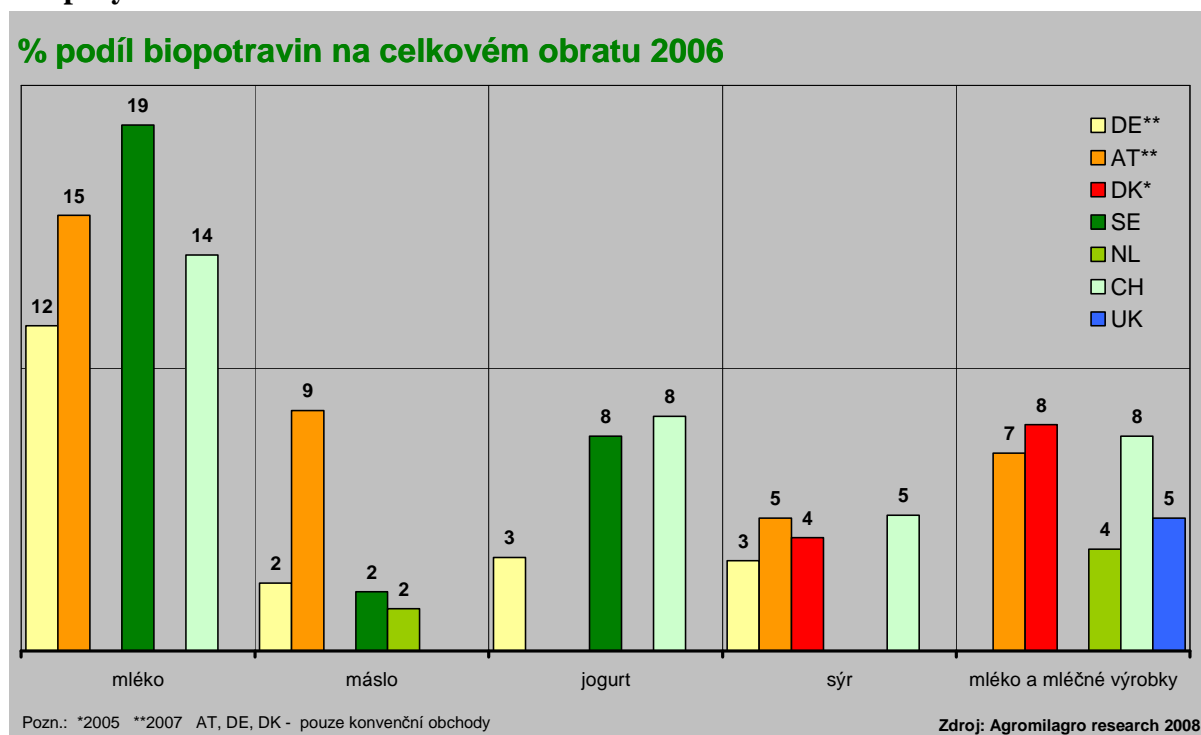
Lídrem ve spotřebě čerstvého biomléka je Švédsko. Zde činí podíl čerstvého biomléka na celkové spotřebě mléka téměř 19 %. V Rakousku se spotřebuje zhruba 15 % mléka v biokvalitě. Ve Švýcarsku je to 14 % a v Německu necelých 12 %.

Spotřeba másla je nejvyšší v Rakousku, kde se jedná o zhruba 9 %. V Německu, Švédsku a Nizozemí se jedná zhruba o 2% podíl na celkové spotřebě másla.

Pokud se podíváme na dostupná data o spotřebě biojogurtů, pak zjistíme, že se spotřeba ve Švýcarsku a ve Švédsku pohybuje zhruba okolo 8 % z celkové spotřeby jogurtů. V Německu jsou to pouze 3 %.

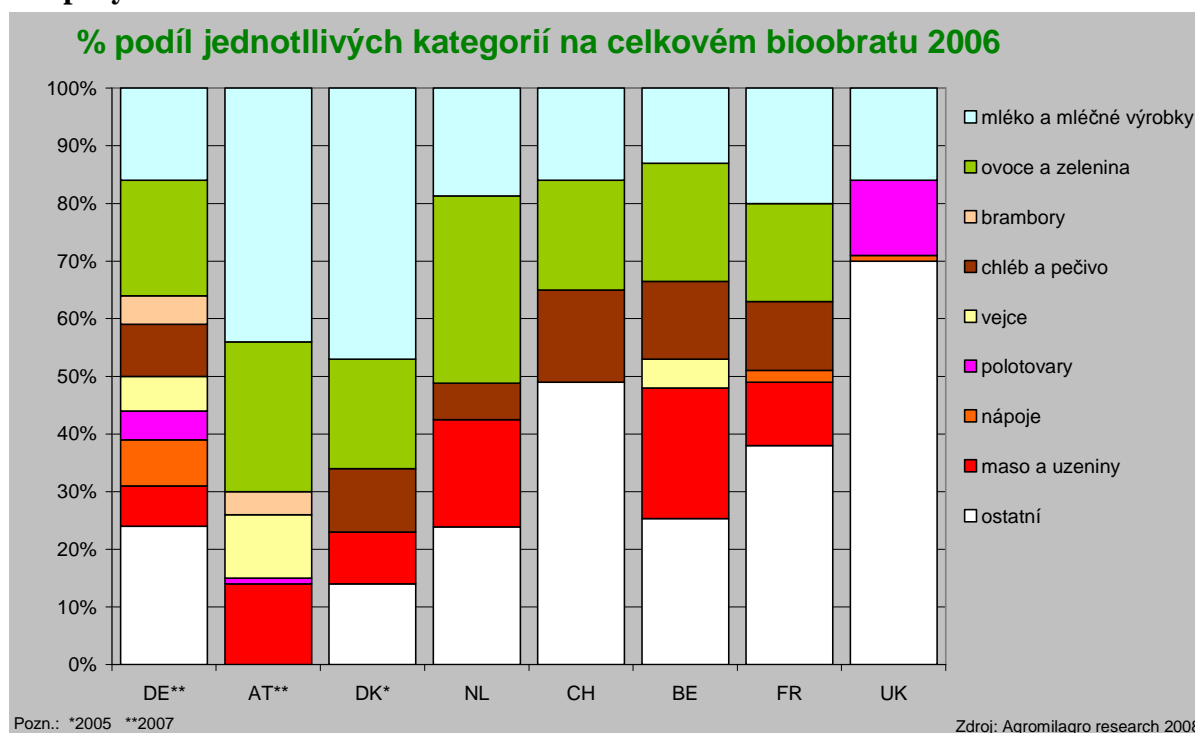
V kategorii sýry je situace mezi uvedenými státy víceméně vyrovnaná. Spotřeba biosýrů se v Německu, Rakousku, Dánsku a Švýcarsku pohybuje okolo 4 %.

Graf: Podíl výrobků z biomléka na celkovém obratu dané kategorie na vybraných evropských tržích



Pokud vezmeme celkový obrat biopotravin v jednotlivých zemích a rozdělíme jej do potravinových kategorií, pak zjistíme, že podíl kategorie mléka a mléčných výrobků je naprosto klíčový. Tato kategorie tvoří například v Dánsku téměř 50 % z celkového obratu biopotravin, v Rakousku je to přes 40 % a v Nizozemí a Francii téměř 20 %. Pro srovnání: v České republice byl v roce 2008 tento podíl 22,5 %.

Graf: Podíl kategorií biopotravin na celkovém obratu biopotravin na vybraných evropských trzích



Tabulka: Produkce, podíl a ceny biomléka na farmě v některých evropských zemích (2008)

Země	Německo	Dánsko	Rakousko	Velká Británie	Francie	Česká republika
Množství (t)	424.000	421.000	405.000	418.000	247.000	24.029
Podíl produkce biomléka na celkové produkci mléka	1,7 %	9,6 %	12,8 %	3,4 %	1,1 %	0,86 %
Cena v eurocentech za kg 2008	48,9	47-49	45,3	44	45	32 ¹
Cena v eurocentech za kg 2009	36,5	37 - 35	30 - 35	35	40 - 48	34,7 ²

Zdroj: ZMP 2009, EPOS 2009: ¹ Cena za rok 2006: 8,50 Kč/litr (kurz 26,50 Kč/EUR) ² Cena za rok 2009: 9,20 Kč/litr (kurz 26,50 Kč/EUR)

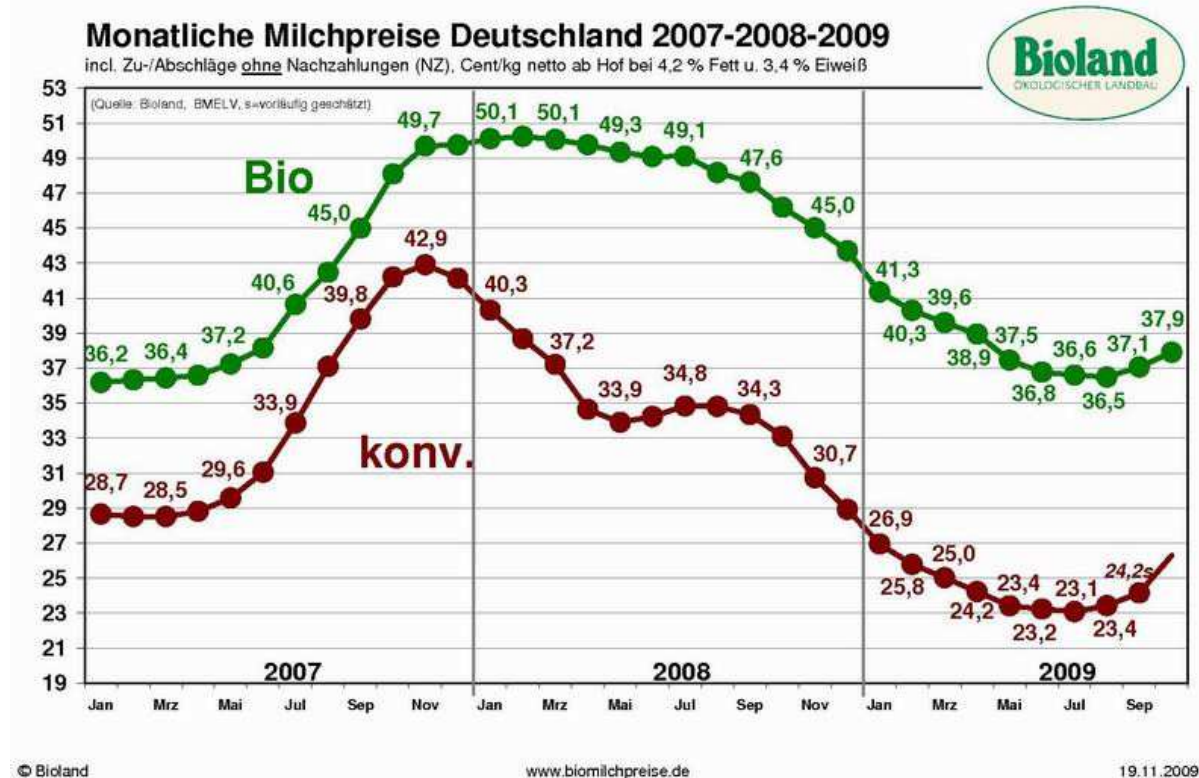
Německo

V roce 2009 se růst produkce biomléka v Německu zpomalil a klesnul na jednotky procent. Trh s biomlékem byl do značné míry ovlivněn krizí trhu s konvenčním mlékem. Farmářská cena biomléka v letošním roce klesla na 36,5 ct/l.

Maloobchodní ceny konvenčního mléka se v letošním roce značně snížily na 0,55 EUR/litr. Cena biomléka téměř neklesla a tím pádem se rozdíl mezi maloobchodní cenou konvenčního a biomléka zvýšil na 0,14 EUR.

Na podzim 2009 se ukazuje, že trh s biomlékem se vzpamatovává s útlumu a začíná opět růst.

Graf: Vývoj cen biomléka v Německu



Produceři konvenčního mléka velmi bedlivě sledují vývoj na trhu s biomlékem a jeho ceny. Poměrně značné množství z nich je připraveno k přechodu na ekologickou produkci. Bohužel zatím jen omezený počet mlékáren přijímá biomléka z obavy před zaplavením trhu s biomlékem a mléčnými bioprodukty.

Nejvýznamnějšími biomlékárnami v Německu jsou Andecher Molkerei Scheitz, Molkerei Söbbeke, Milchwerke Berchtesgadener Land Chiemgau eG a Gläserne Meierei GmbH. Německo také biomléko dováží, zejména z Rakouska a Dánska, a také biomléko vyváží, zejména do Francie.

Dánsko

Po Německu je Dánsko se 420.000 t druhým největším producentem biomléka v Evropě. Zemědělské dotace tak silně podpořily produkci biomléka, že z části bylo nutno vyrábět biosýry nebo dokonce použít v konvenční výrobě. Třetina vyprodukovaného biomléka je vyvážena, zejména do Německa (prodejny Lidl).

Farmářská cena biomléka se v letošním roce propadla na 0,35 - 0,27 EUR/litr ve srovnání s 0,48 - 0,50 EUR/litr v roce.

Největším zpracovatelem biomléka v Dánsku je společnost Arla Foods. Ještě před rokem měla mlékárna v plánu zvyšování produkce biomléka, v letošním roce ovšem nákup od nových dodavatelů biomléka zastavila.

V hlavním městě Dánsku Kodani dosahuje podíl biomléka na celkové spotřebě mléka až procent.

Velká Británie

Produkce biomléka byla v posledních letech ve Velké Británii podpořena maloobchodním řetězcem Tesco, který producentům biomléka poskytuje finanční pomoc ve výši 270 EUR ročně. Zatímco v roce 2006 produkce biomléka nedostačovala poptávce, v roce 2009 se zdá, že Velká Británie dosáhla v biomléku soběstačnosti, možná dokonce mírné nadprodukce.

V následujících dvou až třech letech se neočekává přechod dalších farem na ekologický chov dojnic.

Faremní cena biomléka spadla na konci roku 2009 na 0,35 EUR/litr ve srovnání s 0,40 EUR/litr v roce 2008.

Přes rychle rostoucí spotřebu biomléka a biosýrů v roce 2007 a 2008 existuje na trhu mírná nadprodukce, která je vyvážena do Francie. Ačkoli byl britský trh s biopotravinami nejvíce zasažen finanční krizí ze všech evropských trhů, prodeje biomléka a mléčných biopotravin i v roce 2009 rostou. Podle údajů TNS spotřeba této kategorie v posledním čtvrtletí rostla o 2,1 procenta ve srovnání s rokem 2008.

Rakousko

Trh s biomlékem je již několik let charakterizován nadprodukcí. Poměrně značná část ekologické produkce je prodávána do konvenčního zpracování. Do roku 2005 byla nabídka s poptávkou vyvažována exportem na rychle rostoucí německý trh. Poptávka v Německu byla tak velká, že německé mlékárny byly ochotné biomléko svážet i ze vzdálených horských údolí.

V současné době je Rakousko ovlivněno krizí konvenčního mléka. Cenový rozdíl mezi konvenčním a biomlékem v maloobchodě je tak velký, že prodeje biomléka se snižují. Ve stejném okamžiku ale množství dodávaného biomléka do mlékáren roste.

Rakousko produkuje více než 400 milionů kg biomléka ročně a přes značný export do Německa je 11 % nabízeno jako konvenční mléko.

Farmářská cena biomléka byla v srpnu 2009 0,30-0,35 EUR za litr.

Francie

Ve Francii, na rozdíl od Rakouska, roste trh s biomlékem ve všech oblastech: produkce, prodeje i množství zemědělců přecházejících na bioprodukcí.

V roce 2008 francouzští biofarmáři vyprodukovali 251 milionů litrů biomléka, téměř 50 procent z tohoto množství bylo na trhu spotřebováno jako mléko, většina UHT biomléko.

Po dlouhou dobu se počet zemědělců v přechodu na ekologický chov dojnic pohyboval v jednotkách, v poslením roce ale výrazně roste. Farmářská cena se na podzim 2009 pohybuje mezi 0,40 až 0,48 EUR za litr biomléka.

V roce 2008 prodeje biomléka maloobchodníkům, včetně diskonterům, ve srovnání s rokem 2007 rostly. Celkově bylo prodáno 119,61 milionů litrů biomléka. Podíl biomléka na celkové spotřebě této kategorie dosáhl vloni 4 procent.

Cena biomléka v konvenčním maloobchodě zatím stagnuje, ve specializovaných bioprodejnách ovšem roste.

Tabulka: Cena biomléka v maloobchodě ve Francii (2009)

Produkt	Specializované bioprodejny			Konvenční maloobchod		
	Cena v r. 2009	Rozdíl oproti 2008	Rozdíl oproti ø 2008	Cena v r. 2009	Rozdíl oproti 2008	Rozdíl oproti ø 2008
Biomléko, UHT, polotučné, plastový obal	1,46 €/l	+8,15 %	+5,8 %	1,15 €/l	+2,68 %	0 %

Zdroj: Agence Bio 2009

Švédsko

Kategorie biomléko a mléčné výrobky je vedoucí kategorií na švédském biotruhu. Biomléko se na celkové spotřebě mléka podílí podle Švédského statistického úřadu 7 procenty.