



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Fairtradové ovoce a květiny na českém trhu

Vypracovala: Alena Neuwirthová
Vedoucí práce: Ing. Hana Doležalová, Ph.D.

České Budějovice 2017

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Alena NEUWIRTHOVÁ**
Osobní číslo: **E14266**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Fairtradové ovoce a květiny na českém trhu**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Vymezení produkčních standardů fair trade pro ovoce a květiny a objemu jejich dovozu do ČR. Šetření u dovozců a ve vybraných maloobchodních formátech za účelem identifikace dostupného obchodního sortimentu daných fairtradových komodit. Dotazníkové šetření zaměřené na spotřebitele. Identifikace hlavních bariér dovozu většího objemu daných komodit do ČR.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a zpracování literární rešerše
2. Zpracování dostupných internetových zdrojů
3. Šetření na úrovni obchodních subjektů
4. Dotazníkové spotřebitelské šetření
5. Formulace závěrů

Rámcová osnova:


1. Úvod
2. Literární rešerše
3. Cíle a metodika
4. Vlastní práce
5. Závěr
6. Seznam literatury
7. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:

Báčová, V. & Hejkrliková, K. (2010). Základní kurz pro prodejce fair trade. Praha: Ekumenická akademie.
Explanatory document for the fairtrade standard for small producer organizations. (n.d.) Bonn: Fairtrade International.
Fairtrade Standard for Fresh Fruit for Small Producer Organizations and traders. (2011). Bonn: Fairtrade International.
Fairtrade Standard for Flowers and Plants for Hired Labour and Traders. (2011). Bonn: Fairtrade International.
Hejkrlik, J. (2004). Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice. Praha: Asociace pro Fair Trade.
Kotler, P., & Keller, L. K. (2007). Marketing management. 1. vyd. Praha: Grada.
Ransom, D. (2011). Fair trade. Brno: DOPLNĚK.
Vyhláška 157/2003 pro čerstvé ovoce a čerstvou zeleninu, zpracované ovoce a zpracovanou zeleninu, suché skořápkové plody, houby, brambory a výrobky z nich.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Hana Doležalová, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **11. ledna 2016**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2017**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
18
Studentská 13 (26)
270 05 České Budějovice


Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 2. března 2016

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

.....

Alena Neuwirthová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí práce Ing. Haně Doležalové, Ph.D. za její pomoc, připomínky, trpělivost a spolupráci při sestavování mé práce. Dále bych chtěla poděkovat těm, kteří mi poskytovali cenné informace o dané problematice. V neposlední řadě děkuji své rodině a přátelům za podporu a trpělivost v průběhu celého studia.

Obsah

1. Úvod.....	3
2 Literární rešerše	4
2.1 Ovoce	4
2.1.1 Obecná charakteristika	4
2.1.2 Ovoce tropického a subtropického pásma	10
2.1.3 Banány	17
2.2 Květiny	27
2.2.1 Obecná charakteristika	27
2.2.2 Řezané květiny	31
2.2.3 Růže	38
2.3 Fair trade	46
2.3.1 Obecná charakteristika	46
2.3.2 Historie fair trade	48
2.3.3 Systémy fair trade	50
2.3.4 Certifikace a standardy fair trade	52
2.3.4 Produkce fairtradových produktů	55
2.4 Fairtradové ovoce	58
2.4.1 Produkce fairtradové ovoce	58
2.4.2 Dopady certifikace Fairtrade	59
2.4.3 Standardy pro malé producenty a pracovníky na plantážích	59
2.4.4 Příklady z ovocnářských farem	60
2.4.5 Fairtradové banány	61
2.5 Fairtradové květiny	66
2.5.1 Produkce fairtradové ovoce	66
2.5.2 Dopady certifikace Fairtrade	67

2.5.3 Standardy pro malé producenty a pracovníky na plantážích.....	67
2.5.4 Příklady z květinových farem.....	68
2.5.4 Fairtradové růže.....	69
3 Cíl práce, metodický postup a hypotézy.....	71
3.1 Cíl práce.....	71
3.2 Metodika.....	71
3.3 Hypotézy.....	72
4 Praktická část.....	73
4.1 Dotazníkové šetření.....	73
4.1.2 Shrnutí dotazníkového šetření.....	91
4.2 Prodej fairtradových banánů (ČR).....	92
4.2.1 Shrnutí prodeje fairtradových banánů.....	94
4.3 Prodej fairtradových květin (ČR).....	95
4.3.1 Shrnutí prodeje fairtradových květin.....	98
4.4 Kampaň a projekt.....	99
4.4.1 Kampaň Za férové banány: Pavla Kotíková (Ekumenická akademie).....	99
4.4.2 Projekt Fair Flowers: Jiří Silný (Ekumenická akademie).....	106
4.5 Zhodnocení hypotéz.....	109
5. Závěr.....	111
I. Summary and keywords.....	113
II. Seznam použitých zdrojů.....	114
III. Seznam použitých zkratk.....	122
IV. Seznam tabulek a obrázků.....	123
V. Seznam příloh.....	127

1. Úvod

Ovoce. Takřka každý den ho konzumujeme. Obzvláště oblíbenými jsou tropické a subtropické druhy, též označované jako ovoce exotické. Jeho typickým zástupcem jsou banány, kterých se na světě zkonzumuje nejvíce. Exotické ovoce se pěstuje převážně v zemích trpících chudobou, označovaných jako globální Jih. Víme ale, za jakých podmínek se zde ovoce pěstuje? Obdobnou otázku bychom si mohli položit i u květin. Jejich produkce se totiž stále častěji přesouvá do stejných produkčních oblastí. Je to důsledek tlaku na nízkou cenu, který negativně ovlivňuje i samotné pěstitele. Musí pracovat více a mnohdy za méně peněz. To vše pro spokojenost zákazníka.

Když si kupujeme banány nebo dostaneme buket růží, zajímá nás, kdo je vypěstoval? Napadne nás se pátrat po jejich původu? Zpravidla nás tyto aspekty nezajímají, dokud někdo na problematiku situaci neupozorní. Zlomovým okamžikem v tomto ohledu byl vznik hnutí fair trade. Heslo „Trade not aid“ (Obchod namísto pomoci), kterým Organizace spojených národů v 60. a 70. letech upozornila na hnutí fair trade, se začalo stále častěji uplatňovat i v nákupních preferencích u samotných spotřebitelů. Fair trade na situaci globálního Jihu již řadu let nejenom upozorňuje, ale také vyvinulo systém, jenž znevýhodněným pěstitelům pomáhá.

Pomoc přichází v podobě minimálních výkupních cen, které jsou stanovené na individuální produkty. Pěstitel si tak může být jist, že nebude vykořisťován a obdrží za svůj produkt spravedlivou odměnu. Celý systém fair trade ale staví i na dalších velmi důležitých principech.

V České republice se myšlenka fair trade rozšířila v 90. letech minulého století. Na českém trhu najdeme již řadu fairtradových výrobků, avšak ovoce i květiny nejsou stále běžně k dostání. Situace s fairtradovými květinami je v tomto ohledu mezi certifikovanými komoditami nejhorší.

Bakalářská práce má za cíl představit specifické standardy pro fairtradové komodity, konkrétně ovoce a květiny. Dále analyzovat nabídku fairtradového ovoce a květin na českém trhu a zjistit postoj spotřebitelů k těmto dvěma certifikovaným komoditám. Pozornost je věnována rovněž kampaním, které mají zlepšit povědomí spotřebitelů o fair trade a podpořit zájem o reálné nákupy.

2 Literární rešerše

2.1 Ovoce

2.1.1 Obecná charakteristika

Definice ovoce

Ovoce je tvořeno ze semeníku po odkvětu v krytosemenných rostlinách. Ovoce je jedlá, obvykle masitá a sladce vonící část rostlin, která může nebo nemusí obsahovat semena, díky nimž se vyvíjí a rozptyluje (Merriam Webster, 2016).

Podle vyhlášky č. 157/2003 Sb. (12. 3. 2003) je čerstvé ovoce definováno jako „*jedlé plody a semena stromů, keřů nebo bylin uváděné do oběhu bezprostředně po sklizni nebo po určité době skladování v syrovém stavu a zpracované ovoce*“, resp. „*potravina, jejíž charakteristickou složku tvoří ovoce a která byla upravena konzervováním, s výjimkou ovocného alkoholického a nealkoholického nápoje a zmrazeného ovoce*“.

Podle již zmíněné vyhlášky z roku 2003 se čerstvé ovoce definuje jako „*ovoce celé, čerstvé, zdravé, bez známek hniloby a plísní, obsahující všechny základní části, ve stadiu technologické zralosti, očištěné, zbavené nežádoucích cizích příměsí*“. Toto čerstvé ovoce se dělí do několika skupin, které jsou nám známy z českého botanického názvosloví, technických norem i předpisů Evropského společenství (Portál veřejné správy, 2017).

Suché ovoce je v dospělosti tvořeno z odumřelých buněk a děleno na ty, které se při dozrání otevrou (dehiscentní ovoce) a na ty které ne. V těchto širokých kategoriích najdeme i mnoho speciálních druhů ovoce, například ořechy. Lískové a pekanové ořechy jsou definovány jako suché, ale pojem ořech zahrnuje i kešu oříšky a arašidy, které jsou ve skutečnosti semena ne ovoce (Biology Reference Fruits, 2009).

Druhy ovoce

Dělení podle příbuznosti ovocných podskupin čerstvého ovoce:

- jádrové (jablka, hrušky, kdoule, mišpule);
- peckové (broskve, meruňky, švestky, ryngle, mirabelky, třesně, višně);
- bobulové (vinné hrozny, rybíz, angrešt, borůvky, brusinky, maliny, ostružiny, moruše, jahody, černý bez, borůvky, šípky, klikva);

- skořápkové (ořechy – lískové, vlašské, para, kešu, kokosové, cedrové, piniové, pekanové, makadamové, jedlé kaštiny, burský oříšek, mandle, pistácie);
- plody tropů a subtropů (citrusové ovoce, banán, mango, kiwi, ananas, liči, maracuja, granátové jablko, papája, datle, fíky, rozinky) (SOŠ a SOU Brno, 2005).

Dále dělíme ovoce podle doby zrání na: letní, podzimní a zimní nebo dle využití: stolní, hospodářské a moštové. Některé zdroje rozdělují ovoce jen na sladké, polosladké a kyselé. Dále na domácí z mírného pásma a jižní ovoce z pásu subtropického a tropického (Kyncl, 1979).

Vitamíny a minerální látky

Ovoce je zdrojem vitamínů a minerálních látek, nenahraditelných a cenných pro lidský organismus. Ovoce obsahuje bílkoviny a má vysoký podíl energetické hodnoty. Na rozdíl od zeleniny je v ovoci velké množství tuků a cukrů. K méně kalorickému ovoci patří ananas, který pomáhá spalovat tuky v těle. Naopak nejužší ovoce je avokádo a banán, které tělu dodávají především množství energie. (Barochová, 2009).

Produkce ovoce

V následující tabulce můžeme vidět produkci čerstvého ovoce za rok 2014. Celkově za celý svět dosahovala produkce čerstvého ovoce 37 533 932 tun. Největším producentem čerstvého ovoce byla Asie, kde se vyprodukovalo 28 368 833 tun. Naopak nejméně čerstvého ovoce bylo vyprodukováno v Evropě 512 119 tun (FAO, 2014).

Tabulka 1 - Produkce čerstvého ovoce (2014)

Oblasti	Produkce v tunách
Evropa	512 119
Oceánie	1 116 319
Amerika	2 497 832
Afrika	5 038 829
Asie	28 368 833
Evropská unie	496 379
Svět	37 533 932

Zdroj: www.fao.org, vlastní zpracování

Světová produkce ovoce se dělí do 4 skupin, podle výše produkce za rok, je zde zahrnuto i ovoce mírného pásu:

- 1) produkce větší než 10 milionů tun/rok (hrozny, citrusy, banány, jablka, zeleninové banány, manga);
 - 2) produkce od 1–10 milionů tun/rok (hrušky, avokáda, ananasy, broskve, papája, švestky a slívy, fíky, jahody);
 - 3) produkce 100 tisíc – 1 milion tun/rok (oříšky kešu);
 - 4) produkce menší než 100 tisíc tun/rok (guava, liči, pistáciové oříšky aj.) (Valíček, 2002).
- TOP 10 největších producentů čerstvého ovoce

Tabulka 2 – Největší producenti čerstvého ovoce (2014)

Země	Produkce v tunách
Indie	9 872 000
Vietnam	2 848 747
Írán	2 843 371
Pákistán	2 641 570
Čína	2 511 146
Barma	1 322 006
Nigérie	1 255 902
Indonésie	1 253 042
Papua Nová Guinea	1 042 582
Nepál	965 044

Zdroj: www.fao.org, vlastní zpracování

Ovocným druhem s nejvyšším objemem produkce na světě se v roce 2013 stal vodní meloun (97 763 tisíc tun). Na druhém místě se v objemu produkce umístily banány (95 159 tisíc tun) a na 3. místě pomeranče (49 877 tisíc tun). Meziročně se tak celková světová produkce zvýšila o 3,2 %.

V následující tabulce jsou uvedeni hlavní producenti ovoce z mírného pásma. Hlavní producenti tropického a subtropického ovoce jsou uvedeni v kapitole 2.1.2 Ovoce tropického a subtropického pásma.

Tabulka 3 - Hlavní producenti ovoce z mírného pásma

Ovoce	Produkovácí země
Meruňky	Turecko, Pákistán, Uzbekistán, Alžírsko, Itálie
Hruška	Čína, USA, Argentina, Itálie, Turecko
Plody vinné révy	Čína, USA, Itálie, Francie, Španělsko
Jablko	Čína, USA, Turecko, Polsko, Indie
Angrešt	Německo, Rusko, Polsko, Ukrajina, Česká republika
Malina	Rusko, Polsko, Srbsko, USA, Ukrajina
Švestka	Čína, Srbsko, USA, Rumunsko, Chile
Jahody	USA, Turecko, Španělsko, Egypt, Mexiko
Borůvky	USA, Kanada, Polsko, Německo, Nizozemsko
Rybíz	Rusko, Polsko, Ukrajina, Rakousko, Velká Británie
Třešeň	Turecko, USA, Írán, Itálie, Španělsko

Zdroj: www.wikipedia.org, vlastní zpracování

Produkce ovoce v České republice

K 31. 5. 2014 je podle Českého statistického úřadu celková výměra ovocných sadů v České republice 22 949 ha. Nejrozsáhlejší plochy sadů najdeme v Jihomoravském (6 168 ha) a Středočeském (3 999 ha) kraji, následovaný krajem Královéhradeckým (2 804 ha) a Ústeckým (1 822 ha). Zájem o produkci například čerstvých letních jablek v roce 2014 klesl, a to z důvodu krize v sektoru způsobené zákazem dovozu ovoce a zeleniny z Evropské unie do Ruska vyhlášeným od 7. srpna 2014.

Pojem integrovaná produkce ovoce v ČR znamená ekonomickou produkci vysoké kvality pomocí ekologicky přijatelných metod pěstování a minimalizování nežádoucích účinků agrochemikálií. Cílem je tak ochrana životního prostředí a živočichů žijících v ovocných sadech (Buchtová, 2014).

Tabulka 4 - Produkce čerstvého ovoce v České republice

Roky	Produkce v tunách
2012	23 000
2013	24 000
2014	22 948

Zdroj: *www.fao.org*

Mezinárodní obchod s ovocem

Čerstvé ovoce se stalo jedním z nejvíce globalizovaných produktů v zemědělském sektoru, a to díky snížení nákladů na dopravu, zlepšení chladicích zařízení, modernizaci infrastruktury a také změně ve stravovacích návycích. Mezinárodní obchod s ovocem značně ovlivňuje rostoucí význam nadnárodních korporací.

Ačkoliv jsou dálkové obchody s čerstvým ovocem velmi složité a ovoce rychle podléhá zkáze, odhaduje se jeho světová produkce na mezinárodní úrovni na 10 %, což odpovídá 55 milionům tun ročně. Mezinárodní obchod s čerstvým ovocem za posledních deset let vzrostl o 3 % každý rok (Valente, 2009).

- TOP 10 největších vývozců čerstvého ovoce podle podílu

Tabulka 5 - Podíl zemí vyvážející čerstvé ovoce (2015)

Země	Podíl na vývozu čerstvého ovoce (%)
Nový Zéland	17 %
Thajsko	14 %
Vietnam	12 %
Itálie	8 %
Hongkong	7 %
Španělsko	5,4 %
Chile	4,5 %

Belgie a Lucembursko	2,6 %
Turecko	1,9 %
Řecko	1,6 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

- TOP 10 největších dovozců čerstvého ovoce podle podílu

Tabulka 6 - Podíl zemí dovážejících čerstvé ovoce (2015)

Země	Podíl na dovozu čerstvého ovoce (%)
Čína	28 %
Hongkong	7,2 %
Německo	5,5 %
Nizozemsko	4,2 %
USA	4,1 %
Belgie a Lucembursko	3,9 %
Rusko	3,8 %
Japonsko	3,6 %
Španělsko	3 %
Francie	2,7 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

Čerstvá jablka – světový dovoz čerstvých jablek vzrostl za rok 2015 na 6,3 milionů tun. Nejvíce vzrostl dovoz čerstvých jablek z Íránu, a to na 296 000 tun. Největším dovozcem jablek je Rusko, které v tomto roce dovezlo 720 000 tun.

Stolní hrozny – dovoz stolních hroznů v roce 2015 vzrostl na 2,7 milion tun. Nejvíce stolních hroznů se dováží do EU (608 000 tun), Číny (249 000 tun) a do Hongkongu (232 000 tun).

Hrušky – dovoz hrušek ve světě v roce 2015 dosahoval 1,8 milionů tun. Nejvíce jich je dováženo do Indonésie (92 000 tun) a do Spojených států (79 000 tun) (USDA, 2016).

Zajímavosti

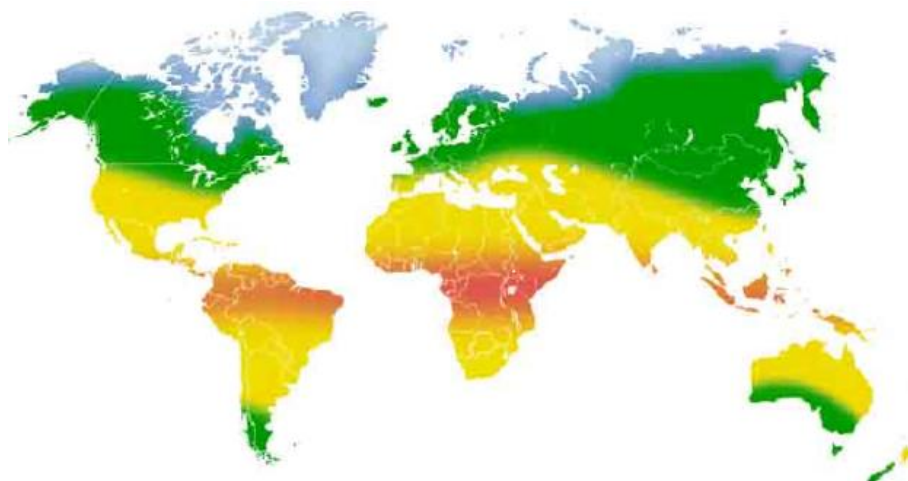
- Rozlišovat ovoce od zeleniny není vůbec snadné. Například rajče je botanicky považováno za ovoce. Nicméně Nejvyšší soud ve Spojených státech deklaroval rajče jako zeleninu již v roce 1893.
- S ovocem se setkáváme také ve formě džusů nebo sušeného ovoce. Na výrobu 1 litru pomerančového džusu je potřeba 13-15 plodů.
- Sušení ovoce odstraňuje z jídla bakterie, což odstraní kvasinky a plísně a také zpomaluje činnost enzymů, které usnadňují proces zrání. Vzhledem k nedostatku tekutin, je ovocný cukr více soustředěný v sušeném ovoci, což ho dělá sladším. Také obsahují velké množství vláken a minerálních živin, jako je draslík.
- Pokud chceme zpomalit dozrávání ovoce neměli bychom skladovat čerstvé banány, meruňky a manga v blízkosti jablek nebo melounů (Fairtrade International, 2017).

2.1.2 Ovoce tropického a subtropického pásma

Tropický a subtropický pás se rozkládá od 23,4° severní šířky po 23,4° jižní šířky. Jinak řečeno mezi obratníkem Raka a Kozoroha. Největší rozdíl mezi ovocem z mírného pásu a ovocem z tropického a subtropického pásu spočívá v odolnosti vůči mrazu (Fotogalerie Zahrady, 2005).

Na obrázku je modře zvýrazněno polární podnebné pásmo, zeleně mírné podnebné pásmo, žlutě subtropické podnebné pásmo a červeně tropické podnebné pásmo.

Obrázek 1 - Klimatická mapa světa



Zdroj: www.stockphotos.cz

Definice tropického a subtropického ovoce

Jsou to plodiny, které mají svůj původ a oblast pěstování v tropech a subtropích, kde jim vysoké teploty, absence mrazů a vlhkost zajišťují celoroční růst a příznivou vegetaci. Teplota prostředí, ve kterém se vyskytují, neklesá pod 10 ° C. Rozdíl mezi tropickým a subtropickým ovocem je právě v citlivosti na výši teplot. Některé ovocné druhy mohou být pěstovány v tropických i subtropických oblastech. Takovým ovocem je banán a avokádo. Některé plody tropického a subtropického ovoce se musí sklízet v nezralém stavu, což snižuje jejich kvalitu a chuťovou výraznost nejlépe ocenitelnou u plně vyzrálých plodů přímo v zemi jejich pěstování.

Pro tvorbu květů a vývoj plodů je velmi důležité střídání období sucha a dešťů. Ve vlhkém prostředí tropů (a subtropů) rostliny plodí a kvetou prakticky současně a tvoří po celý rok zdroj potravy. Na začátku suššího období bývá v teplých krajinách největší sklizeň, výjimkou je vegetační pauza v několikaměsíčním suchu. Plody ovoce se většinou vyvíjejí z jednotlivých květů nebo se plod vytvoří z většího počtu dílčích plodů, které v průběhu vývoje plodu srostou a vznikne tzv. souplodí (například u ananasu) (Encyklopedia, 2003; Nowak a Schulzová, 2002).

Druhy tropického a subtropického ovoce

Existují stovky tropického a subtropického ovoce, ale jen 50 z nich jsou dobře známé ve světě. Tropické a subtropické ovoce můžeme rozdělit na 3 skupiny podle produkce a podle jejich role v celosvětovém obchodování:

- 1) majoritní ovoce – banán, zeleninový banán, citrusy, kokos, mango a ananas;
- 2) minoritní ovoce – abiu, atemoya, avokádo, chlebovník, karambola, kešu oříšky, anona, durian, jaboticaba, žakie, langsát, longan, makadámie, mangostana, guava, liči, papája, pulasan, maracuja, rambutan, sapodila, white sapote;
- 3) divoké ovoce – tyto plody patří do různých botanických skupin, v žádné zemi nejsou pěstovány pro obchodní účely.

Ovoce v majoritní skupině se pěstuje ve většině tropických i subtropických zemích a je velmi často obchodováno na místních a vývozních (i dovozních) trzích. Minoritní plody nejsou pěstovány ve velké míře, a to z důvodu jejich omezené spotřeby a obchodu. Nicméně mnohé z nich mají značný ekonomický význam na regionálních trzích, jako je tomu v případě plodů karamboly, durianu a mangostany – hlavních plodů celé jihovýchodní Asie (Encyklopedia, 2003).

Vitamíny a minerální látky

Tropické a subtropické ovoce má také některé léčivé vlastnosti. Mnoho tropického ovoce, zejména mango a papája jsou dobrým zdrojem provitaminu A. Všechny citrusové plody a guava jsou zdrojem kyseliny askorbové (vitaminu C). Obecně lze říci, že nejsou dobrým zdrojem vitamínů skupiny B (tiaminu, riboflavinu a niacinu) s výjimkou ořechů, které navíc obsahují vitamin E, bílkoviny a tuky. Tropické a subtropické ovoce je také bohaté na pektin, vlákninu a celulózu, které podporují činnost střev. Stejně jako další druhy ovoce jsou dobrým zdrojem antioxidantů a některé z nich stimulují chuť k jídlu a napomáhají lepšímu trávení pomocí organických kyselin (Encyklopeida, 2003).

Produkce tropického a subtropického ovoce

Tabulka 7 - Produkce tropického (a subtrop.) ovoce (2014)

Oblasti	Produkce v tunách
Evropa	75 000
Oceánie	35 327
Amerika	2 217 022
Afrika	800 003
Asie	19 591 561
Evropská unie	75 089
Svět	22 718 914

Zdroj: *www.fao.org, vlastní zpracování*

Světová produkce tropického (a subtrop.) ovoce dosáhla v roce 2014 podle Spojených států (Food and Agriculture Organizations) 22 milionů tun. Toto číslo představuje meziroční nárůst o 1,7 % oproti základnímu období (2004). 78 % odpovídá hlavnímu tropickému ovoci (mango, ananas, avokádo a papája) a 22 % tvoří liči, rambutan guava a další. Většina tropického a subtropického ovoce je produkováno v rozvojových zemích, kde produkce ovoce vytváří pracovní místa a snižuje chudobu.

- TOP 10 největších producentů tropického (a subtrop.) ovoce

Tabulka 8 - Největší producenti trop. a subtrop. ovoce (2014)

Země	Produkce v tunách
Indie	5 997 490
Čína	3 727 400
Filipíny	3 300 000
Thajsko	2 500 000
Indonésie	1 908 599
Bangladéš	1 061 000
Brazílie	823 284
Kolumbie	553 992
Čínská republika	513 496
Pákistán	487 163

Zdroj: www.fao.org

Mezi hlavní tropické a subtropické ovoce patří mango, ananas, avokádo a papája. Hlavními producenty manga je Indie, Thajsko a Mexiko, producentem ananasů jsou především Filipíny, Thajsko a Čína. Avokádo se nejvíce produkuje v Mexiku, Indonésii a Spojených státech a co se papáji týče, ta se nejvíce produkuje v Indii, Brazílii a Mexiku. Produkce ostatního ovoce (liči, rambutan, guava...) je soustředěna na Filipínách, v Indonésii a Indii (Fresh Plaza, 2012).

Tabulka 9 - Hlavní producenti ovoce z tropického a subtropického pásma

Ovoce	Produktující země
Pomeranč	Brazílie, USA, Indie, Mexiko, Španělsko
Banán	Burundi, Nigérie, Kostarika, Mexiko, Kolumbie
Kokos	Indonésie, Filipíny, Indie, Srí Lanka, Brazílie
Zeleninový banán	Kolumbie, Ekvádor, Peru, Venezuela, Pobřeží slonoviny
Mango	Indie, Thajsko, Mexiko Indonésie, Filipíny

Papája	Indie, Brazílie, Mexiko, Nigérie, Čína,
Avokádo	Mexiko, Indonésie, USA, Dominikánská republika, Brazílie
Ananas	Filipíny, Thajsko, Čína, Indie, Brazílie

Zdroj: *www.fao.org, vlastní zpracování*

S rozvojem speciálního vybavení lodí určených pro přepravu ovoce do zámoří v 20. století, se ovoce z exotických zemí postupně dostávalo na trhy zemí mírného pásu. Pro přepravu ovoce je důležitý i rozvoj letecké dopravy, kdy bylo umožněno přepravovat ty druhy ovoce, které po sklizni rychle podléhají zkáze. Toto ovoce bylo tak na mimotropických trzích nedostupné, jedná se například o mango, liči, avokádo atd.

Oproti mírnému pásmu nabízejí tropy a subtropy mnohonásobně větší rozmanitost ovocných druhů (Valíček, 2002).

Mezinárodní obchod s tropickým a subtropickým ovocem

Vývoz tropického a subtropického ovoce

Vývoz tropického a subtropického ovoce závisí na 1) domácí poptávce producentů zemí, 2) mezinárodní poptávce po čerstvém ovoci a na 3) požadavcích na průmyslové zpracování. Obecně platí, že produkující země se specializují pouze na jeden faktor. Například vývoz tropického a subtropického ovoce Indie závisí na domácí poptávce. Indie je totiž největším producentem tropického ovoce, které ale slouží z velké části pro spotřebu na domácích trzích. Vyváží tak asi jen 0,5 % z veškeré produkce tohoto ovoce. Kostarika a Mexiko patří k zemím, jejichž mezinárodní poptávka závisí na vývozu ovoce, zatímco vývoz tropického ovoce Thajska a Filipín závisí na průmyslovém zpracování. Tyto země jsou „jedničky“ na trhu v konzervování ananasu a šťáv.

- TOP 10 největších vývozců tropického (a subtrop.) ovoce podle podílu

Tabulka 10 - Podíl zemí vyvážející tropické (a subtrop.) ovoce (2015)

Země	Podíl na vývozu trop. (a subtrop.) ovoce (%)
Mexiko	21 %
Kostarika	16 %

Peru	5,5 %
Nizozemsko	5,2 %
Filipíny	3,9 %
Thajsko	3,6 %
Španělsko	3,5 %
Turecko	3,3 %
Chile	3,0 %
Izrael	2,9 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

Ceny tropického a subtropického ovoce jsou ovlivněné sezónností (FAO, 2016).

Kromě citrusů a banánů, další čtyři tropické a subtropické ovoce ananas, mango, avokádo a papája jsou dominantními plody z hlediska vývozu. Ananas je první v pořadí z pohledu zpracování ovoce. To znamená, že je z něho vyráběno mnoho dalších produktů, například džusy a sirupy. Řada dalších tropických a subtropických druhů ovoce jako je karambola, guava, liči, mangostana, maracuja a rambutan, již nejsou na světových trzích tak časté (Encyklopedia, 2003).

Dovoz tropického a subtropického ovoce

Největším dovozcem ananasu jsou Spojené státy, jejichž podíl na dovozu tropického a subtropického ovoce představuje 27 % z celkového světového dovozu. Francie, Nizozemsko a Velká Británie představují i nadále hlavní evropské dovozní trhy a do popředí se dostává i Španělsko, které má stále větší zájem o dovoz tohoto ovoce (FAO, 2016).

- TOP 10 největších dovozců tropického (a subtrop.) ovoce podle podílu

Tabulka 11 - Podíl zemí dovážející tropické (a subtrop.) ovoce (2015)

Země	Podíl na dovozu trop. (a subtrop.) ovoce (%)
USA	27 %
Nizozemsko	8,9 %

Francie	5,7 %
Německo	5,0 %
Velká Británie	4,7 %
Japonsko	3,3 %
Španělsko	3,1 %
Čína	2,9 %
Indie	2,8 %
Itálie	2,3 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

Mango – světový dovoz manga se v roce 2014 zvýšil o 1,4 % na celkových 844 246 tun. Mezi země nejvíce poptávající toto ovoce patří Spojené státy a Evropská unie. Poptávka po nákupu manga se v Evropské unii zvýšila o 2,5 % ročně, až v roce 2014 dosáhla 223 662 tun. Množství dováženého manga Spojenými státy vzrostlo o 1 % ročně, čímž dosáhlo 309 115 tun.

Ananas – světový dovoz ananasu vzrostl v roce 2014 o 1,7 % a to až na 1,5 milionů tun. Ananas tak tvoří 43 % z celkového dovozu tropického a subtropického ovoce. Největší poptávku po tomto ovoci představují Spojené státy, které dováží až 586 000 tun ananasu za rok.

Avokádo – rozvojové země mají 86 % podíl na světovém trhu obchodujícího s avokádem. Objem nákupu avokáda z rozvojových zemí po 12 % nárůstu v minulých letech zaznamenal pokles o 2 % ročně od roku 2014. Největšími dovozci avokáda v roce 2014 byly Spojené státy a Francie (Fresh Plaza, 2012).

Pozitivní a negativní dopady pěstování tropického a subtropického ovoce

Pěstování tropického a subtropického ovoce znamená přínos pro místní pracovníky na plantážích, hlavně kvůli zajištění obživě a práci. Toto ovoce je totiž jedním z hlavních složek jejich každodenní stravy. Zemědělství v oblastech tropů a subtropů je také důležitým zdrojem pracovních míst a příjmů místních obyvatel. Za pozitivní dopady lze považovat vznik obchodních cest, které usnadňují rychlejší transport ovoce.

Negativními dopady je degradace pozemků a půdy, na kterých je ovoce vysazováno. Pálení deštných pralesů je velkým problémem v těchto oblastech z pohledu ničení životního prostředí a přírody. V tropických a subtropických oblastech je půda již extrémně chudá na živiny, jsou zde po celý rok vysoké teploty, srážky a ztrácí se ochranné funkce vegetace. To způsobuje značné ohrožení těchto oblastí. Nemluvě o tom, že tyto pralesy jsou domovem pro více jak polovinu živočichů na Zemi. Kácení lesů vede podle některých vědců i ke globálnímu oteplování. Dalším negativním dopadem jsou pracovní podmínky pěstitelů. Jejich mzda je tak nízká, že mnohdy ani nestačí na uživení celé rodiny. Nedostupnost pracovních ochranných pomůcek, kontaminace škodlivými látkami, kterými je ovoce postřikováno, dětská práce a mnoho dalších způsobů porušování pracovních práv má velmi negativní dopad na pracovníky a jejich životy (Nowak a Schulzová, 2002; Fotogalerie Zahrady, 2005).

Dále bude text zaměřen na produkci banánů, jako typického zástupce této skupiny ovoce.

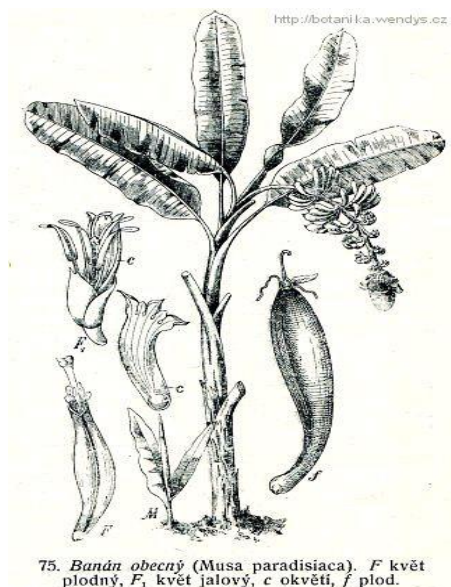
2.1.3 Banány

Definice banánů

Banán je zahnutý a sladký plod banánovníku. Podle botanického dělení ovoce patří do skupiny bobulí. V historii byl totiž banánovník semenný. Ta část banánu, kterou jíme byla dříve tvořena černými tvrdými semínky. To činilo banán nejedlým. Později se zjistilo, že ne všechny banány mají tolik semínek a některé se tak dají jíst. Tím se začaly banány šlechtit a křížit po celém světě. Nyní banány, které známe, tvrdá semínka nemají, protože vznikají bez opylení. Zajímavostí je, že nelze říct, že všechny druhy banánu jsou ovocem. Zeleninový banán se totiž považuje za zeleninu (Český rozhlas, 2012).

Banánovník

Obrázek 2 - Banánovník *Musa paradisiaca*



Zdroj: www.botanika.wendys.cz

Banánovník byl poprvé pěstován na Papui-Nové Guiney. Odtud se rozšířil do celého světa. Banánovník není dřevina, ale největší bylina světa. Jeho kmen totiž netvoří zdřevnatělý stonek, ale řapíky mohutných listů, které vytvářejí podobnou strukturu na pohled připomínající kmen. Odtud raší velké hnědé listy, které podpírají květenství. Samčí květy najdeme na samotném konci květenství a samičí květy nesou na svých koncích samotné okvětní plátky, tedy budoucí jednotlivé banány. Banánovníkové listy pomáhají proti přehřátí rostliny (Ústav Experimentální botaniky, 2017).

Druhy banánů

Na světě existuje díky křížení okolo 1000 odrůd banánů rozdělených do 50 skupin. Nejznámější odrůdou banánů je odrůda Cavendish, která je nejvíce vyvážená. Tento kultivar¹ není jedním z nejchutnějších druhů, ale díky skladovacím a přepravním nárokům nejlépe vyhovuje. V průměru sníme 12 kg této odrůdy banánů každý rok. Banány můžeme dělit na:

- žluté banány – nejčastěji prodávána zejména odrůda Cavendish;
- červené – liší se od žlutých nejen barvou, ale i menší velikostí;
- baby banány – mají nejlepší chuť, jsou jen 6 cm dlouhé a 2x dražší;

¹ Vyšlechtěná odrůda užitkové rostliny

- zeleninové banány – označovány za banány na vaření, je nutné je tepelně upravit před spotřebou;
- jablkové banány – jejich chuť je velice podobná jablkům, prodávají se zelené (Aktivity pro zdraví, 2013; Banana Link, 2014).

Vitamíny a minerální látky

Banány obsahují kolem 23 % sacharidů, z toho 7 % tvoří škroby později přeměněné na třtinový, hroznový a další cukry. Obsahují také vitamíny C a D a vlákninu. Banány v sobě obsahují tryptofan, aminokyselinu, která se v těle posléze přemění na látku, která je známá svými účinky zlepšujícími náladu. Dalším vitamínem je B6, který reguluje hladinu krevního cukru. V banánech je velké množství draslíku, který ovlivňuje krevní tlak a pozitivně působí proti infarktu a mrtvici.

Banány mají také speciální účinek na organismus a to antacidní, který pomáhá od pálení žáhy (Český rozhlas, 2012; Doktorka, 2012).

Pěstování banánů

Jelikož jsou banány tropické rostliny, potřebují stabilní teplé až horké prostředí s teplotami od 20-25 stupňů Celsia. Některé odrůdy se mohou pěstovat v subtropických a středomořských oblastech s vyššími teplotami. Růstu rostliny svědčí hodně živin a vláhy. K rozmnožování používají banány vytvořené výhony nebo podzemní hlízové oddenky. Nový banánovník kvete 11–16 měsíců a další 3 měsíce trvá, než se vytvoří plod. Banány se sklízí ne zralé, skladují v chladném prostředí a na dozrávání se v místě určení používá ethylen. (Nowak a Schulzová, 2002)

Banány se ve většině případů pěstují na monokulturních plantážích, na rozdíl od jiného postupu, kdy se rostliny pěstují na jednom místě spolu s dalšími užitkovými rostlinami. Tento způsob pěstování ale způsobuje erozi půdy a snižuje možnosti druhové rozmanitosti. Jelikož jsou banány druhou nejvíce chemicky ošetřovanou plodinou na světě, vyžadují vysokou spotřebu agrochemikálií. Za rok je na typických banánových plantážích používáno okolo 70 kg pesticidů na hektar. (Fairtrade Česko a Slovensko, 2017; NaZemi, 2017).

Produkce banánů

Tabulka 12 - Produkce banánů (2014)

Oblasti	Produkce v tunách
Evropa	393 148
Oceánie	1 482 367
Amerika	28 136 085
Afrika	20 453 449
Asie	63 665 102
Evropská unie	399 154
Svět	114 130 151

Zdroj: *www.fao.org, vlastní zpracování*

Nejvíce se banány pěstují v Indii, Číně, Brazílii, Ekvádoru a Kostarice. Největší světoví producenti banánů jsou v Asii. Právě v Indii a Číně se tak urodí nejvíce banánů, které jsou pak vyváženy do celého světa. Dále se banány hojně pěstují na Filipínách. K nám se banány nejvíce dovážejí z Ekvádoru – největšího latinskoamerického producenta banánů.

- TOP 10 největších producentů banánů

Tabulka 13 - Největší producenti banánů (2014)

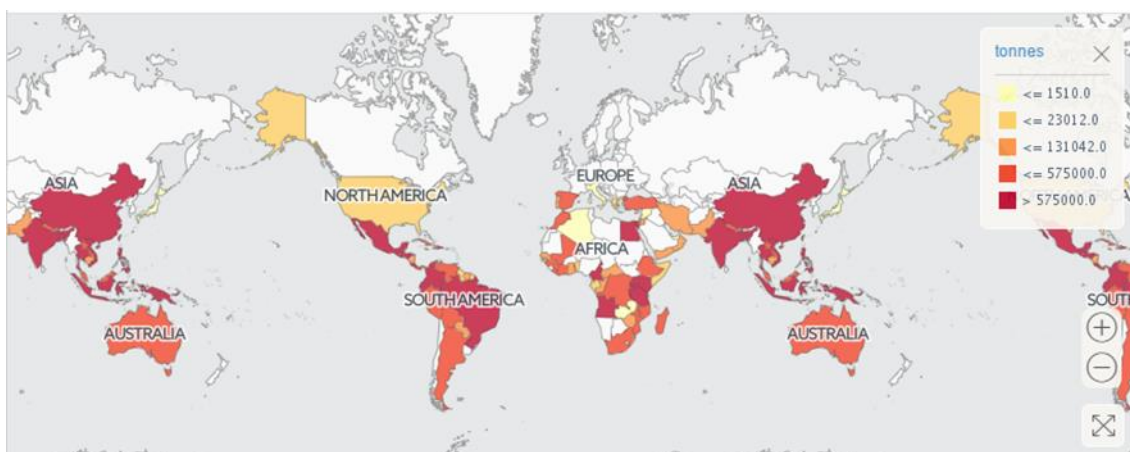
Země	Produkce v tunách
Indie	29 724 550
Čína	11 791 900
Filipíny	8 884 857
Brazílie	6 953 747
Indonésie	6 862 568
Ekvádor	6 756 254
Guatemala	3 552 948
Angola	3 483 432

Tanzanie	3 192 030
Kostarika	2 194 940

Zdroj: www.fao.org

Čínský trh s banány je přitažlivý, ale také velmi nestabilní kvůli několika faktorům, do kterých jistě ve značné míře patří politický faktor. Ovoce se pěstuje v nejteplejších oblastech Číny, kde ale i tak chybí plné tropické klima. Banány z Číny na našem trhu, ale nenajdeme, většina banánů slouží pro domácí trhy. Ve vývozu banánů jsou tak na prvním místě státy Latinské Ameriky a ne Čína. I přes postavení Číny jako největšího producenta banánů, si tato země musí dovážet velké množství těchto tropických plodů (Horecký 2014).

Obrázek 3 - Produkce banánů v zemích podle množství

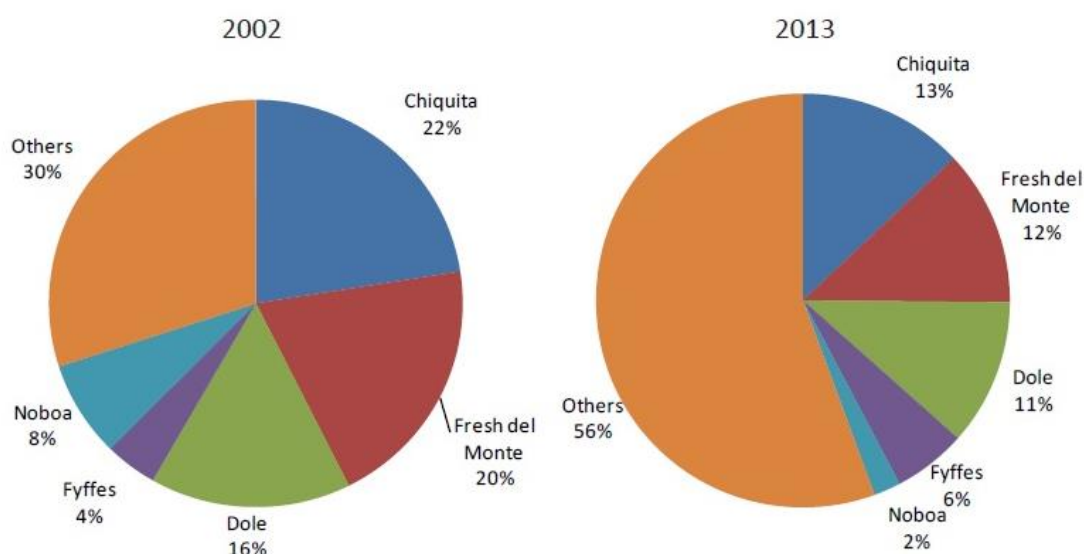


Zdroj: www.fao.org

Mezinárodní obchod s banány

Už v sedmdesátých letech uzavřela společnost Dole (dříve Standard Fruit Company) pětileté smlouvy s velkými producenty banánů, kteří se tak zavázali dodávat banány pouze této společnosti. Situace je stejná i v dnešní době, největší mezinárodní společnosti obchodující s banány Chiquita, Dole a Del Monte uzavřely dohody se stálými dodavateli o pravidelném odběru banánů.

Obrázek 4 - Objem tržních podílů firem na celosvětovém vývozu banánů



Zdroje: www.fao.org

I přesto, že pouze 10 % producentů banánů jsou velké firmy, kontrolují tak přibližně tři čtvrtě ploch a produkce. Dalších 20 % jsou střední pěstitelé a 70 % banánů pochází od malých rolníků. Malí farmáři pěstující banány na malých pozemcích využívají k prodeji prostředníky. Tlak cen a neznalost světového trhu je tak staví do velmi nevýhodné situace. Za vypěstované banány dostávají mnohdy méně peněz, než kolik vložili do pěstování.

Tabulka 14 - Podíly 5 největších nadnárodních spol. na světovém trhu s banány (%)

Společnosti	1966	1972	1980	1992	1995	1997	1999	2009
Chiquita	34	30	29	34	25	24-25	25	17
Dole	12	18	21	20	22-23	25-26	25	19
Del Monte	1	6	15	15	15-16	16	15	14
Celkový podíl ("top 3")	47	54	65	69	62-64	65-67	65	50

Zdroj: www.unctad.org, 2003, (roky 1996–1999), www.fao.org, 2012, (rok 2009)

Právě v Ekvádoru, který je jedním z největších vývozců banánů na světě, nejsou dodržována práva odborů. Neexistují tu žádné banánové odborové svazy, takže náklady na produkci jsou velmi nízké a ekvádorské banány jsou tak na trhu nejlevnější. Snahy

dělníků o založení odborů končí jejich propuštěním, pronásledováním a někdy i fyzickou likvidací. (Hokrová, 2008).

- TOP 10 největších vývozců banánů podle podílu

Tabulka 15 - Podíl zemí vyvážející banány (2015)

Země	Podíl na vývozu banánů (%)
Ekvádor	27 %
Filipíny	14 %
Kostarika	10 %
Guatemala	8,5 %
Kolumbie	8,1 %
Dominikánská republika	3,4 %
Belgie a Lucembursko	3,0 %
Honduras	2,6 %
Kamerun	2,6 %
Pobřeží slonoviny	2,3 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

- TOP 10 největších dovozců banánů podle podílu

Tabulka 16 - Podíl zemí dovážející banány (2015)

Země	Podíl na dovozu banánů (%)
USA	19 %
Belgie a Lucembursko	7,2 %
Německo	6,3 %

Japonsko	6,3 %
Velká Británie	5,9 %
Rusko	5,1 %
Čína	4,9 %
Itálie	3,7 %
Nizozemsko	3,4 %
Francie	3,2 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

Dovoz banánů do České republiky

Dovoz banánů do České republiky v období od 1. do 28. února za rok 2014 klesl o 22,4 % za průměrnou cenu 19,80 Kč/kg. Banány z Ekvádoru měly nejvyšší cenu a to 20,28 Kč/kg, naproti tomu banány z Kolumbie stály 18,89 Kč/kg. Množství dovážených banánů činilo za celý rok 172 489,7 tun. Cena banánu v tomto roce činila 16,89 Kč na jeden kilogram.

Za rok 2016 se do České republiky podle Českého statistického úřadu dovezlo méně banánů. Jejich počet klesl o 3 %. Banánů z Kostariky bylo do České republiky přivezeno 22, 1 % za 17, 32 Kč/kg. Z Guatemaly objem dovezených banánů činil 16, 5 % a cena byla stanovena na 18, 62 Kč/kg (SZIF TIS ČR, 2017).

Příběh ze života na banánových plantážích

Kolonie nedaleko města Puerto Viejo de Sarapiquí v Kostarice patří jedné z největších ovocnářských společností, firmě Del Monte. Bydlí zde lidé pracující na nedalekých plantážích. Do práce to mají blízko, kamkoli jinam ale velmi daleko. Všechno se tu pomalu rozpadá, protože firma do ničeho neinvestuje. Prolézačky pro děti jsou zrezivělé a nebezpečné, v domech zejí díry, a hřiště kde se dal dříve hrát basketbal, teď obsadily kontejnery. Neteče tu pitná voda, místní mají zakázáno v domech vařit, stravují se v jediné jídelně. Děti, které tu vyrostou, čeká velmi pravděpodobně podobný život, jaký žijí jejich rodiče. Nebezpečná práce ve vedru delší než 10 hodin, kde nosí naráz několik banánových trsů vážících až 40 kilo, navíc každodenní obcházení celé plantáže, a to za velmi nízké mzdy. Jak říká zaměstnankyně z plantáže v Kostarice: „Mzda, kterou dostanu, není

důstojná, ale alespoň se s tím dá žít víceméně normální život. Není to spravedlivá odměna, ale je to alespoň nějaká jistota.“

Obrázek 5 - Transport banánů na kole



Zdroj: www.wikimedia.com

Práce na plantáži přináší mnoho rizik a zranění, například na zničených mostech, po kterých se transportuje ovoce do balírny. Pracovní pomůcky a uniformy nejsou v dobrém stavu a někteří pracovníci pracují s chemikáliemi bez ochranných pomůcek. Většina z nich jsou migranti pracující bez pracovního povolení, u kterých je jisté, že si nebudou stěžovat. Na některých farmách se stává, že pracovníci dokonce nejsou varováni a nevědí, kdy poletí práškovací letadlo a nemají čas se před ním schovat. Těhotné pracovnice nejsou přerazovány na práci, kde se nepoužívají chemikálie, aby unikly riziku potratu. Při vstupu do odborů je pracovníkům vyhrožováno propuštěním, což může potkat přímo je osobně nebo jejich blízké (Make Fruit fair, 2016).

Obrázek 6 - Rozprašování pesticidů



Zdroj: www.wikimedia.com

Zajímavosti o banánech

- Banány zrají díky procesu přeměny škrobů na cukry při stálé teplotě. Typickou tropickou chuť si tedy nejvíce vychutnáme, když banány necháme mimo lednici. Vnitřní část banánové slupky má skvělé vlastnosti k čištění a impregnaci kožených rukavic, tašek a bot. Banány také pomáhají při zažívacích potížích.
- Na světě existuje 670 druhů banánů. Jeden banán váží obvykle 125 až 200 gramů. Někteří experti uvádějí, že se ve špičkách oloupaného banánu hromadí chemikálie z postřiků. V některých oblastech se z banánů vaří pivo. (Zajimavosti.info, 2015; Nowak. Schulzová, 2002).

2.2 Květiny

2.2.1 Obecná charakteristika

Definice květin

Květiny patří do říše rostlin, jsou pestrobarevné a po odříznutí přežívají omezenou dobu. Květina se skládá ze stonku a jednoho nebo více květů. Na rozdíl od stromů, keřů nebo zeleniny, které pěstujeme pro plody, jsou květiny pěstovány pro své květy.

Z botanického hlediska se květiny definují jako reprodukční stavby krytosemenných rostlin, které se skládají z tyčinek a pestíků obklopenými okvětními a kališními lístky. Některé rostliny přitahují hmyz nebo další živočichy svým pylem a vůní (Collins English Dictionary, 2016).

První kvetoucí rostliny se na zemi objevily před 140 miliony let a dnes rostou na každém kontinentě naší planety. Jsou důležitou součástí světového ekosystému a jsou základem života na zemi. Produkují kyslík, abychom mohli dýchat, a také poskytují potravu ptákům, hmyzu a zvířatům. Rostou na nejvyšších horách, a dokonce i pod vodou a každá země má své vlastní jedinečné odrůdy. (Interflora, 2017).

Už odedávna se květiny používaly při sezónních oslavách a vyjadřování nejrůznějších pocitů a dojmů. Některé květinové zvyky přetrvávají dodnes. Na Havajských ostrovech a na Fidži, dostávají turisté květinové náhrdelníky, jako znamení, že jsou vítáni. (Hillier, 2002).

Druhy květin

Z botanického hlediska se květiny dělí na dvě skupiny, jednoděložné a dvouděložné. Existují i jiné způsoby třídění květin, zejména na:

1. letničky – životní cyklus trvá 1 rok (např. jazylka, gazanie, hrachor, aksamitník);
2. trvalky – životní cyklus trvá více let (např. smil, bergénie, sporýš, tymián);
3. dvouletky – životní cyklus trvá 2 roky (např. maceška, náprstník, topolovka, violka).

Existuje dělení květin i podle způsobu rozmnožování (květiny s pohlavním a nepohlavním způsobem rozmnožování).

V květinovém průmyslu se květiny dělí podle míry obchodovatelnosti:

- obchodovatelné v celosvětovém měřítku: řezané květiny, zeleň a květinové cibulky;

- obchodovatelné na regionální úrovni: zejména objemné hrnkové květiny a výpěstky pro školky.

Další dělení rozeznává 4 skupiny květin v obecnějším měřítku:

1. skupina: cibulky, hlízy, kořeny, rostliny nebo květiny;
2. skupina: ostatní živé rostliny (včetně kořenů), odřezky a lístky a podhoubí;
3. skupina: květiny a uříznutá poupata k okrasným účelům (čerstvé, sušené atd.);
4. skupina: zeleň, větve a jiné části rostlin, bez květů (Abeceda zahrady a bydlení, 2016).

Produkce květin

Evropa je tradičně velkým producentem a obchodníkem s květinami se stabilní hodnotou produkce. Produkce květin v Severní Americe činí okolo 6,5 bilionů dolarů. V Asii produkce rapidně roste a v Africe dosahuje obrovských objemů v čím dál rizikovějším prostředí. Malým producentem květin je Oceánie (zahrnující Austrálii).

Evropa a Spojené státy obchodují s květinami na interkontinentální úrovni. To znamená, že vypěstované květiny z větší části zůstávají v daném státě, kde je s nimi obchodováno. Do těchto zemí jsou květiny dováženy z Latinské Ameriky, Afriky a Asie.

Hlavní produkční oblasti okrasných květin:

- *Evropa:* Nizozemsko je známé produkcí řezaných květin, i hrnkových rostlin, stejně tak letniček a trvalek z cibulek. Německo má zase silné postavení v pěstování výrostků v květinových školkách a zahradních rostlinách. Itálie je známá produkcí mnoha květin a spolu s Dánskem produkcí hrnkových rostlin. Velká Británie, Belgie a Španělsko nehrají v produkci květin významnou roli.
- *Severní a Jižní Amerika:* V Severní Americe (USA a Kanada) jsou nejdůležitějšími produkčními regiony v oblasti květinového průmyslu Kalifornie a Florida. V Jižní Americe se produkce květin velmi rozvíjí, především v Mexiku a Kolumbii, ale také v Ekvádoru, Kostarice a Brazílii.
- *Afrika:* Na prvním místě v produkci květin v Africe je Keňa, následovaná Tanzánií, Jižní Afrikou a Ugandou. Tyto oblasti jsou známé především pěstováním růží. Kvůli politické situaci klesá produkce květin v Zimbabwe a na Pobřeží Slonoviny.
- *Asie:* Japonsko je tradičním producentem speciálních variant okrasných květin. Jižní Korea, Indie a Thajsko se stávají silnými producenty okrasných květin, následované Tchaj-wanem. Produkce květin se v Izraeli snížila kvůli politické situaci. Místní produkce pro místní trhy je stále velmi objemná.

- *Oceánie, Austrálie a Nový Zéland* se specializují spíše na řezané květiny a patří k menším producentům (Agricultural Economics Institute, 2002).

Největším producentem květin je Nizozemsko s hodnotou produkce 3,6 miliard dolarů a Spojené státy s 5,18 miliardy dolarů. Indie a Čína mají dominantní postavení ve velikosti obdělávaných květinových ploch. Podíl různých květinových produktů se v jednotlivých zemích značně liší. V Německu jsou hlavním květinovým produktem řezané květiny (45,3 %). V Nizozemsku převažuje produkce řezaných (48,5 %) a hrnkových květin (34,8 %). Spojené státy dominují produkcí zahradních rostlin (51,8 %), ale i řezanými květinami (15,7 %). V Číně jsou hlavní květinové produkty hrnkové (39,1 %) a řezané květiny (31,6 %), zatímco v Kolumbii tvoří řezané květiny 99,3 % produkce (Which Country, 2016).

Produkce květin v ČR

Produkce květin v České republice vzrostla oproti roku 2014 o 4,3 % a dovoz květin o více než 14 %. V roce 2014 se na prodeji květin v České republice vydělalo 2 095 miliard korun a květiny se vyvezly v hodnotě 453 milionů korun, což znamenalo nárůst o 5 %.

Do České republiky bylo nejvíce květin dovezeno z Nizozemska, Německa a Dánska. Čeští pěstitelé vyvezli květiny zejména do Německa, Slovenska a Rakouska.

Mezi nejvíce pěstované květiny v České republice patří balkonové a záhonové květiny, chryzantémy, bramboříky a vánoční hvězdy.

Jeden obyvatel za květiny v roce 2014 utratil v průměru okolo 991 Kč. (Selferová, 2016).

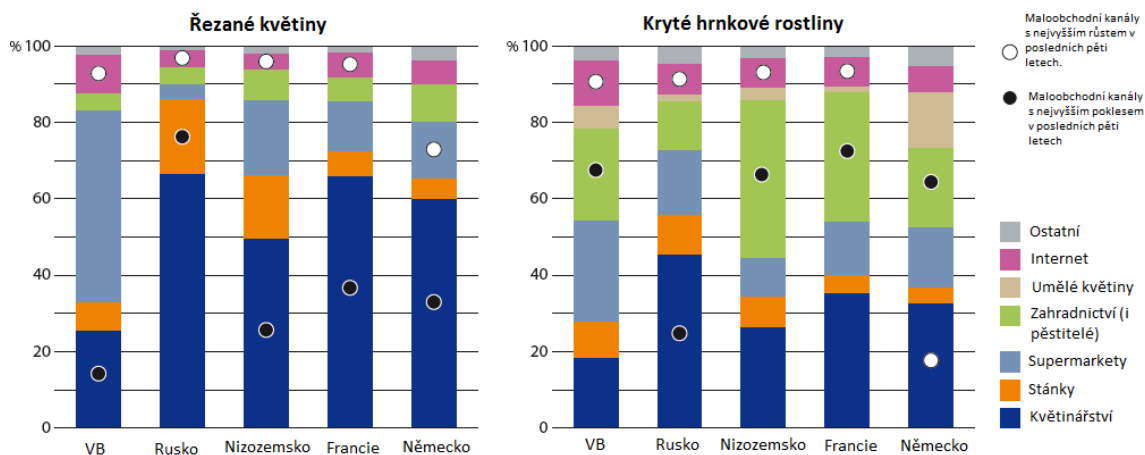
Mezinárodní obchod s květinami

Obchod s květinami je obecně na regionální úrovni. Existují totiž tři hlavní světové trhy: americký, japonský a evropský. Například květiny z Latinské Ameriky se vyvážejí do Spojených států, africké země jsou zaměřeny především na evropský trh a asijské země se zaměřují na vývoz květin na japonský trh, převážně do Japonska a Hongkongu. Z tohoto důvodu je i konkurence zaměřená spíše regionálně než globálně.

Největším světovým dovozcem řezaných květin jsou Spojené státy, do kterých dováží nejvíce Kolumbie. Co se týče dovozu květin do Evropy, klesá jejich dovoz z Ruska, a to kvůli ekonomickým a politickým neshodám mezi Ruskem a Evropou. Globální obchodní

toky s květinami utrpěly, když v roce 2008 zasáhla finanční krize. Nicméně, květinový průmysl se zotavuje a předpokládá se, že světový vývoz květin poroste.

Obrázek 7 - Maloobchodní podíly řezaných květin a hrnkových rostlin (2015)



Zdroj: www.rabobank.com

Obchod s řezanými květinami a krytými hrnkovými rostlinami ovlivňuje v posledních letech vzestup internetového prodeje květin. Tržní podíl internetového prodeje řezaných květin na celkových tržbách se pohybuje v rozmezí od 4 % (Rusko) do 10 % (Velká Británie). Online prodej vnitřních hrnkových rostlin již tvoří 7 % v Německu, 8 % v Rusku, Francii a Nizozemsku a 12 % ve Velké Británii.

Mezi nejvíce prodávané květiny po celém světě patří růže, slunečnice, wildflower, šerík, karafiáty, orchideje, lilie, tulipány, petrklíč a iris (African Business, 2012; Rabobank, 2016).

Tabulka 17 - Seznam 10 nejvíce prodávaných květin ve vybraných zemích

Pořadí	Velká Británie	USA	Filipíny	Kanada	Austrálie
1.	netykavka turecká	růže	gardénie	trillium ovatum	royal bluebell
2.	lobelka	lilie	oleandr	růže	waratah
3.	pelargonie	sedmikráska	plumérie	slunečnice	pouštní růže
4.	petúnie	tulipán	jasmín	karafiát	orchidej
5.	fuchsie	orchidej	gumamela	gerbera	globulus

6.	klematis	šeřík	orchidej	sedmikráska	epacris
7.	begónie	karafiát	kananga	hledík	kangaroo paw
8.	verbeny	hortenzie	růže	brambořík	protea
9.	zvonek	slunečnice	mečík	pelargónie	pavoučkovec
10.	muškát	maceška	astra	vánoční hvězda	leucadendron

Zdroj: www.theflowerexpert.com (vlastní zpracování)

Zajímavosti

- Zajímavostí jsou květy, které jsou jedlé a určeny nejen pro okrasu, ale i ke konzumaci. Za jedlou květinu se považuje levandule, jejíž vůně se hodí do sorbetu, zeleninových salátů nebo do bábovky.
- Z okvětních lístků růže se vyrábí výborný růžový likér a z fialky, která má sladkou a výraznou chuť, zase jarní bylinková polévka. Okvětní plátky orchideje se přidávají do šampaňského, listy z kalichu karafiátu mají nahořklou chuť a ochucují tak vína. Z běžných rostlin se pak dají konzumovat sedmikráska, pampeliška, měsíčky, macešky a bezové květy (Vichová, 2013).

2.2.2 Řezané květiny

Definice řezaných květin

Řezané květiny jsou jednoduše definovány jako květ se stonkem a případně s trny, který je uříznut od mateřské rostliny. Tyto květiny jsou poté používány k aranžování a jsou dostupné v květinářství. Většina řezaných květin je kupována, aby posloužila jako dárek při zvláštních příležitostech. Prodávají se samostatně nebo v kyticích. Nejpopulárnější řezanou květinou jsou růže, následují karafiáty, gerbery a chryzantémy.

Pojem „řezané květiny“ zahrnuje řadu rostlinného materiálu, čerstvého, sušeného nebo uchovatelného. Patří sem i pupeny, květy, stonky, barevné nebo pučící větve, hlavy semínek a lodyhy.

Správná posklizňová péče o řezané květiny je zásadní pro zachování vysoké kvality a dlouhé životnosti květin. Uříznuté stonky a květy se stávají velmi citlivými k poškození

a nemocem. Květiny nemůžeme skladovat společně s jakýmkoliv druhem ovoce nebo zeleniny kvůli ethylenu v ovoci nebo zelenině, který urychlí stárnutí květin (The Flower Expert, 2011).

Druhy řezaných květin

Řezané květiny se mohou dělit na:

- každodenní – jsou nabízeny a některé i dováženy každý den: růže, gerbery, chryzantémy, alstromérie, lilie, třezalky, orchideje, karafiáty;
- sezónní – jejich pěstování je omezené sezónností – pivoňky, tulipány, slunečnice, laskavec, hvězdník (Westbrook Floral Ltd, 2014).

Květiny se také dělí na několik skupin podle vhodnosti při aranžování kytic.

Produkce řezaných květin

Řezané květiny jsou obvykle prodávány svázané, v uspořádaných kyticích nebo individuálně, a to květinářstvím, dalším maloobchodním prodejnám nebo přímo veřejnosti.

Díky rozvoji pěstebních technologií, výstavbě skleníků a zavádění moderních technologií se podstatně zvýšila produkce hlavních druhů květin k řezu. Řezané květiny se často dovážejí z klimaticky výhodnějších oblastí. To je důvod pro snižování výrobních nákladů a zvyšování kvality výpěstků (Scoggins, 2014; Votruba, 1980).

- TOP 10 největších producentů řezaných květin

Tabulka 18 - Největší producenti řezaných květin (2013)

Země	Podíl na trhu (%)
Nizozemsko	52 %
Kolumbie	15 %
Ekvádor	9 %
Keňa	7 %
Belgie	3 %
Etiopie	2 %
Malajsie	1 %
Itálie	1 %

Německo	1 %
Izrael	1 %

Zdroj: www.worldatlas.com

Izrael – tento stát má velmi výhodné klima s 300 slunečními dny v roce a poměrně teplými zimami. Tyto podmínky umožňují růst květin po celý rok. Pěstují se zde nejvíce pivoňky a sasanky, které jsou poté dováženy převážně do Evropské unie. Řezané květiny tak Izraeli vydělávají 200 milionů dolarů ročně.

Německo – německý květinový průmysl neustále roste, a tak i jeho podíl na světovém trhu. Německo se stalo díky produkci řezaných květin více soběstačné a méně závislé na dovozu květin z jiných zemí (zejména z Nizozemska).

Itálie – je jedním z největších vývozců a zároveň spotřebitelem řezaných květin v Evropské unii. V Itálii se produkuje nejvíce růží a karafiátů, které se vyvážejí do Rakouska, Velké Británie a Švýcarska.

Malajsie – kvůli stálému růstu na domácím a vývozním trhu s řezanými květinami má tento stát výborné vyhlídky do budoucna. Nejvíce se zde pěstují orchideje, které zabírají téměř 580 hektarů půdy.

Etiopie – slunné tropické klima a různé typologie půd umožňují pěstovat široké spektrum druhů řezaných květin po celý rok. Do konce roku 2016 vydělávala tato země 550 milionů dolarů díky vývozu řezaných květin.

Belgie – patří mezi přední producenty řezaných květin na světě. Nejvíce se zde pěstují růže, jejichž pěstební plocha zabírá polovinu plochy celé Belgie. Díky tvrdé mezinárodní konkurenci zde roste květinový průmysl rychlým tempem.

Keňa – v roce 2013 bylo v zemi vypěstováno 125 000 tun řezaných květin v hodnotě 507 milionů dolarů. Hlavním faktorem, který umožňuje vysoce kvalitní květiny je sluneční podnebí. Květinový průmysl v Keni zaměstnává 500 000 místních obyvatel.

Ekvádor – v posledních 10 letech se květinový průmysl řezaných květin v zemi podstatně zvýšil. Nejvíce se zde pěstují růže s přibližně 60 odrůdami, které jsou určené pro vývoz. Pěstební plocha zaujímá 2 000 hektarů půdy.

Kolumbie - 65 % vypěstovaných řezaných květin v Kolumbii je dováženo do Spojených států. Nejvíce se zde opět pěstují růže, ale mimo ně i exotické druhy, jako například toulitka, orchidej a strelície.

Nizozemsko – průmysl řezaných květin zde vzkvétá a Nizozemsko je tak hlavním producentem řezaných květin na Evropském květinovém trhu. Tato země musí ale čelit intenzivní konkurenci z jiných zemí, které produkují řezané květiny levněji (World Altas, 2016).

Mezinárodní obchod s řezanými květinami

Na celosvětovém obchodě s řezanými květinami se významně podílí Nizozemsko, které je stále velkým distribučním uzlem v mezinárodním květinovém průmyslu. Nicméně 4 země zvyšující své postavení v květinovém průmyslu (Kolumbie, Keňa, Ekvádor a Etiopie) předběhly v roce 2015 Nizozemsko a nyní představují 44 % obchodu s řezanými květinami. Tyto státy se dostávají do popředí díky příznivému klimatu, nízkým výrobním nákladům a obrovským produkčním farmám (CBI, 2016).

Mezi nejprodávanější druhy řezaných květin patří růže. Ty se prodávají v nejrůznějších barvách, dokonce i v modré. Zdaleka nejoblíbenější jsou ale rudé růže. Dále karafiáty, které se velmi často používají do velkých kytic. Chryzantémy jsou oblíbené díky jejich dlouhé životnosti a obrovské škále tvarů a velikostí. Nejoblíbenější květinou na Velikonoce jsou lilie a v létě to jsou slunečnice. Mezi další nejprodávanější řezané květiny patří alstromerie a orchideje (Garden Guides, 2017).

Vývoz řezaných květin

Vývoz řezaných květin je snazší díky transportu řezaných květin leteckou dopravou. Například růže, které jsou vyprodukovány v Kolumbii nebo Ekvádoru, jsou prodány do Spojených států, a tak se letecká doprava stala až nutností nejrychlejšího transportu těchto květin do místa určení. Od roku 2013 se zvyšuje mezinárodní konkurence v produkci řezaných květin (Hortibiz, 2016).

- TOP 10 největších vývozců řezaných květin podle podílu

Tabulka 19 - Podíl zemí vyvážející řezané květiny (2015)

Země	Podíl na vývozu řezaných květin (%)
Nizozemsko	46 %
Kolumbie	16 %
Ekvádor	8,6 %
Keňa	8 %
Etiopie	4,6 %
Belgie – Lucembursko	2,1 %
Malajsie	1,4 %
Čína	1 %
Německo	0,89 %

Zdroj: www.atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

V pořadí nejvíce vyvážených druhů řezaných květin se na prvním místě umístila růže. Přímo na růže se v Evropě orientuje například Francie. Jako další se v tomto žebříčku umístily tulipány, chryzantémy, gerbery, frézie, lilie a karafiáty. Ve Španělsku se nejvíce produkují růže, karafiáty, gerbery a lilie. Právě Francie, Itálie a Španělsko jsou hlavními spotřebitelskými trhy řezaných květin s relativně velkou domácí produkcí květin (CBI, 2016).

Dovoz řezaných květin

Mezi země, které dovážejí nejvíce řezaných květin patří Spojené státy, Německo a Británie. Spojené státy ani Velká Británie totiž neprodukují dostatek vlastních řezaných květin. Nizozemsko se tak stává nejdůležitějším dovozcem řezaných květin se svými květinovými burzami, které fungují jako hlavní obchodní centrum s řezanými květinami. Dodávky řezaných květin z rozvojových zemí (včetně států se středními příjmy jako je Ekvádor, Kolumbie a Kostarika) postupně rostou a v příštích letech se očekává jejich zvýšení. Stejně jako roste ekonomika v mnoha evropských zemích, roste i poptávka

po řezaných květinách, což znamená nové příležitosti pro profesionální pěstitele a vývozce z rozvojových zemí (CBI, 2016).

- TOP 10 největších dovozců řezaných květin podle podílu

Tabulka 20 - Podíl zemí dovážející řezané květiny (2015)

Země	Podíl na dovozu řezaných květin (%)
USA	17 %
Německo	15 %
Velká Británie	12 %
Nizozemsko	11 %
Rusko	7,5 %
Francie	5,2 %
Japonsko	3,9 %
Belgie – Lucembursko	3,8 %
Itálie	2,3 %
Švýcarsko	2,2 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

Ze všech druhů řezaných květin se dováží nejvíce růže, jejichž dovoz vzrostl z 510 milionů eur v roce 2008 na 678 milionů eur v roce 2014. Dále se v žebříčku nejvíce dovážených druhů květin objevují karafiáty, chryzantémy, tulipány nebo alstromerie. Pořadí těchto květin se v průběhu let mění. (CBP, 2015).

Květinové burzy

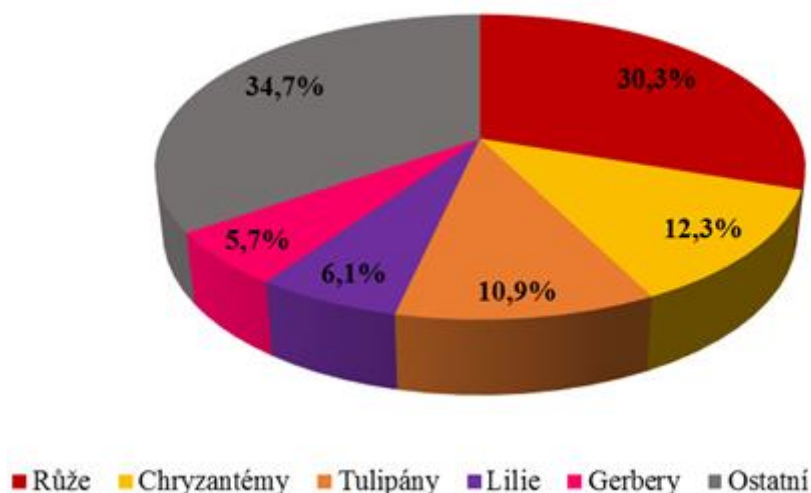
Za zmínku stojí velmi důležité holandské květinové burzy, na nichž je každý den obchodováno s 16 miliony řezanými květinami a s 1 milionem hrnkových květin, jako je tomu na holandské květinové burze Aalsmer. Tato burza spadá pod společnost FloraHolland. Ta provozuje i další květinové burzy na území Nizozemska (Naaldwijk, Rijnsburg, Bleiswijk, Venlo a Eelde). Na burze Aalsmer tak každý den proběhne kolem 50 000 obchodních transakcí. Všechny holandské květinové burzy fungují na stejném způsobu

prodeje známého jako „holandská aukce“. Tento princip spočívá ve snižování výchozí ceny v pravidelných časových intervalech. To trvá do té doby, než se zásoby vyprodají (CBI, 2016; Rabobank, 2016).

Mezi další květinové aukce patří online aukce řezaných květin provozována v Severní Americe, FlowerBuyer.com®. Tato společnost vznikla v roce 1997, nyní má několik tisíc zákazníků, dobrou pověst a květiny nakupuje od více než 400 pěstitelů z 5 zemí. Online aukce se konají každé pondělí, středu a pátek ve 2 hodiny odpoledne (FlowerBuyer, 2017).

Největší květinovou burzou v Africe je burza Multiflora, která zaměstnává 144 lidí a květiny nakupuje od 600 pěstitelů květin. Nejméně 80 % květin pochází z Johannesburgu (Jihoafrická republika). Zbytek květin pochází z Kapského města a Natal, které se také nachází v Jihoafrické republice a z ostatních afrických zemí, jako je Keňa a Zimbabwe. Aukce se konají od pondělí do soboty v 7 hodin ráno (Multiflora, 2012).

Obrázek 8 - Druhy řezaných květin podle podílu na holandských aukcích (2014)



Zdroj: www.cbi.eu

Pozitivní a negativní dopady pěstování řezaných květin na producenty

Řezané květiny jsou pěstovány z velké části v zemích, kde jsou příznivé klimatické podmínky pro pěstování, levná pracovní síla a minimální kontrola bezpečnosti práce. Lidé na všech trzích obdivují krásu květin, a proto si vybírají a následně kupují nejkrásnější, nejlépe vypadající a nejlesklejší květiny. Za jejich krásou stojí ale velké používání agrochemikálií (pesticidů a dalších), které dezinfikují půdu proti plísním,

chorobám a škůdcům. Tím aplikace těchto chemikálií ale nekončí. Jsou totiž také aplikovány před sklizní a při jejich převozu na místo určení. Důvodem je snaha o zpomalení přirozeného životního cyklu řezaných květin. Agrochemikálie v půdě se dostávají do podzemních vod a ovzduší, odkud se pak v podobě deště vracejí zpět na zem a narušují ekosystém.

S pěstováním květin je oproti jiným komoditám za potřebí obrovských zásob vody, které v některých oblastech značně docházejí. Z dalšího pohledu na produkci květin je také zřejmé, že se na rozdíl od ovoce se řezané květiny nezkonzumují, ale jakmile opadnou, stávají se odpadem. Květiny jsou bioodpad a měly by končit na kompostech. Tak tomu, ale ve většině případů není. Končí ve směšném odpadu a poté na skládkách, na kterých se mísí s ostatním odpadem.

V současné době ani neexistují evropské normy, které by se soustředily na kontrolu kvality řezaných květin. Tyto normy existovaly ale evropská unie je zrušila. Obdobná situace byla i v České republice (normy existovaly již v roce 1995).

Pozitivním dopadem těchto květinových farem je příliv finančních investic do chudých regionů. Díky květinovému průmyslu má spousta pracovníků zajištěné příjmy. Boykot nakupování řezaných květin tak není správný. Ve velkém měřítku by totiž tento bojkot mohl znamenat ještě větší chudobu v zemích, které jsou na produkci květin závislé (Třídění odpadu, 2007).

Dále bude text zaměřen na produkci růží, jako typického zástupce skupiny řezaných květin.

2.2.3 Růže

Definice růží

Růže je dřevitá vytrvalá rostlina z rodu *Rosa*. Většina botanických druhů růží kvete v létě. Jsou to víceleté, ostnitě dřeviny s lichožpeřenými listy. Květy jsou umístěné v chocholících nebo jednotlivě a skládají se z 5 kališních lístků, 5 korunních lístků, tyčinek a pestíků. V dospělosti se z pestíku stává dužnatý plod zvaný šípek.

Mezi nejvýznamnější oblasti s nejvyšším počtem druhů růží patří okolí Středozemního moře, východní Asie a okolí Mexického zálivu. Pěstování a šlechtění růží má nejrozsáhlejší historii mezi okrasnými rostlinami (Votruba, 1980).

Druhy růží

Růže se dají dělit podle barev, velikost vzrůstu, tvaru květu, počtu květů v květenství, velikosti vzrůstu, účelu, stáří nebo vyšlechtění odrůd.

Růže se mohou dělit z několika hledisek. Základní dělení rozděluje růže na 3 velké skupiny dle historie pěstování:

- jedinečné/divoké růže – vyvinuly se před 70 miliony let;
- staré/starodávné růže – jsou to růže, které existovaly před uvedením první moderní růže „la France“;
- moderní růže – tyto růže nejsou tak početné a je snazší je identifikovat.

Obrázek 9 – Růže „la France“



Zdroj: www.wikimedia.org

Další dělení rozděluje růže na dvě velké skupiny podle jejich výsadby:

- prostokořenné růže – jsou ve spánkové fázi skladovány v chladných skladech a slouží k výsadbě;
- kontejnerované růže – pěstované v nádobách (květináčích), jejich výběr je omezený a bývají dražší než prostokořenné, určeny k následné výsadbě na zahradu.

Růže můžeme rozdělit podle vzrůstu na:

- solitérní růst
 - keřové růže (vzpřímený růst, vysoké až 250 cm);
 - plané růže (okrasné keře, vysoké až 300 cm);
- horizontální půdo-pokryvný růst
 - půdo-pokryvné růže (plošné, vzpřímené až převislé, vysoké až 130 cm);
 - rosa Rugosa (plošné, odolné vůči mrazu, vysoké až 120 cm);
- záhonové růže
 - zakrslé růže (opakovaně kvetoucí keř, vysoké do 50 cm);

- velkokvěté růže (dlouhé stopky, méně otužilé a vonné, vysoké až 120 cm);
- okrasné stromky – odrůdy se štěpují na odnož plané růže:
 - zákrsky (do 40 cm);
 - polokmeny (do 60 cm);
 - vysokokmeny (90 cm);
 - kaskádové kmínky (140 cm) (Zahrada a Příroda, 2017).

Pěstování růží

Růže se pěstují na farmách především v rozvojových zemích, kde se o růže starají spíše ženy než muži. Na většině farem fungují stejné principy pěstování, ale například v Africe se růže sází do pemzy (vyvřelé horniny), která na rozdíl od běžné půdy dobře propouští vodu a nešíří se v ní nemoci. Pěstování růží vyžaduje velké množství vodních zdrojů. Na jeden hektar růží se tak spotřebuje 10-30 tisíc litrů vody za rok (na jednu růži asi 5 litrů vody). Z větší části se růže pěstují chemickou cestou, jak na záhonech, tak ve sklenicích. Právě současné trendy a globalizace souvisí s nedostatkem vody, ohrožením fauny a flóry v okolí velkých jezer jako je například jezero Naivasha v Keni. Pracovníci nemají k dispozici ochranné pomůcky při strhávání trnů z růží.

Každý den se růže dezinfikují proti škůdcům. Dokonce se někde používají i chemikálie, které jsou již řadu let zakázány. Řezané růže se nejvíce dovážejí z Keni z farem umístěných na svazích hory Mount Kenya. Tato oblast má vysokou nadmořskou výšku, příznivé teploty a vzdušnou vlhkost, díky čemuž mají mohutné stonky a velké květy se sytými barvami. Platí zde, že růže pěstované pod otevřeným nebem jsou kvalitnější a barevnější než květiny pěstované ve skleníku s umělým osvětlením (Florea Holland, 2017; Rozvojovka, 2011).

Produkce růží

Růže se produkují tam, kde jsou nejlepší klimatické podmínky a nízké náklady. Levné a kvalitní růže se v současné době pěstují zejména v Africe, a to v Keni a Etiopii. Nejvyšší kvalitním producentem růží je Ekvádor, jehož růže mají největší květ a nejdéle vydrží. Až 73 % růží pochází zejména z Keni, Etiopie a Ekvádoru. V Keni vypěstované růže se letecky dopravují do Nairobi, odtud do Nizozemska, kde jsou v několika málo minutách vydraženy a opět letecky přepraveni například do Tokia nebo New Yorku. 80 % prodaných růží pochází z Jižní Ameriky a Afriky.

Mezi další země produkující růže patří Turecko, Bulharsko, Írán, Maroko, Indie a Čína.

Bulharsko – růže se zde pěstují v oblasti zvané „Údolí růží“ blízko města Kazanlak. Bulharsko je historickou kolébkou růžového oleje, produktu, který pro tuto zemi zajistil monopolní postavení až do první světové války.

Turecko – v této zemi se ročně sklízí 8 000 tun růží, které jsou poté určeny pro výrobce parfémů. Růže se zde pěstují v 60 horských vesnicích regionu Isparta. Jsou pěstovány přímo na rodinných zahradách, díky vysoké nadmořské výšce trvá sklizeň 7–8 týdnů.

Maroko – pěstební plochy růží jsou zde umístěny převážně na jihu Maroka východně od Ouarzazate. Růžové keře se zde mimo jiné také používají k oddělení obdělávaných pozemků na břehu dvou řek. Marocké růže kvetou v dubnu.

Letecká doprava je v květinovém průmyslu velmi frekventovaná a je při ní spotřebováno několik litrů ropy. Právě nutnost letecké dopravy růží a všech dalších květin přispívá k znečištění ovzduší, narušování ozonové vrstvy a globálním klimatickým výkyvům (Florea Holland, 2017; ZO ČSOP Veronica, 2017).

Mezinárodní obchod s růžemi

Velký dopad na trh s růžemi mají spotřebitelé, kteří v posledních letech prahou po levnějších květinách, které prodávají supermarkety namísto květin z květinářství. Nizozemský trh tvoří výjimku, zde spotřebitelé nakupují růže převážně v květinářstvích, nicméně tržní podíl supermarketů se jako v ostatních zemích zvyšuje.

Podíl supermarketů na trhu s růžemi se tak odhaduje na zhruba 20 % za rok 2013 a stále se zvětšuje hlavně na úkor tradičních květinářství a pouličních stánků, jejichž podíl je asi jen 10 %. Vzrůstá také prodej růží přes internet. Asi 65 % řezaných růží bylo zakoupeno pro vlastní použití a 33 % jako dárek. Další konkrétní informace o podílu na trhu růží nejsou známy, ale růže jsou bezpochyby nejpopulárnější řezané květiny.

Vývoz růží

Od roku 2010 vzrostl vývoz růží, který tak převýšil celkový dovoz. Německo se stalo největším spotřebitelem růží s podílem téměř 40 %, poté následuje Francie s 16 % a Velká Británie s 11 %. V roce 2013 byla průměrná vývozní cena růží 30 centů (CBS, 2015).

- TOP 10 největších vývozců růží podle podílu

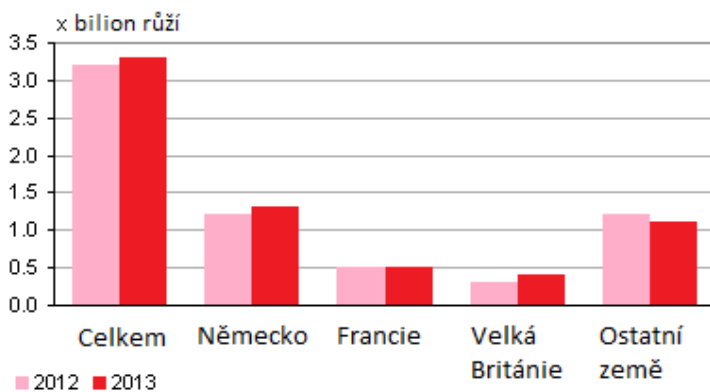
Tabulka 21 - Podíl zemí vyvážející růže (2015)

Země	Podíl na vývozu růží (%)
Nizozemsko	36 %
Uganda	14 %
Dánsko	9,3 %
Německo	9,3 %
Kanada	7,5 %
Polsko	3,6 %
Belgie a Lucembursko	2,5 %
Itálie	2,2 %
Turecko	1,2 %
Ekvádor	1,1 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

Nizozemsko bude i nadále významným vývozcem čerstvých růží. V roce 2014 byly vyvezeny řezané růže v celkové hodnotě 892 milionů eur. Odhaduje se, že zhruba 40 % holandského vývozu růží pochází z domácí produkce. V roce 2014 se zvýšil vývoz růží především na německý a polský trh. Celková hodnota (314 milionů eur) vývozu růží do Německa představuje asi 35 % z celkového vývozu (CBI, 2016).

Obrázek 10 - Holandský vývoz růží



Zdroj: www.cbs.nl

Dovoz růží

- TOP 10 největších dovozců růží podle podílu

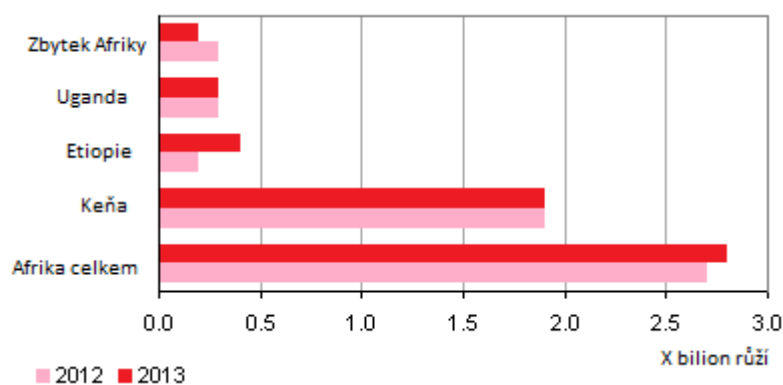
Tabulka 22 - Podíl zemí dovážející růže (2015)

Země	Podíl na dovozu růží (%)
Nizozemsko	18 %
Německo	15 %
USA	7,6 %
Francie	7,2 %
Velká Británie	6,2 %
Rusko	6,1 %
Švýcarsko	4,8 %
Itálie	3,2 %
Rakousko	2,4 %
Polsko	2,1 %

Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní zpracování)

Z afrických zemí bylo za rok 2013 dovezeno nejvíce růží z Keni (celkem 1,9 miliard kusů růží) v dovozní hodnotě přesahující 200 milionů eur.

Obrázek 11 - Dovoz růží pěstovaných v Africe



Zdroj: www.cbs.nl

Příběh ze života pracovníků pěstujících růže

Na růžových farmách pracují převážně ženy, například v Kolumbii je z celkového počtu 80 000 pracovníků 80 % žen. Podle majitelů kolumbijských farem jsou ženy lépe kvalifikované pro sklizeň, třídění, výběr a balení růží. Práce v tomto průmyslu trvá denně až 18 hodin za nízké mzdy v teplých sklenících. Pracovnice jsou vystavovány každý den pesticidům a jsou porušována jejich pracovní práva.

Pracovní náplní většiny pracovníků je čištění, třídění a balení růží pro vývoz. Skleníky jsou rozlehlé, a ženy tak nachodí každý den několik kilometrů v dusném prostředí. Bolesti hlavy jsou každodenními obtížemi pracovníků způsobené sluncem, které praží do skleníků nebo chemickými produkty, hnojivy a pesticidy, které se při pěstování růží používají téměř každý den. Jak pracovníky přecházejí z teplého prostředí skleníků do mrazivých chladících místností, trpí zdravotními problémy i nemocemi z povolání.

Obrázek 12 - Pěstování růží v Keni



Zdroj: www.rozvojovka.cz

Velká většina pracujících žen jsou ve věku od 15 do 18 let. Když dosáhnou věku 35 let, jsou často propouštěny, protože by tak náročnou práci nezvládly. Těhotné ženy jsou často nuceny pracovat přesčas, jinak jim hrozí propuštění. Tento nátlak je ale v pracovním právu zakázán. Na mnohých farmách jsou ženy také terčem sexuálního obtěžování. 12,8 % ze všech pracovníků na kolumbijských farmách jsou svobodné matky, které jsou závislé na práci v květinovém průmyslu (Ferrer, 1997).

V roce 2011 se v Německu testovalo 22 růží na chemické látky. V těchto růžích bylo zaznamenáno 20 různých chemických látek včetně karcinogenů². Pokud jsou pracovnice na růžových farmách špatně chráněny před těmito chemikáliemi, je vážně ohroženo jejich zdraví. Následkem je astma, podráždění kůže a potraty.

Platy těchto dělnic se pohybují na hranici zákonného minima. V Ekvádoru například činí minimální mzda v přepočtu pouhých 4 000 korun. V Keni dostávají pracovníci v přepočtu dokonce necelých 700 korun. Pěstování růží v těchto afrických zemích však zůstává ekologičtější než pěstování růží v Evropě ve sklenicích (Fairtrade Česko a Slovensko, 2017).

Zajímavosti

- O růži najdeme zmínku i v Bibli. Růže je národní květina Anglie a je součástí znaku některých amerických států. Najdeme ji také v erbů jihočeského rodu Rožmberků v podobě rozvíjejícího se růžového poupěte.
- Podle indického eposu Rámajána se nejkrásnější žena světa, bohyně Lakšmí zrodila z rozvíjejícího se růžového poupěte. Této bohyni se poté také říkalo „Nejkrásnější růže mezi ženami“.
- Voda z lístků růží se díky schopnosti ochlazování těla používá do parfémů, léků a cukrovinek. Olej z růží má sladkou vůni i léčivé vlastnosti. Vyrábí se z něho i olejíček na vlasy. Šípky růží jsou velmi dobrým zdrojem vitamínu C, kterého je zde více než v pomerančové šťávě, rajčatech nebo jablkách (Epoch Times, 2014).

² Chemická látka, která napomáhá k rakovinovému rojení buněk.

2.3 Fair trade

2.3.1 Obecná charakteristika

Zahraníční obchod

Český statistický úřad o zahraničním obchodu uvádí, že „*po vstupu České republiky do Evropské unie je zahraniční obchod České republiky souhrnem vnitrounijního obchodu (tj. obchodu se členskými státy EU) a obchodu se třetími zeměmi.*“ (ČSÚ, 2017)

Statistiky, které se věnují zahraničnímu obchodu v České republice, jsou založené na dvou systémech. První systém (INTRASTAT) sleduje pohyb zboží do a ze států Evropské. Druhý systém (EXTRASTAT) se zaměřuje na vývoz a dovoz zboží do Evropské unie ze států mimo tento prostor a na vývoz zboží do těchto nečlenských zemí. Jednoduše řečeno se zahraniční obchod zabývá dovozem a vývozem v rámci Evropské unie i mimo ni. (ČSÚ, 2017).

Definice fair trade

„*Fair trade je organizované sociální hnutí a tržní přístup, který usiluje o pomoc producentům v zemích třetího světa a propagaci udržitelnosti. Hnutí prosazuje platbu „spravedlivých cen“ za produkty, stejně jako dodržování sociálních a environmentálních standardů při produkci široké škály komodit. Zaměřuje se zejména na export z rozvojových zemí světa.*“ (Henych, 2013)

Pojem fair trade vymezil ve své knize i autor Petro, kde uvedl, že se „*jedná o trend v obchodě s rozvojovými zeměmi, který zdůrazňuje důležitost férových cen placených producentům zeleniny, ovoce a dalších výrobků. Současně po nich vyžaduje dodržování určitých sociálních (zákaz dětské práce) a environmentálních (ochrana životního prostředí, omezení hnojiv apod.) standardů.*“ (Petro, 2013)

V publikaci od Šmajse, Binky a Rolného (2012) se o fair trade hovoří jako o „*alternativním obchodním systémem, jehož cílem je zlepšení možností a životních podmínek obyvatel v rozvojových zemích. Má nejen ekonomický, ale i sociální a ekologický rozměr. Podporuje férovější přístup k mezinárodnímu obchodu, kdy pěstitelé a výrobci z nejchudších zemí světa mají určitá zvýhodnění (vyšší výkupní ceny, dlouhodobější kontrakty, prémie na rozvoj místních komunit).*“ (Šmajse, Binka a Rolný, 2012)

Ze všech definic a překladu spojení fair trade do českého jazyka vyplývá, že se jedná o formu spravedlivého obchodu, která má ale určitá specifika. Zaměřuje se na obchod s drobnými pěstiteli a pracovníky na plantážích v rozvojových zemích, kterým garantuje určitou minimální výkupní cenu, dodržování pracovních, obchodních a lidských práv i šetrnost k životnímu prostředí. Důležité jsou základní principy fairtrade, mezi které patří:

- dlouhodobé obchodní vztahy;
- dodržování úmluv Mezinárodní organizace práce (ILO);
- výkupní cena odpovídá nákladům udržitelné produkce a důstojného životy;
- zákaz nucené a dětské práce;
- dlouhodobě udržitelný rozvoj místních komunit;
- kontrolované využívání pesticidů a další zemědělské chemie;
- zákaz využívání geneticky modifikovaných plodin;
- šetrnější přístup k využívání přírodních zdrojů (NaZemi, 2017).

Fairtradová prémie (Fairtrade Premium)

Fairtradová prémie je částka, která je producentům vyplacena navíc při platbě za jejich produkty. Použití fairtradových premii je omezeno na investice do podnikání, životy, producentů komunit nebo do sociálně-ekonomického rozvoje pracovníků. Jeho specifické použití je demokraticky rozhodnuto samotnými producenty.

Fairtradová minimální cena (Fairtrade Minimum Price)

Fairtradová minimální cena také nazývaná minimální výkupní cena, musí být zaplacená producentům za produkt. Tato minimální cena pokrývá průměrné náklady produkce a umožňuje přístup na trh. Fairtradová minimální cena představuje záchrannou síť, která chrání producenty před prodejem produktů za příliš nízkou cenu. Je tedy nejnižší možnou cenou, kterou fairtradový plátce může zaplatit producentovi (Fairtrade International, 2011).

Přínosy fair trade

- 1) Podpora drobných producentů - zajištění minimální ceny produktů, která pokryje výrobní náklady a zajistí slušné životy.
- 2) Zajištění slušných mezd pracovníkům na plantážích – slušné mzdy, vstupy do odborů, jistota kvalitního bydlení a fairtradové prémie.

- 3) Poskytování „prémii“ pro rozvoj komunit - součástí cen certifikovaných produktů a spravovány společným družstvem, které z nich financují například výstavbu škol a klinik.
- 4) Vyhýbání se obchodům přes „překupníky“ (zprostředkovatele) - výrobky prodávány přímo z družstev výrobců, tím se vyhýbá nadnárodním korporacím, které ovládají světový obchod.
- 5) Pomoc nejen lidem, ale i naší planetě – snižování používání chemických látek, které ničí zdraví nejen lidem, ale i půdě a živočichům, kteří jsou těmto látkám také vystaveny.
- 6) Ochrana dětí – zajištění dostačujících mezd pro rodiče tak, aby jejich děti nemusely pracovat, a kontrola dodržování zákazu dětské práce.
- 7) Umocňování práv žen a dívek – podpora rozvoje žen, zajištění pracovních smluv, možnost přidat se do odborů, rozhodovat o využití sociálních premií.
- 8) Zvyšování povědomí o obchodním právu – otevřené a spravedlivé soutěžení, informování o pracovních podmínkách v rozvojových zemích přes velké organizace nebo informačními štítky na obalech produktů.
- 9) Navazování nových partnerství, ne vykořisťování – vznik nových společností, které hájí stejná práva mužů a žen a pomáhají znevýhodněným lidem.
- 10) Rozšiřování myšlenky fair trade do budoucna – prosazování správných a spravedlivých způsobů obchodování – obrovský potenciál do budoucna (Litvinoff & Madeley, 2007; viz Příloha č.2).

2.3.2 Historie fair trade

Průkopníkem obchodování fair trade v Americe je společnost dnes známá jako Ten Thousand Villages. Tato společnost díky Edně Ruth Bylerové, člence mnemonické církve, dovážela výšivky vyráběné chudými ženami z Portorika. Za první evropskou fairtradovou organizaci je považována společnost Oxfam, která vznikla v roce 1942. Oxfam je nevládní organizace, která prodávala výrobky čínských uprchlíků. V 60. a 70. letech upozornila na fair trade Organizace spojených národů heslem Trade not aid („Obchod místo pomoci“).

V prvním obchodě tzv. worldshopu se prodávaly řemeslné výrobky drobných řemeslníků z rozvojových zemí. Jako výraz solidarity se znevýhodněnými výrobci ze zemí Latinské Ameriky a Afriky byly zakládány typické organizace alternativního obchodu. První fairtradová značka Max Havelaar vznikla v roce 1988 v Nizozemsku a symbolizovala

vzdor dělníků vůči vykořisťování. V ostatních zemích vznikaly značky jako Transfair a Fairtrade Mark. Roku 1989 byla založena organizace IFAT (International Fair Trade Association), dnes známá pod názvem **WFTO**. Jejím úkolem bylo sdružovat fairtradové organizace na celém světě.

Obrázek 13 – Historická loga fair trade



Zdroj: www.wikimedia.org

Roku 1997 byla v německém městě Bonn založena organizace **Fairtrade International**³, aby sjednotila národní fairtradové organizace a harmonizovala celosvětové standardy a certifikace. O pět let později uvedla na trh mezinárodní certifikační značku Fairtrade®. Vypuštění této značky na trh mělo za úkol zviditelnit fairtradové produkty na regálech supermarketů, usnadnit přeshraniční obchod a zjednodušit vývozní postupy pro producenty a vývozce.

Díky organizaci Fairtrade International vzniklo několik nových fairtradových organizací: Jihoafrická Fairtrade Label, Česká Asociace pro fair trade⁴, Fairtrade Korea, Fairtrade Hongkong Foundation (2012), Východoafrická Fairtrade, Fairtrade Indie, Fairtrade Ibérica (společná organizace pro Portugalsko a Španělsko), Fairtrade Brazílie, Tchajwanu a Fairtrade Filipíny (2015) (NaZemi, 2010).

Historie fair trade v České republice

Fair trade se v České republice začal jako první věnovat charitativní občůdek Jeden svět již v polovině 90. let. Roku 2003 vznikla Společnost pro Fair Trade a prodeji fair trade se začala věnovat i Ekumenická akademie. Jen o rok později (2004) se české organizace začaly sdružovat do Asociace pro fair trade (aktuálně Fairtrade Česko a Slovensko) a na český trh jsou od té doby dováženy poprvé i fairtradové potraviny. První certifikovaná

³ Formálně známá jako Fairtrade Labelling Organizations nebo také FLO

⁴ později se přidalo Slovensko a vznikl název Fairtrade Česko a Slovensko

pražírna fairtradové kávy vznikla v roce 2008 v Praze. Tato pražírna s názvem Mamacoffee se také řadí mezi nejstarší „férovou“ pražírnu ve střední Evropě. V roce 2011 byla zahájena kampaň Fairtradová města i v České republice a prvními městy, která splnila kritéria a získala tento status, byly Litoměřice a Vsetín (NaZemi, 2010; Ekumenická akademie, 2006).

Obrázek 14 - Trh v ČR



Zdroj: www.ekumad.cz

2.3.3 Systémy fair trade

Systém WFTO – World Fair Trade Organization

Obrázek 15 - Logo WFTO



Zdroj: www.wfto.com

První systém fair trade reprezentuje WFTO – světová fairtradová organizace, představující mezinárodní systém fair trade.

Součástí tohoto systému je 300 členských organizací v celkem 70 zemích světa. Členy této organizace se stávají malí producenti, velké kooperativy i jednotliví dodavatelé s malým obratem, kteří své činnosti provozují na 100 % v souladu s principy fair trade. Dvě třetiny všech členů jsou z rozvojových zemí.

Tento systém má své standardy, na kterých se podílejí producenti, vývozcí, dovozcí, maloobchodníci a další fairtradové organizace. WFTO vyvinula celkem 10 Standardů neboli

principů, které jsou každoročně schvalovány valnou hromadou. Patří sem: transparentnost a odpovědnost, obchodní praktiky, platba fairtradových cen, tvorba příležitostí pro znevýhodněné producenty, zákaz nucené a dětské práce, zákaz diskriminace a genderové nerovnosti, svoboda sdružování, propagace fair trade, dobré pracovní podmínky, budování kapacit a ochrana životního prostředí.

Mezi členy patří například společnost GEPA, EZA nebo El Puente (Fairtrade Česko a Slovensko, 2012).

Systém Fairtrade International

Obrázek 16 - Logo Fairtrade International



Zdroj: www.fairtrade.net

Fairtrade International je nezisková asociace s 23 členy. Zahrnuje 3 sítě producentů a 20 národních organizací Fairtrade. Sdružení sídlí v německém městě Bonn. Úkoly tohoto systému jsou:

- stanovení fairtradových standardů, včetně minimálních cen a prémie;
- vedení vývoje globálních strategií;
- podpora fairtradových producentů;
- budování fairtradových trhů;
- pomocí nezávislé certifikační společnosti FLO-CERT certifikovat výrobce a obchodníky;
- obhajování v obchodním soudnictví.

Standardy Fairtrade International zajišťují, že výrobek s mezinárodní certifikační značkou Fairtrade® splňuje nejvyšší standardy (sociální, ekonomické a environmentální).

V roce 2004 se tato organizace rozdělila na dvě navzájem nezávislé organizace. První z nich je FLO, která stanovuje standardy spravedlivého obchodu a podporuje producenty. Druhou organizací je FLO-CERT, která kontroluje a certifikuje organizace producentů a

úctování obchodníků. Fairtrade International získala v roce 2007 uznání od ISEAL⁵, která ji uznala jako jednu ze 7 organizací dosahující nejvyšších standardů etického obchodu.

Tato asociace stále odráží vizi spravedlivého obchodu, zjednodušuje systém a rozšiřuje svou pomoc většímu počtu zemědělců, pracovníků, obchodníků i spotřebitelů.

Výrobek, který je označen za fairtradový, pochází od certifikovaných výrobců *Fairtrade International* nebo od členských organizací *WFTO* (Fairtrade International, 2011).

2.3.4 Certifikace a standardy Fairtrade

Certifikace Fairtrade

Samotná certifikace Fairtrade se řídí standardy, které stanovuje mezinárodní organizace Fairtrade International. Standardy se dělí na obecné a na standardy pro jednotlivé produkty. V obecných standardech najdeme informace o základních zásadách. Dále se dělí na standardy pro družstva malých producentů a standardy pro námezdní práci. Kontrolu dodržování Fairtrade International standardů osvědčuje společnost FLO-CERT. Tato nezávislá certifikační společnost provádí pravidelné audity a kontroly ve spolupráci s inspektory a auditory po celém světě.

Producentická družstva, dovozci surovin, zpracovatelé a balírny z celého obchodního řetězce musí projít certifikačním cyklem pod dohledem společnosti FLO-CERT. Fairtradový produkt je prodáván pod značkou společnosti, která již nemusí mít certifikaci Fairtrade. Tato společnost, ale musí mít licenci na používání známky Fairtrade® na obale. Licenci za licenční poplatek poskytuje Fairtrade International. Ta je u nás zastoupena společností Fairtrade Česko a Slovensko⁶.

⁵ Aliance na posílení systému udržitelných standardů ve prospěch lidí a životního prostředí

⁶ Dříve Asociace pro fair trade

Obrázek 17 - Systém certifikace Fairtrade



Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz

Pro pěstitele je certifikace Fairtrade výhodná díky jistotě spravedlivé ceny a fairtradových prémie, o jejichž použití rozhodují členové družstva. Často se rozhodují pro stavbu studen, škol, zajištění zdravotní pomoci nebo vzdělávacích možností (NaZemi, 2017).

Druhy standardů fair trade

- *Standardy pro malé organizace producentů*

Standardy se týkají organizací malých producentů, které dodávají fairtradové produkty. Většina členů těchto organizací malých producentů musí být drobní zemědělci. Organizace nesmí být závislé na práci najatých pracovníků a členové musí provozovat své farmy především za použití své vlastní pracovní síly a síly rodinných příslušníků. Zisky by měly být rovnoměrně rozdělené mezi producenty a všichni členové mít svůj hlas v rozhodovacím procesu organizace. Část standardů je také aplikována na firmy, které s organizacemi producentů obchodují.

- *Standardy pro námezdní práci*

Tyto standardy platí pro organizace, které zaměstnávají najaté pracovníky. Prvním principem je existence managementu fairtradových prémie. Tento výbor se skládá ze zástupců pracovníků a je zodpovědný za správu fairtradových prémie v souladu s fairtradovými standardy. Dalším principem je svoboda sdružování a kolektivní vyjednávání,

pracovníci tak mají právo stát se členem svazu a kolektivně vyjednávat o pracovních podmínkách. Posledním základním principem je zajištění spravedlivých podmínek pro všechny pracovníky. Platy musí být stejné nebo vyšší, než je regionální průměr nebo vyšší než minimální mzda. Také musí být zajištěny zdravotní a bezpečnostní opatření, aby se zabránilo pracovním úrazům.

- *Standardy pro smluvní výrobu*

Jedná se o standardy pro malovýrobce neboli drobné zemědělce, kteří nejsou dosud demokraticky organizováni. Jako dočasné řešení, se tyto producenti mohou připojit k fair trade, pokud mají uzavřené partnerství s organizacemi (například jako vývozci), které jim pomohou vytvořit nezávislou organizaci. Tyto standardy se vztahují na kakao v Tichomoří, rýži a bavlnu v Indii. Dále na bavlnu, sušené ovoce, mandle, meruňková jádra a ořechy v Pákistánu.

- *Obchodní standardy*

Tyto standardy platí pro obchodníky, kteří nakupují a prodávají fairtradové produkty nebo nakládají s fairtradovými cenami a prémii. Definují pravidla složení produktů, sledují cestu výrobků a používání známky Fairtrade®. Obsahují také požadavky a doporučení osvědčených postupů, které přispívají k posílení postavení producentů. Hlavními složkami spravedlivých a udržitelných obchodních standardů je transparentnost všech podmínek fairtradových transakcí ve smlouvách mezi producenty a odběrateli, reálná cena (alespoň ve výši minimální ceny), fairtradové prémie, tržní informace pro plánování (výzkumy trhu), předběžné financování, bezúhonné obchodování (dodavatelský řetězec bez podvodných obchodních praktik), ohled na životní prostředí (v souladu s pracovním právem a zákonem o ochraně životního prostředí – platí od roku 2017).

- *Klimatické standardy*

Tyto standardy jsou způsobem, jak podpořit malé producenty a venkovské komunity při získávání fairtradových uhlíkových kreditů. Tyto kredity jsou od producentů nakupovány společnostmi, které tak chtějí kompenzovat své uhlíkové emise. Fairtradové klimatické standardy byly vyvinuty ve spolupráci s Gold Standard Foundation⁷. Cílem je snížení uhlíkových emisí a přínos udržitelnému rozvoji.

⁷ Mezinárodně uznávanou organizací s odbornými znalostmi v oblasti klimatu a developerských projektů

- *Textilní standardy*

Textilní standardy jsou součástí většího fairtradového textilního programu s cílem usnadnit textilní dodavatelské řetězce a související obchodní praktiky. Tento komplexní přístup se soustřeďuje na výrobce a pracovníky v rámci dodavatelského řetězce. Hlavní složky zahrnují kritéria ve všech fázích výroby v průběhu celého dodavatelského řetězce pro všechny aktéry. Stanovuje spravedlivé, spolehlivé a předvídatelné investice do zlepšení pracovních podmínek (Fairtrade International, 2016).

2.3.4 Prodeje fairtradových produktů

Z tabulky je vidět, že podle objemů prodeje jsou v rámci fair trade neprodávanější banány, káva a cukr. Mezi další významné produkty patří kakao, čerstvé ovoce, ovocné šťávy a bavlníková semena (Fairtrade Foundation, 2015).

V tabulce budou zvýrazněny komodity, které jsou předmětem analýz.

Světová produkce

Tabulka 23 - Fairtradové komodity dle objemu prodeje (2013-14)

Produkt	Prodej (tuny)	Produkt	Prodej (tuny)
Quinoa	2 300	Ořechy	6 300
Banány	468 200	Třtinový cukr	219 700
Vinné hrozny	35 000	Sušené ovoce	2 200
Olejnata semena	1 800	Bavlníková semena	19 300
Zelenina	900	Med	3 000
Byliny a koření	10 700	Rýže	12 000
Čerstvé ovoce	33 300	Kakao	70 600
Čaj	12 200	Ovocné šťávy	22 800
Káva	250 800	Zlato (kg)	60
Květiny a rostliny (milion stonků)	639	Sportovní míče (kusy)	271 100

Zdroj: www.fairtrade.net (vlastní zpracování)

Produkce v České republice

Mezi nejprodávanější fairtradové komodity v České republice patří již tradičně káva. Na druhém místě bavlna a poté čaj.

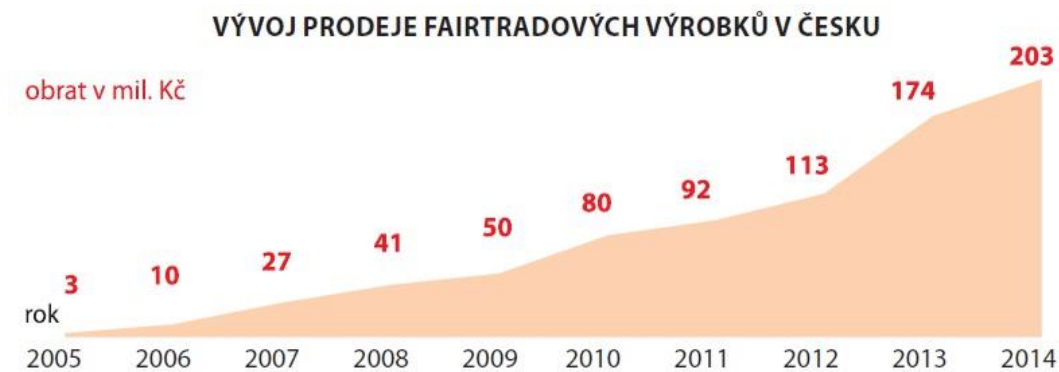
Tabulka 24 - Nejprodávanější fairtradové komodity podle podílu (2014-15)

Komodity	Prodejní podíl (%)
Káva	67,6 %
Bavlna	15,9 %
Čaj	6,7 %
Zpracované potraviny	4,3 %
Kakao a čokoláda	2,5 %
Kosmetika	1,4 %
Nápoje	0,9 %
Jiné	0,7 %

Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz

V roce 2014 utratili čeští zákazníci za výrobky se známkou Fairtrade® celkem 203 mil. Kč. Obrat maloobchodníků se oproti roku 2013 zvýšil o 17 %. Nejprodávanějším výrobkem s logem Fairtrade® je v České republice káva. V roce 2014 se jí prodalo 190 tun v hodnotě 138 mil. Kč. Káva tak tvoří 68 % z celkového obratu.

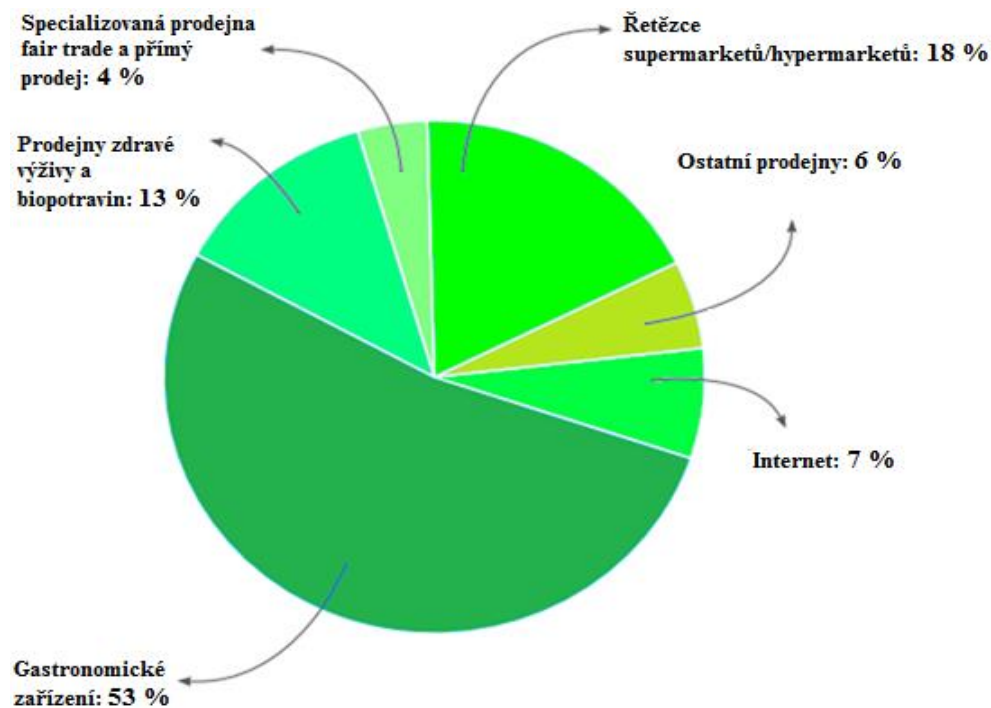
Obrázek 18 - Vývoj prodeje fairtradových výrobků



Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz

Na českém trhu lze fairtradové výrobky koupit v řetězcích Starbucks, Tchibo, Kaufland, Marks&Specncer, drogerii dm nebo v řetězci Tesco. Dále ve specializovaných prodejnách jako je Obchod NaZemi, Fair trade Centrum, obchodech zdravé výživy, anebo na e-shopech. (Retail News, 2015; Bio-info, 2015).

Obrázek 19 - Struktura prodejních míst fairtradových produktů v ČR



Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz, vlastní zpracování

2.4 Fairtradové ovoce

V systému Fairtrade je certifikováno ovoce čerstvé a sušené, stejně jako ovoce na šťávy.

Tabulka 25 - Seznam čerstvého ovoce certifikovaného v systému Fairtrade

Euterpe brazilská – Açaí	Papája obecná	Réva vinná
Jablko	Maracuja	Třešně
Meruňka	Broskve	Švestka
Avokádo	Nektarinky	Datle
Banán	Hruška	Marhaník granátový
Baobab	Mochyně peruánská	Pitahaya
Černý rybíz	Ananas	Opuncie
Borůvky	Plantain – zeleninový banán	Grapefruit
Maliny	Citron	Rybíz červený
Limetka	Satsuma	Liči čínské
Klementinky	Mango	Mandarinky
Meloun	Jahody	Mini vodní meloun
Stolní hrozny vinné révy	Pomeranč	Vodní meloun

Zdroj: *www.fairtrade.net, vlastní zpracování*

2.4.1 Produkce fairtradové ovoce

Každý rok je vypěstováno okolo 62 milionů tun tropického ovoce, jako je mango, ananas, papája a avokádo. 98 % tropického ovoce se pěstuje v rozvojových zemích, kde systém fair trade tradičně podporuje drobné zemědělce a pracovníky na plantážích.

Za rok 2013–2014 bylo za fairtradových podmínek malými certifikovanými organizacemi zemědělců a plantážníků prodáno 33 300 tun čerstvého ovoce. Drobní zemědělci a pracovníci tak mohli rozšířit svá území, kde pěstují certifikované fairtradové ovoce na 66 200 hektarů půdy. Malé organizace zemědělců, které pěstují fairtradové sušené ovoce mají relativně vysoký počet zaměstnankyň (53 %) (Fairtrade International, 2011).

2.4.2 Dopady certifikace Fairtrade

Zatímco obchod s čerstvým ovocem je velký a výnosný byznys pro nadnárodní korporace, drobní zemědělci trpí rostoucími náklady na vstupy a zpracování, zčásti kvůli zpřísnění hygienických požadavků. Obavy z potravinových nemocí, ale také skutečnost, že mnozí spotřebitelé vnímají pouze bezchybně vypadající ovoce za zdravé, přispívá k velkému tlaku na trhu. Pracovníci jsou často zaměstnáni bez pracovních smluv, dostávají velmi nízké mzdy a musí pracovat přesčasy. Pokusy pracovníků organizovat a postavit se proti jejich nejistým pracovním podmínkám se často setkaly s odporem.

Průmysl s čerstvým ovocem ovlivňuje nejen životní prostředí ale i zdraví a bezpečnost. Vysoké používání agrochemikálií (zejména pesticidů), ohrožuje zdraví zemědělců a pracovníků. V některých pěstitelských oblastech mají dokonce cisterny, které zásobují místní obyvatele pitnou vodou, protože podzemní voda je příliš kontaminovaná.

Hlavním přínosem pro drobné zemědělce ovoce a pracovníky jsou tak fairtradové prémie, které obchodníci platí v prodejní ceně výrobků. Poté je na členech producentůských organizací, jak tyto finanční prostředky využijí. Většinou je použijí na zlepšení ekonomických, sociálních a environmentálních podmínek.

Fair trade podporuje drobné zemědělce, aby přijali účinnější způsoby pěstování a mohli kompenzovat rostoucí náklady prostřednictvím udržitelného růstu produktivity. Nabízí jim školení a vyžaduje, aby všichni pracovníci měli pracovní smlouvu, dostávali pravidelné mzdy a měli dost času na odpočinek (Fairtrade International, 2011).

2.4.3 Standardy pro malé producenty a pracovníky na plantážích

Fair trade rozlišuje standardy pro drobné zemědělce a standardy pro námezdní práci na plantážích. Všechny se ale zaměřují na dvě základní věci: život a práci. Fairtradové standardy pro námezdní práci přinášejí výhody pracovníkům, kteří jsou zaměstnáni na plantážích. Většina fairtradových certifikovaných drobných zemědělců ovoce těží z fairtradových minimálních cen. Tyto ceny se liší podle produktu, oblasti a formě pěstování a zaměřují se na pokrytí průměrných nákladů na udržitelnou produkci, stejně tak i na poskytování ochrany před náhlými regionálními nebo mezinárodními poklesy cen.

Fairtradové standardy požadují přísné ekologické a bezpečnostní opatření na ochranu zdraví zemědělců a pracovníků, stejně tak i na životní prostředí. Tato opatření zahrnují

minimalizované využívání agrochemikálií a bezpečnostní školení pro pracovníky a zemědělce.

Fairtrade standard čerstvého ovoce pro malé producentské organizace a obchodníky

V případě standardu pro čerstvé ovoce nejsou žádné další požadavky na certifikaci a značení a balení. V popisu produktu jsou vymezeny všechny druhy čerstvého ovoce, na které existuje stanovená minimální fairtradová cena. Je zde zmínka o citrusovém ovoci a jeho odlišných druzích, dále pojem „soft citrus“ (měkké) a „deciduous fruits“ (ovoce listnatých stromů). Zvláštní poznámky v podobě dodatečných údajů, které musí smlouva obsahovat, jsou věnovány banánům, vinným hroznům a pomerančům na šťávu. V těchto standardech se řeší přímo požadavky na členy, kteří při pěstování banánů používají herbicidy. V kapitole udržitelného obchodu je v tomto standardu dána povinnost vytvářet sezónní zajišťovací plány speciálně na produkci vinných hroznů a banánů. Velkou kapitolou je definování cenových hladin. (viz Příloha č. 3)

Fairtrade standard čerstvého ovoce pro námezdní práci a obchodníky

Kapitola obecných požadavků a závazků vůči fair trade je zaměřena na všechny provozovatele, kteří vlastní certifikované výrobky nebo manipulují s fairtradovou cenou a prémie, a vztahuje se na držitele certifikátu. V kapitole Certifikace jsou uvedena speciální pravidla pro Brazílii s výjimkou čerstvých banánů. Kapitola Řízení fairtradových prémie je zaměřena opět jen na banány a nutnost podávání pravidelných zpráv. Fairtradoví plátcí musí poskytnout zajišťovací plány sezónně nebo čtvrtletně po vinné hrozny a banány (Fairtrade International, 2011, viz Příloha č. 4).

2.4.4 Příklady z ovocnářských farem

El Guabo, Ekvádor

El Guabo sdružuje 339 banánových zemědělců v jihozápadní části Ekvádoru, z nich 86 je ekologicky certifikovaných. Farmáři vlastní celkem 1000 hektarů půdy. Více než 1 300 lidí je zde zaměstnáno a vydělává si na živobytí. Před rokem 1997 prodávali tito farmáři banány přes zprostředkovatele a často tak přijímali ceny, které byly příliš nízké na pokrytí základních výdajů. Spravedlivé mzdy a důstojné pracovní podmínky nebyly v těchto letech vůbec dostupné. V listopadu roku 1997 se 14 zemědělců rozhodlo

stát součástí systému fair trade. Dnes se těchto 14 jedinců transformovalo do pevné skupiny zemědělců, která zavedla systém monitorující kvalitu a zlepšování životních a pracovních podmínek.

Apromalpi, Peru

Apromalpi (Asociace mango výrobců z Alto Piura) byla založena v roce 1996 skupinou malých producentů manga z údolí Alto Piura v severním Peru. V současnosti má toto sdružení asi 120 členů. Hospodaří na 390 hektarech půdy, kde pěstují odrůdu Kent. Organizace je považována za výborný příklad pro všechny malé producenty v Peru. To také ocenila Peruánská vláda a udělila Apromalpi v tomto smyslu cenu. Díky tomuto úspěchu mohli farmáři postavit novou balicí stanici. Chladicí domy jsou zde postaveny tak, aby zachovaly dobrou kvalitu ovoce. Manga se v této oblasti sklízí od prosince do února.

Asoproagroín, Kostarika

Asoproagroín je sdružení drobných producentů ananasu na severu Kostariky. Farmáři byli podpořeni místní nadací Proagroin, aby se mohli stát schopnými producenty a mohli konkurovat na mezinárodním trhu. Sdružení vzniklo v roce 2002 s 47 zemědělci, nyní jejich počet vzrostl na 160. Proagroin zřídilo projekt pro zemědělce, díky kterému jim poskytují úvěry, zajišťují technickou pomoc a vyváží ovoce. Zemědělci tak díky projektu postavili nový balicí dům s chladicími místnostmi a profesionální balicí linkou. V tomto sdružení se klade mnohem větší důraz na životní prostředí a na šetrný způsob pěstování ananasů (Global Fruit, 2010).

Fairtradová produkce bude nyní přiblížena na příkladu fairtradových banánů.

2.4.5 Fairtradové banány

Pěstování fairtradových banánů

Téměř 22 000 pěstitelů banánů je zapojeno do certifikačního systému Fairtrade. Jsou to drobní pěstitelé, zemědělci z organizací nebo pracovníci na banánových plantážích. Při pěstování banánů pod značkou Fairtrade® je zaručeno neporušování lidských práv výrobců. Pěstitelé dostávají sociální příplatek ve formě fairtradových prémie na rozvoj komunit, na budování cest, zajištění elektrické energie, pitné vody a zdravotní péče. Většina pracovníků má podepsanou jasně stanovenou pracovní smlouvu, mají ochranné pomůcky a během přeletů práškovacích letadel nesmí být na plantážích. Například

členové ekvádorského družstva UROCAL pěstují bananány na stejném místě, kde stojí ovocné stromy a to především kvůli menší náchylnosti k nemocem. Proti škůdcům se snaží bránit přírodními postupy, například citrosovým olejem na místo používání agresivních agrochemikálií (Haló noviny, 2017).

Pěstitelé fairtradových banánů musí čelit klimatickým problémům s extrémními výkyvy počasí. Dominikánská republika byla v roce 2014 zasažena extrémním suchem, producenti banánů na Windward Islands (Návětrných ostrovech) byli zasaženi hurikánem v roce 2010 a dodnes zde mají problém navrátit se plně do produkce banánů (Fairtrade International, 2015).

Produkce fairtradových banánů

Produkce banánů na plantážích s označením Fairtrade® je prováděna organizacemi drobných pěstitelů nebo organizacemi s najatými pracovníky. Podmínkou produkce fairtradových banánů je splnění přísných sociálních, environmentálních a fairtradových standardů, které zajišťují hladký průběh celé produkce.

Nejvyšší průměrná velikost plochy na pěstování fairtradových banánů byla za rok 2014 v Ekvádoru (7,2 ha), dále v Dominikánské republice (5,3 ha), Kolumbii (2,9 ha), Peru (1,0 ha) a na Windward Islands (Návětrných ostrovech, 0,9 ha).

Tabulka 26 - Počet farmářů a pracovníků pěstujících banány podle zemí (2014)

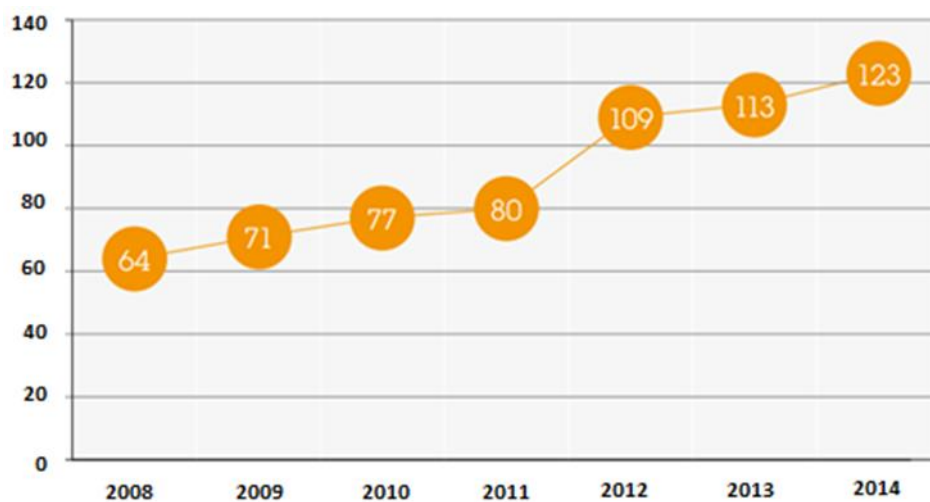
Země	Počet farmářů/pracovníků		
	Malé producentské organizace	Organizace s námezdní prací	Celkem
Kolumbie	500	2 600	3 100
Ekvádor	700	400	1 100
Peru	6 500	100	6 600
Mexiko, Kostarika a Panama	300	300	600
Dominikánská republika	2 500	2 400	4 600
Návětrné ostrovy	1 500	0	1 500

Ghana, Kamerun	0	4 300	4 300
Celkem ve světě	11 600	10 100	21 700

Zdroj: *www.fairtrade.net (vlastní zpracování)*

Fairtradové producentské organizace prodají více než 60 % banánů za podmínek fair trade. Na konci roku 2014 bylo zjištěno 123 producentských organizací v 11 zemích, které produkují a prodávají fairtradové banány. Tento počet zahrnuje 69 malých producentských organizací a 54 plantáží. Většina z nich se nachází v Kolumbii, Dominikánské republice a v Peru.

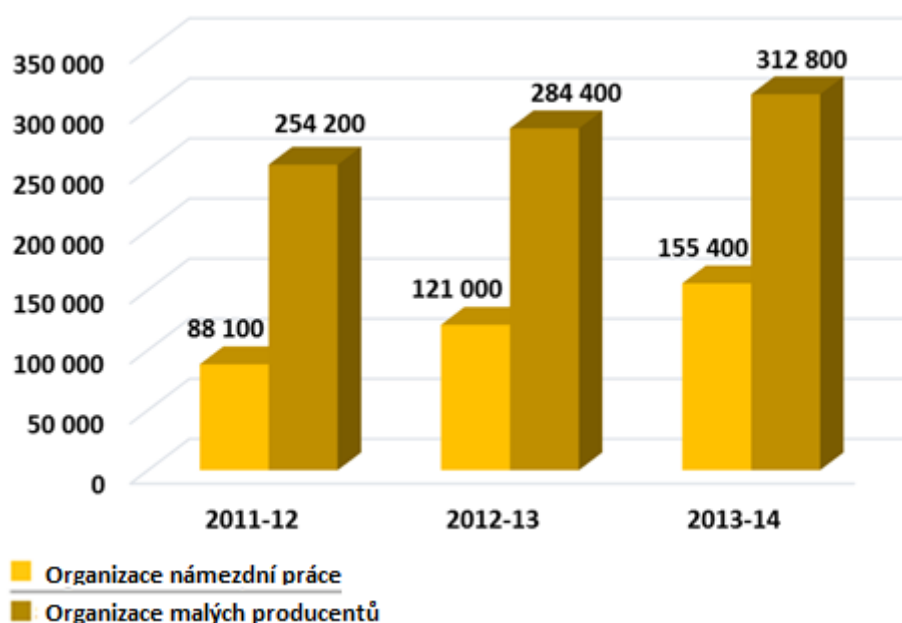
Obrázek 20 - Počet organizací produkujících fairtradové banány (2008–2014)



Zdroj: *www.fairtrade.net*

Nejvíce fairtradových banánů bylo za rok 2014 prodáno z Dominikánské republiky, dále z Kolumbie, Ekvádoru a z Peru. Z důvodu poklesu eura vůči dolaru v roce 2014 se banány ze západní Afriky staly atraktivní zejména pro evropské kupující. V témže roce získali fairtradoví producenti banánů na fairtradových premiích víc než 19 milionů eur. Což znamená nárůst o 12 % oproti sezóně mezi lety 2012 a 2013. Producenti v Dominikánské republice, Kolumbii a Peru získali okolo 17 milionů eur (89 %) fairtradových premií

Obrázek 21 - Objem prodaných banánů v tunách



Zdroj: www.fairtrade.net

Objem prodeje fairtradových banánů se od roku 2012-13 zvýšil o 15 % a to v důsledku propagace fairtradových organických banánů velkými řetězci supermarketů ve Francii, Německu a Švédsku (Fairtrade Česko a Slovensko, 2016; Fairtrade International, 2015).

Kampaň Za férové banány (Make fruit fair)

Do této kampaně je zapojeno 19 organizací z celého světa, které společně spolupracují. Neziskové organizace z celé Evropy spolupracují s malými pěstitelskými organizacemi, družstvy a pracovníky na plantážích Afriky, Latinské Ameriky a Karibiku.

Banány jsou evropským nejoblíbenějším a nejprodávanějším tropickým ovocem. Na plantážích, kde se banány pěstují, dochází k porušování lidských práv a ničení životního prostředí. Například ve Velké Británii se ročně sní 5 bilionů banánů, což v průměru vychází 10 kg (100 banánů) na jednoho člověka. Největší počet banánů je ale spotřebován v Ugandě, kde v průměru jeden člověk sní 170 banánů ročně. V této zemi totiž znamená jídlo („matooke“) to samé jako banán (Make Fruit Fair, 2016).

Tato kampaň prosazuje:

- odpovědnou a udržitelnou produkci banánů a dalšího tropického ovoce;
- brání pracovní práva pracovníků na plantážích;
- bojuje proti ničení životního prostředí;
- vytváří prostor pro vyjádření postižených lidí a jejich zástupců ze zemí produkce;

- podporuje nové politiky a spravedlivější praxi mezinárodního obchodu

Kampaň požaduje, aby supermarketů platily svým dodavatelům férové ceny a do svého sortimentu zahrnuly fairtradové banány i další tropické ovoce s touto certifikací. Dále apeluje na nadnárodní firmy obchodující s ovocem, aby zaručovaly dodržování pracovních práv zaměstnanců na plantážích a zaručily nepoškození životního prostředí produkcí banánů. Co se vlády týče, chtějí z její strany dosáhnout regulace činnosti supermarketů a nadnárodních firem a zarazit zneužívání jejich dominantního postavení na trhu. (NaZemi, 2017).

2.5 Fairtradové květiny

V roce 2001 proběhla první Fairtrade certifikace květin. Od té doby mají spotřebitelé stále větší zájem o fairtradové řezané květiny. Květiny a rostliny byly první nepotravinářské produkty, které byly certifikovány značkou Fairtrade® (Fairtrade International, 2011).

Tabulka 27 a 28 - Květiny a výplně do kytic certifikované v systému Fairtrade

Květiny		Výplně do kytic	
Barevné růže	Fiala šedivá	Světlice barvířská	Zlatobýl
Alstromerie	Šater	Čínská tráva – Ramie	Pernatec netíkovitý
Đáblík bahenní	Lilie (asijský hybrid)	Dračinka	Limonka chobotnatá
Kornoutnice africká	Lilie dlouhokvětá	Třezalka	Molučenka hladká
Karafiát	Jícnovka		
Máčka	Pryskyřník		
Gerbera jamesonii	Růže		

Zdroj: www.fairtrade.net, vlastní zpracování

2.5.1 Produkce fairtradové ovoce

Většina fairtradových květin pochází z východní Afriky, která je předním producentem v globálním květinovém průmyslu. Jsou pěstovány na velkých územích – plantážích, kde pracují najatí pracovníci, na rozdíl od ostatních fairtradových produktů, které pocházejí především od drobných pěstitelů. Tito najatí pracovníci se řídí kritérii podle standardů námezdní síly, které mají za cíl zlepšit pracovní podmínky na plantážích a dávají pracovníkům silnější postavení ve vedení plantáže.

Téměř všechny fairtradové květiny pocházejí z východoafrických zemí, konkrétně z Keni, Etiopie, Tanzanie, Zimbabwe a Ugandy. Další květinové plantáže s certifikací Fairtrade najdeme v Ekvádoru, El Salvadoru a Srí Lance. Za rok 2013 a 2014 bylo za fairtradových podmínek prodáno 640 milionů kusů květin. Pracovníci za ně obdrželi

5,6 milionů eur. Z této částky se rozhodli 33 % investovat do vzdělávacích programů (Fairtrade International, 2011).

2.5.2 Dopady certifikace Fairtrade

Od roku 2001, kdy se květiny a rostliny začaly certifikovat, se fair trade usilovně snaží zlepšit životy pracovníků v odvětví průmyslu květin a rostlin v nejméně rozvinutých a rozvojových zemích. Nicméně stále existuje mnoho problémů. Jedním z nich je otázka práva pracovníků sdružovat se do reprezentativních družstev, a získat vyjednávací schopnosti při zlepšování pracovních podmínek. Většina pracovníků v tomto odvětví dostává velmi nízké mzdy.

Certifikace Fairtrade má velké výhody pro pracovníky na květinových plantážích. Pracovníci mají díky certifikaci více znalostí o svých individuálních a kolektivních právech oproti pracovníkům z necertifikovaných farem.

U fairtradových květin a rostlin se nedá stanovit fairtradová minimální cena, jak je tomu u ostatních produktů. Je to způsobeno tím, že se jedná o čerstvé produkty s vysoce flexibilní cenou, a je tak velmi obtížné stanovit dlouhodobou minimální cenu.

Tento nedostatek vyrovnává vyšší fairtradové prémie. V současné době mohou pracovníci používat 10 % z obchodní prodejní ceny sjednané mezi plantážníky a obchodníky k investicím do vzdělání, obecní infrastruktury a školení dělníků v oblasti jejich práv (Fairtrade International, 2011).

2.5.3 Standardy pro malé producenty a pracovníky na plantážích

Fairtradové standardy zakazují používání nejhorších druhů pesticidů, které jsou jinak běžně používané. Je také nutné, aby pracovníci měli k dispozici ochranné pomůcky, byli školeni v zacházení s pesticidy a pravidelně podstupovali lékařské prohlídky. I přesto že fairtradové standardy vyžadují, aby zaměstnanci obdrželi alespoň minimální nebo regionální průměrné mzdy, je stále otázka mezd značným hospodářským problémem.

Fairtrade standard květin a rostlin pro námezdní práci a obchodníky

V kapitole certifikace jsou požadavky na management, který musí zhodnotit svou účinnost při implementování do systému Fairtrade. V případě, že implementace nebude dostatečně efektivní, musí požádat o vnější pomoc. V popisu produktu jsou uvedeny a popsány jednotlivé skupiny: řezané květiny, výplně, rostliny, cibulky a mladé rostliny. Výbor pro fairtradové prémie musí pravidelně hodnotit transparentnost, demokratickou

správu prémie a realizaci projektů. Jsou zde uvedeny kapitoly Svoboda práce, Dětská práce a ochrana dětí a Nediskriminace, které je věnována největší pozornost. Podrobně je zde také rozepsán pracovní řád a ochrana zdraví a bezpečnost (Fairtrade International, 2011; viz Příloha č. 5).

2.5.4 Příklady z květinových farem

Bigot Flowers Ltd, Keňa

Bigot Flowers Ltd se nachází na břehu jezera Naivasha, asi 80 kilometrů od Nairobi v Keni. Specializuje se na pěstování růží v moderních sklenících. Růže jsou zavlažovány pomocí kapkové závlahy, která efektivně využívá vodu. Družstvo Bigot Flowers Ltd začalo pěstovat růže v roce 2002. Od doby, kdy dosáhlo certifikace Fairtrade v roce 2008, udělalo mnoho pozitivních změn. Díky Fairtrade mají přístup na nové trhy v Evropě a jsou schopni přijmout více zaměstnanců. Díky fairtradovým prémie jsou pracovníci chráněni proti komárům sítěmi. Malárie je zde jedním z nejnebezpečnějších onemocnění. Nezapomnělo se zde ani na očkování. Všichni pracovníci byli očkovaní proti tyfu, hepatitidě typu B a choleře.

Ravine Roses, Kenya

Ravine Roses je součástí větší společnosti, která byla založena v roce 1989. Ravine Roses se nachází jen pár mil severně od rovníku ve výšce asi 2 100 metrů nad mořem. Díky tomu má téměř ideální polohu a ekologické prostředí pro pěstování vysoce kvalitních růží. Podnik vyrábí přes 40 druhů růží v 85 sklenících, jež představují více než 60 hektarů půdy. Přibližně polovina růží se pěstuje v zemině a druhá polovina v hydroponii (živném roztoku). Celá produkce je určena na vývoz především do Velké Británie. Nicméně, nyní se zaměřuje i na další vývozní cíle, jako například Rusko.

Ravine Roses prošla Fairtrade certifikací v roce 2005. Podnik dostává fairtradové prémie odpovídající 10 procentům z tržní ceny, které jsou určeny na investice pracovníků do sociálních projektů podle jejich volby. Prémiové fondy jsou spravovány výborem, který se skládá z 10 zaměstnanců. Prémie se tak investují do vzdělání, například do systému stipendií, který pomáhá studentům zapojit se do jedné ze šesti základních škol v této oblasti nebo pokračovat ve studiu na vysoké škole.

Primarosa Flowers Ltd, Kenya

Primarosa Flowers si dala za cíl být lídrem ve svém kraji v realizaci ekologických zemědělských postupů. Toto družstvo se nachází na řece Athi v nadmořské výšce 1 500 metrů a 28 mil jihovýchodně od Nairobi. Zhruba 1 300 dělníků zde produkuje a vyváží více než 60 milionů růží ročně z dvou květinových farem. Primarosa Flowers si dala za cíl produkovat vysoce kvalitní růže a zároveň plnit sociální a enviromentální povinnosti spojené s výrobou. K dosažení těchto cílů jí pomáhají fairtradové principy. Certifikace Fairtrade přinesla nespočet projektů, které pomáhají pracovníkům i životnímu prostředí. Pracovníci využívají bezplatné obědy a dopravu do práce. Kromě toho jsou jim nabízeny bezplatné lékařské konzultace a školení, které mají za cíl zlepšit znalosti o zdraví a bezpečnosti pracovníků, stejně tak i povědomí o HIV/AIDS (Fairtrade Foundation, 2017).

Fairtradová produkce bude nyní přiblížena na příkladu růží.

2.5.4 Fairtradové růže

Pěstování fairtradových růží

Růže jsou pěstovány na plantážích, kde se o ně starají pracovníci najatí organizací pro pracovní námezdní sílu. Systém fair trade nabízí zaměstnancům zlepšení pracovních podmínek, zajištění živobytí a ochranu životního prostředí. Na květinové farmě růží tak musí být zajištěno vyplácení odpovídající mzdy, dodržování pracovní doby a používání ochranných pomůcek. Při pěstování fairtradových růží se dbá na používání menšího množství vody, jelikož každá z nich spotřebuje 1,5 litru za den. Důraz je kladen zejména na používání preventivních agrochemikálií a pesticidů, kterou jsou zakázány. Kromě toho mají pracovníci zajištěnou odpovídající mzdu za práci, sociální prémii, právo na svobodu sdružování do odborů a na vzdělání pro sebe i celou rodinu (Ekumenická akademie, 2015).

Produkce fairtradových růží

Cesta každé fairtradové růže je dohledatelná od sazenice až k obchodníkovi, který jí prodává. Cena svazku růží je dražší než cena konvenční růže. Svazek fairtradových růží stojí přibližně 95 centů a svazek běžných růží vyjde zákazníka o 45 centů levněji. Prostřednictvím udržitelné produkce růží se podporuje ochrana životního prostředí. Při produkci fairtradových růží se dbá na omezování množství používané vody pomocí vylepšovaných technologií pěstování. Situace na fairtradových farmách se v mnohém

zlepšila, ale nebylo to jednoduché. Úvěr, který v rámci projektu poskytování půjček pěstitelé dostanou musí několik následujících let splácet, stejně tak i dům a pozemek.

Většina růží na českém trhu pochází ze zahraničí a žádná zatím nemá známku Fairtrade®. Existuje u nás několik organizací, které se snaží, aby spotřebitelé měli možnost výběru květin s odpovědnou produkcí s ohledem k přírodě. Je to nevládní organizace Ekumenická akademie a organizace Fairtrade Česko a Slovensko (Bio měsíčník, 2014).

Více informací o produkci fairtradových růžích nejsou dohledatelné.

Projekt Fair Flowers – květiny pro lidská práva (Fair Flowers – for human rights)

Partneři této celoevropské kampaně za spravedlivé květiny požadují dodržování mezinárodně uznávaných pracovních práv pracovníků (převážně žen) na květinových farmách po celém světě. V mnoha pěstitelských zemích, nejsou tito pracovníci oprávněni připojit se k odborům, musí pracovat minimálně 12 hodin denně, jsou vystaveni vysoce toxickým pesticidům a nedostávají spravedlivě zapláceno.

Tvůrci tohoto projektu vyzvali dvě zástupkyně z řad keňských pracovníků na květinových farmách, Irene Nyambura Kiarie a Redemta Akoth Josia, aby podaly svědectví o pracovních podmínkách na farmách.

Cíle tohoto projektu:

- zvýšení povědomí o rozvojových problémech spojených s produkcí řezaných květin hlavně v zemích subsaharské Afriky;
- povzbudit spotřebitele a dodavatele, aby prodávali a kupovali fairtradové květiny;
- přispět k naplňování Rozvojových cílů tisíciletí OSN a zlepšení pracovních, sociálních a zdravotních podmínek pro pracující.

Tento projekt trval od 1. 1. 2009 do 31. 12. 2011 a finančně ho podpořila Evropská komise (75 %), Ministerstvo zahraničních věcí České republiky (15 %) a také 3 nevládní organizace: FIAN-Germany, rakouská organizace VAMOS a belgická Netwerk Bewust Verbuiken. Projekt „Fair Flowers se snažil prosadit principy odpovědné spotřeby a udržitelného rozvoje řezaných květin, informovat o způsobech certifikace a ochranných známkách, které zajišťují dodržování sociálních a ekologických standardů při pěstování řezaných květin. V České republice se tento projekt snažila prosadit Ekumenická akademie Praha (Novotná, 2009).

3 Cíl práce, metodický postup a hypotézy

3.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je analýza dostupnosti fairtradového ovoce a květin v sortimentu maloobchodních jednotek na českém trhu. Dále vymezení produkčních a obchodních standardů pro organizace malých producentů a organizace s námezdní pracovní silou, které pěstují ovoce a květiny pod značkou Fairtrade®. Následuje zjištění postoje českých spotřebitelů k systému fair trade obecně, k fairtradovým komoditám a konkrétně k fairtradovému ovoci a květinám. V průběhu práce došlo k zjišťování důvodů absence fairtradových produktů, konkrétně tedy ovoce a květin na českém trhu. S vytvořením jednotlivých hypotéz dotazníkového šetření souvisí potvrzení a zamítnutí stanovených hypotéz.

3.2 Metodika

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Teoretická část neboli literární rešerše má za cíl uvést postupně jednotlivé kapitoly a systematicky se tak dostat do řešené problematiky. Použité zdroje jsou spíše internetového typu, jelikož není dosud o fair trade sepsáno příliš knih. V teoretické části je pozornost zaměřena nejprve obecně na *ovoce*, poté na *tropické a subtropické ovoce* a následně na výběr zástupce této skupiny – *banány*. Poté je zařazena kapitola obecně věnovaná *květinám*, kde je podrobněji věnováno *řezaným květinám* a stejně jako u ovoce i zde následoval výběr zástupce skupiny, kterým je *růže*. Kapitola *Fair trade* se snaží přiblížit přínosy, historii, standardy a certifikaci. Následná kapitola *Fairtradové ovoce* už nese jasná fakta o situaci s touto komoditou, dopady certifikace pro pěstitele fairtradového ovoce, speciální standardy a detailnější zaměření na *fairtradové banány*. Obdobě je tomu i u kapitoly *Fairtradové květiny*, která se posléze zaměřuje na *fairtradové růže*.

Pro vymezení speciálních standardů pro ovoce a květiny je použit překlad dokumentů Fairtrade Standard for Fresh Fruit for Small Producer Organizations and Traders, Fairtrade Standard for Fresh Fruit for Hired Labour and Traders a Fairtrade Standard for Flowers and Plants for Hired Labour and Traders.

Praktická část je také rozdělena do několika částí, podle souvislosti se stanovenými cíli. Nejprve byl plněn cíl zabývající se postoji českých spotřebitelů k systému fair trade a fairtradovému ovoci a květin. Preference byly zkoumány prostřednictvím dotazníkového šetření zaměřeného na spotřebitele. Předběžná pilotáž pomohla dotazník upravit a sestavit jeho konečnou verzi v programu Googlu Docs. Dotazování respondentů tedy proběhlo přes online dotazování v průběhu od 1. 12. 2016 do 28. 2. 2017.

Dotazník obsahuje 29 otázek a je rozdělený do několik sekcí: Ovoce, Květiny, Fair trade, Fairtradové ovoce a květiny a Základní osobní údaje. Cílovou skupinu respondentů tvoří ti, kteří nakupují ovoce a květiny. Po získání 200 odpovědí od respondentů prostřednictvím sociální sítě a elektronické komunikace byl dotazník zpracován a odpovědi vyhodnoceny pomocí programu MS Excel. Získané výsledky byly použity pro potvrzení či vyvrácení stanovených hypotéz.

Dále proběhlo šetření dovozců fairtradového ovoce a květin na český trh. V obchodním řetězci Marks&Spencer byla zkoumána nabídka fairtradových banánů. Dále byl osloven velkoobchod s květinami Tulipa Praha a Garden decor/green garden, kteří jsou spojováni s prodejem fairtradových květin na českém trhu.

V poslední části byly provedeny řízené rozhovory s pověřenými osobami, které mají na starosti kampaň/projekt na podporu fair trade. Za fairtradové ovoce byla vybrána stále probíhající kampaň Za Férové banány a za fairtradové květiny již ukončený projekt Fair Flowers. Rozhovory byly uskutečněny v odlišných formách a čase. Za kampaň Férové banány byl proveden rozhovor s Pavlou Kotíkovou přes program na internetovou telefonii Skype. U projektu Fair Flowers probíhal rozhovor pomocí internetového systému elektronické pošty (e-mail) s panem Jiřím Silným.

3.3 Hypotézy

H1: O pojmu fair trade má povědomí více než 50 % dotazovaných.

H2: Více jak 25 % dotazovaných nenakoupila ovoce/květiny s označením Fairtrade® na českém či zahraničním trhu.

H3: Více respondentů má zájem o nákup fairtradového ovoce než o nákup fairtradových květin na českém trhu.

4 Praktická část

4.1 Dotazníkové šetření

Důležitou částí praktické části bakalářské práce je dotazníkové šetření zaměřené na spotřebitele. Cílem bylo zjistit jejich povědomí obecně o fair trade, o spojení fair trade s květinami a ovocem a také získat odpovědi na důležitou otázku, zda by o fairtradové květiny nebo ovoce měli, v případě rozšíření na českém trhu, zájem.

Před dotazováním byl proveden pilotní výzkum na 10 lidech, který měl za cíl zjistit, které otázky je třeba ještě předělat nebo upravit. Například otázka, na oblíbené ovoce byla mnou formulována jako otevřená, po pilotním výzkumu bylo zřejmé, že se bude hodit spíše typ uzavřené otázky, jelikož existuje mnoho druhů ovoce a odpovědi by tak byly velmi různorodé. Dala jsem tedy respondentům na výběr z 8 druhů ovoce.

Dotazníkové šetření proběhlo od 1. 12. 2016 do 28. 2. 2017 prostřednictvím internetu, a to sociální sítě Facebook a e-mailové komunikace. Celkově bylo nasbíráno 200 odpovědí zaznamenávaných do programu Googlu Docs. Odpovědi byly poté upravovány v programu MS Excel. Z celkového počtu 29 otázek, byla jen jedna otázka otevřená. U ostatních měli respondenti na výběr z několika odpovědí. Z důvodu většího počtu otázek byl dotazník rozdělen do několika sekcí – Ovoce, Květiny, Fair trade, Fairtradové ovoce a květiny a Základní osobní údaje

OVOCE

Otázka č. 1: Máte rád/a čerstvé ovoce? (R=n=200)

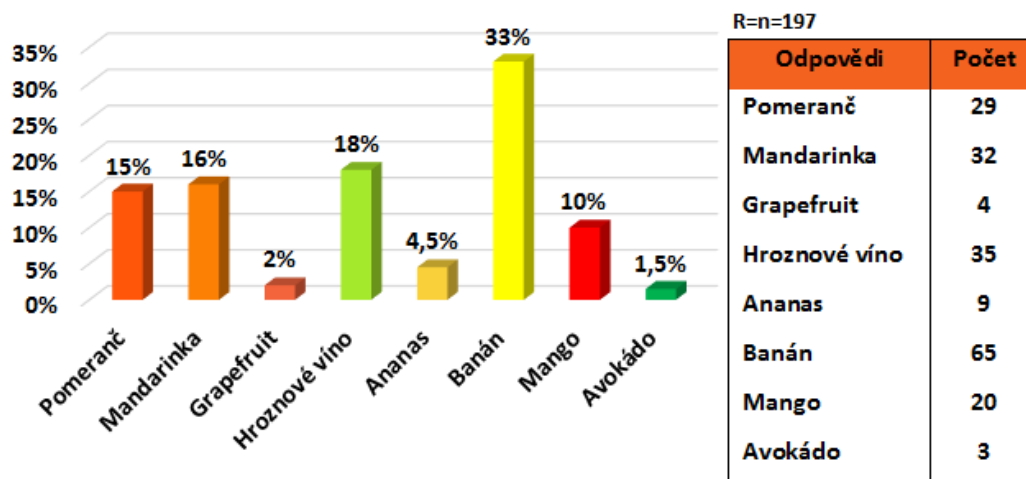
Tato otázka byla povinná a respondenti mohli odpovídat: *rozhodně ANO*, *spíše ANO*, *spíše NE* a *NE*. Otázka byla tzv. „zahřívací“ a zároveň první z této sekce. Celkem 84, 8 % (170) respondentů odpovědělo, že čerstvé ovoce mají rozhodně rádi. Odpověď *spíše ANO* vybralo 12,3 % (24) respondentů a odpověď *spíše NE* vybralo jen 1,5 % (3) respondentů. Stejně procento lidí (3) také uvedlo, že čerstvé ovoce rádi nemají.

Otázka č. 2: Vyberte jeden druh ovoce, který máte nejraději: (R=n=197)

Respondenti měli na výběr z 8 druhů ovoce: *pomeranč*, *mandarinka*, *grapefruit*, *hroznové víno*, *ananas*, *banán*, *mango* a *avokádo*. Nejvíce respondentů (65; 33 %) uvedlo jako oblíbené ovoce *banán*, dále *hroznové víno* 18 % (35), z citrusových plodů pak *mandarinku* vybralo 16 % (32) respondentů a *pomeranč* 15 % (29) respondentů. Jako

oblíbené ovoce uvedlo 4,5 % (9) dotazovaných *ananas* a 10 % (20) *mango*. Nejmenší obliba je spojena s *grapefruitem* (4; 2 %,) a *avokádem* (3; 1,5 %).

Obrázek 22 - Oblíbenost ovoce



Zdroj: vlastní výzkum

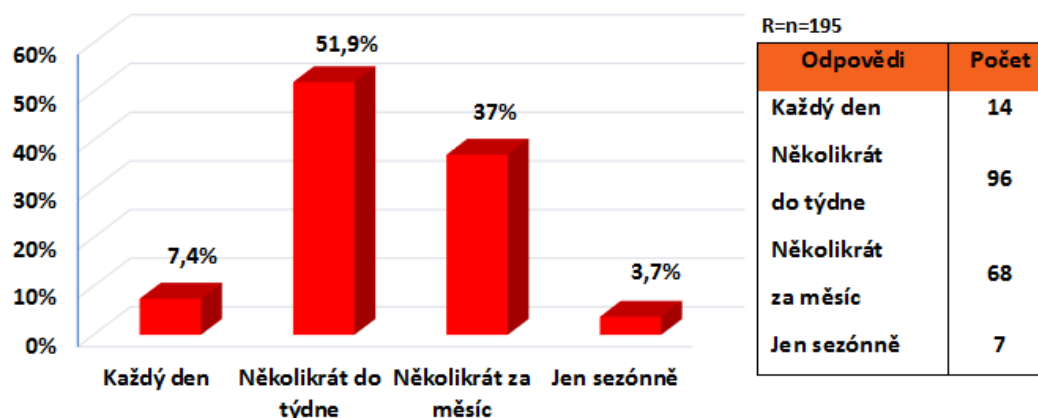
Otázka č. 3: Nakupujete ovoce? (R=n=200)

Možnosti odpovědí u této otázky byly naprosto jednoznačné, buď *ANO* nebo *NE*. Z celkového počtu respondentů jich 92,6 % (185) odpovědělo, že ovoce nakupují. Pro zbytek respondentů, kteří tvořili 7,4 % (15) a ovoce nenakupují, pokračoval dotazník až na 7. otázce.

Otázka č. 4: Jak často ovoce nakupujete? (R=n=185)

Na tuto otázku odpovídalo jen 185 respondentů, kteří nakupují ovoce. Jak je vidět z grafu, nejvíce respondentů (96; 51,9 %) nakupuje ovoce *několikrát do týdne*. 37 % (68) dotazovaných odpovědělo, že ovoce nakupují *několikrát za měsíc* a *každý den* ovoce nakupuje jen 14 respondentů, kteří tvoří 7,4 % z celkového počtu dotazovaných. *Sezóně* ovoce nakupuje jen 3,7 % (7) respondentů.

Obrázek 23 - Frekvence nákupu ovoce



Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 5: Kde nejčastěji ovoce nakupujete? (R=n=185)

Odovědi na tuto otázku dokládají silné postavení maloobchodních jednotek (supermarketů) na českém trhu. Odpověď *supermarkety a hypermarkety* totiž vybralo 81 % (150) respondentů. Ve *specializovaných prodejnách* nakupuje ovoce 11,6 % (22) respondentů a jen 3,7 % (7) nakupují ovoce na *tržnicích*. Pouze 2 respondenti (1,1 %) nakupují ovoce v *obchodech se zdravou výživou* a jen jeden respondent uvedl, že ovoce nakupuje přes *e-shopy* a tvoří tak pouze 0,5 %. Odpověď *jinde* vybralo 2,1 % (4) respondentů.

Otázka č. 6: Uveďte, prosím, do jaké míry jsou pro Vás důležité při výběru ovoce tyto faktory: cena, zeměpisný původ, vzhled, čerstvost, chuť a ekologický původ. (R=n=185)

Při hodnocení využita škála 1–5, kde 1=velmi důležité a 5=zcela nedůležité.

Cena: Nejvíce respondentů 74 (40 %) uvedlo cenu jako faktor *spíše důležitý*. Při výběru ovoce je pro 36 (19,4 %) respondentů cena *velmi důležitá* a pro 51 (27,6 %) respondentů cena *průměrně důležitá*. Jako *spíše nedůležitou* jí označilo 19 (10,3 %) dotazovaných a 5 (2,7 %) uvedlo cenu jako *zcela nedůležitý* faktor. Průměrné hodnocení = 2,5.

Zeměpisný původ: Tento faktor označilo nejvíce respondentů (50; 27 %) za *průměrně důležitý*. Za *spíše nedůležitý* faktor ho považuje 44 (23,8 %) dotazovaných a za *zcela nedůležitý* ho označilo 29 (15,7 %) dotazovaných. Zeměpisný původ je pro 34 (18,4 %) respondentů faktor *spíše důležitý* a pro 28 (15,1 %) je tento faktor *velmi důležitý*. Průměrné hodnocení = 2,8.

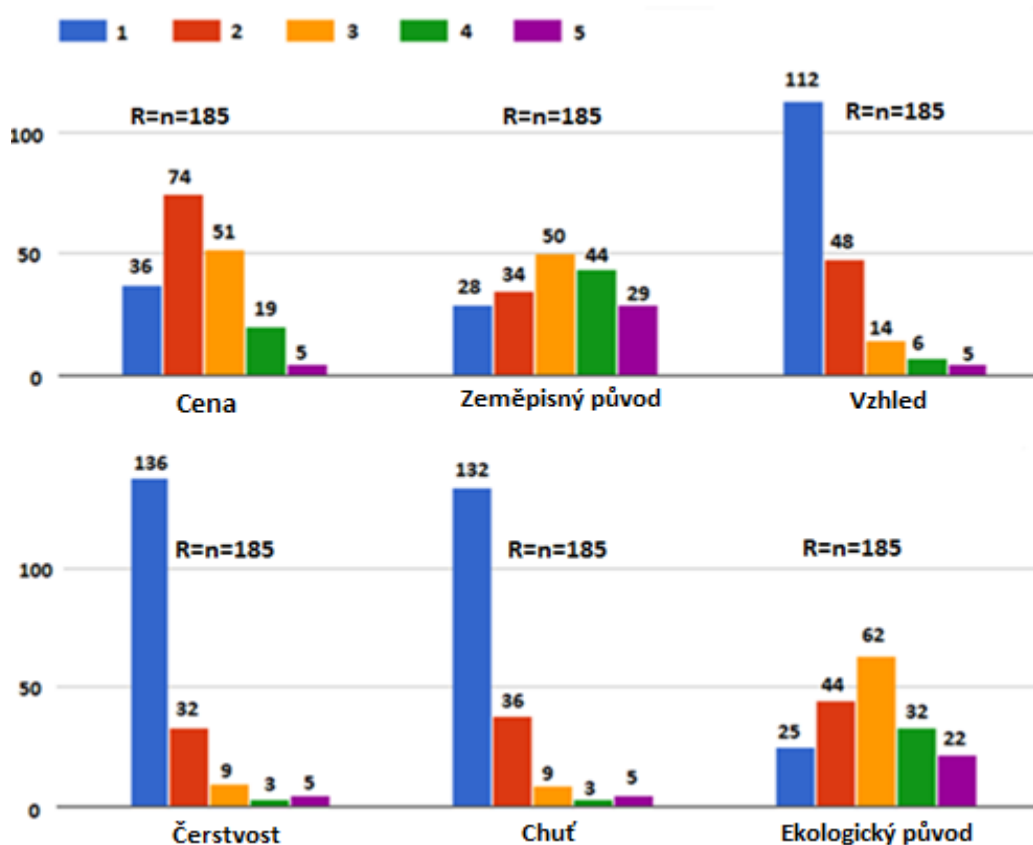
Vzhled: Tento faktor uvedlo 112 (60,5 %) respondentů jako *velmi důležitý*. Za *spíše důležitý* ho považuje 48 (26 %) dotázaných a *průměrně důležitý* 14 (7,6 %). Při výběru ovoce je pro 6 (3,2 %) respondentů vzhled *spíše nedůležitý* a pro 5 (2,7 %) je dokonce *zcela nedůležitým* faktorem. Průměrné hodnocení = 1,6.

Čerstvost: Ukázalo se, že čerstvost ovoce je pro velké množství (136; 73,5 %) respondentů *velmi důležitým* faktorem. Jako *spíše důležitý* faktor ho považuje 32 (17,3 %) respondentů a 9 (4,9 %) respondentů ho považuje za *průměrně důležitý*. Jen pro 3 (1,6 %) dotazované je čerstvost *spíše nedůležitý* faktor při výběru ovoce a pro 5 (2,7 %) je *zcela nedůležitý*. Průměrné hodnocení = 1,4.

Chuť: U tohoto faktoru odpovídali respondenti obdobně jako u předešlého. Nejvíce respondentů (132; 71,3 %) jich uvedlo chuť jako faktor *velmi důležitý* a 36 (19,5 %) ji uvedlo jako *spíše důležitou*. Za *průměrně důležitý* faktor chuť považuje 9 (4,9 %) respondentů. Nejméně dotazovaných (3; 1,6 %) uvedlo tento faktor za *spíše nedůležitý* a pro 5 (2,7 %) je tento faktor opět *zcela nedůležitý*. Průměrné hodnocení = 1,4.

Ekologický původ: Tento faktor byl mezi ostatní zařazen kvůli rostoucímu zájmu veřejnosti o původ nakupovaných potravin a dalšího zboží. Odpovědi byly ale spíše rozpačité a neurčité. Celkem 62 (33,5 %) dotazovaných uvedlo ekologický původ jako faktor *průměrně důležitý*. Dále 44 (23,8 %) respondentů uvedlo tento faktor za *spíše důležitý* a za *velmi důležitý* ho považuje jen 25 (13,5 %) dotazovaných. Ekologický původ je pro 32 (17,3 %) respondentů *spíše nedůležitý* faktor a pro 22 (11,9 %) *zcela nedůležitý*. Průměrné hodnocení = 2,9.

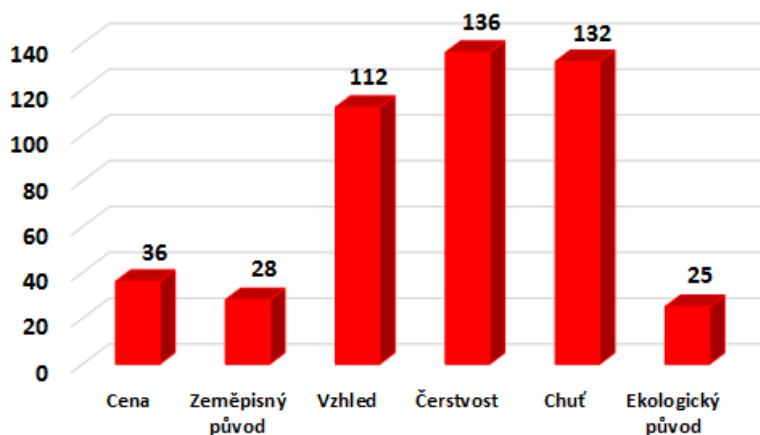
Obrázek 24 - Důležitost faktorů při výběru ovoce



Zdroj: vlastní výzkum

Nyní budou všechny faktory zhodnoceny dohromady v následujícím grafu. Ten znázorňuje, kterému faktoru respondenti přiřadili nejčastěji číslo 1, tedy ho považují za *velmi důležitý* při výběru ovoce. Z grafu je zřejmé, že nejvíce respondentů považuje za nejdůležitější faktor čerstvost (136), chuť (132) a vzhled (112) ovoce.

Obrázek 25 - Faktory označené jako „velmi důležité“ při výběru ovoce

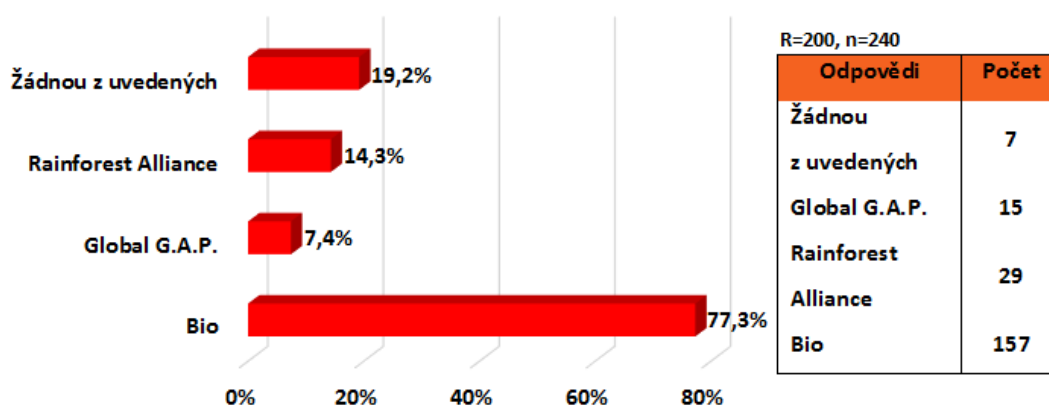


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 7: Které certifikace ovoce znáte? (R=200, n=240)

Tato otázka byla povinná a respondenti mohli vybrat až 3 odpovědi, pokud znali všechny tři certifikace: *Bio*, *Rainforest Alliance* a *Global G.A.P* (certifikační organizace). Z grafu vyplývá, že nejznámější certifikací ovoce je *Bio* (157; 77,3 %). Na pomyslném druhém místě se umístila certifikace od *Rainforest Alliance* (29; 14,3 %) a nejméně známou je certifikace od společnosti *Global G. A. P.* (15; 7,4 %). Z celkového počtu 200 respondentů jich 19,2 % (39) uvedlo, že nezná ani jednu z uvedených certifikací ovoce.

Obrázek 26 - Znalost certifikací ovoce



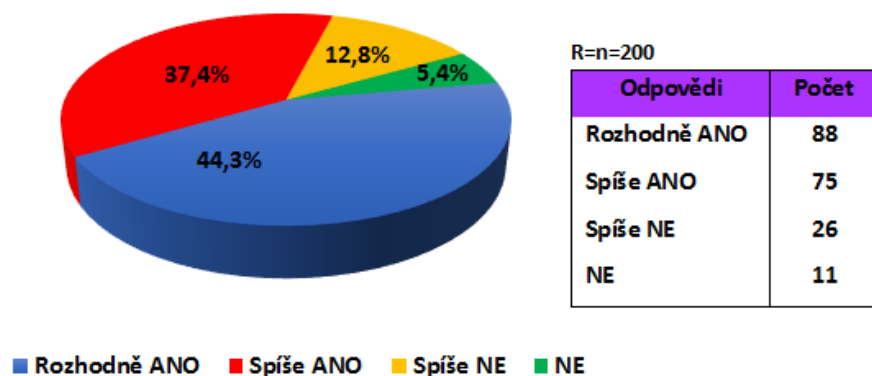
Zdroj: vlastní výzkum

KVĚTINY

Otázka č. 8: Máte rádi květiny? (R=n=200)

Tato otázka by se dala znovu nazvat jako tzv. „zahřívací“ v nové sekci, kde jsou otázky směřovány na květiny. Úvodem byla respondentům opět položena otázka na oblibu, tentokrát květin. Téměř polovina respondentů (88; 44,3 %) vybrala odpověď *rozhodně ANO* a 37,4 % (75) respondentů odpověď *spíše ANO*. 12,8 % (26) dotazovaných vybralo odpověď *spíše NE*. Zcela negativně na tuto otázku odpovědělo 5,4 % (11) respondentů.

Obrázek 27 - Oblíbenost květin

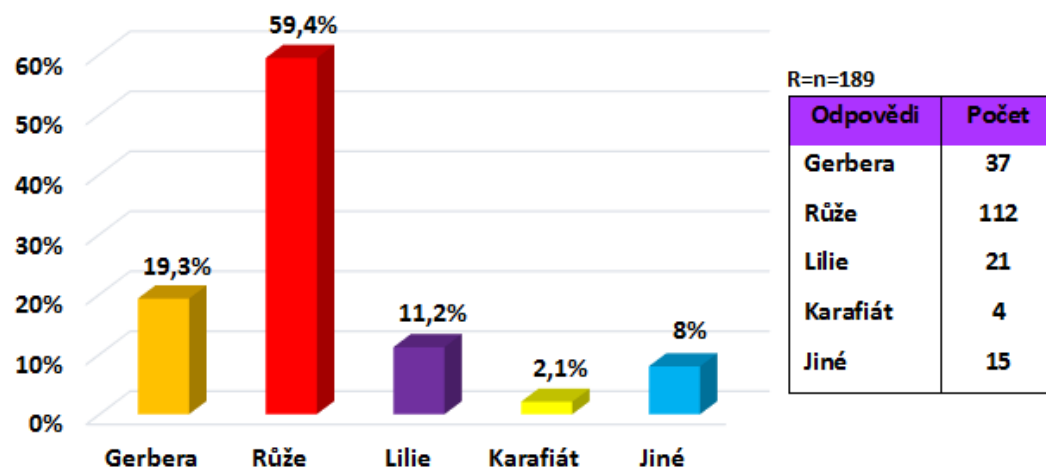


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 9: Vyberte jeden druh řezaných květin, který máte nejméně oblíbený: (R=n=189)

U této otázky měli respondenti na výběr ze 4 řezaných květin: *gerbery*, *růže*, *lilie* a *karafiáty*. Pro různorodost květin, a tedy i obtížnost výběru byla do seznamu odpovědí zahrnuta i odpověď *Jiné*. Pro dotazované byla nejoblíbenější řezanou květinou *růže* (112; 59,4 %). Jako druhou nejvíce oblíbenou květinu volili respondenti *gerberu* (37; 19,3 %) a na třetím místě se umístila *lilie*, kterou volilo 11,2 % (21) respondentů. Pouze 2,1 % (4) dotazovaných uvedlo jako oblíbenou řezanou květinu *karafiát*. Odpověď *jiné* vybralo 8 % (15) respondentů.

Obrázek 28 - Oblíbenost řezaných květin



Zdroj: vlastní výzkum

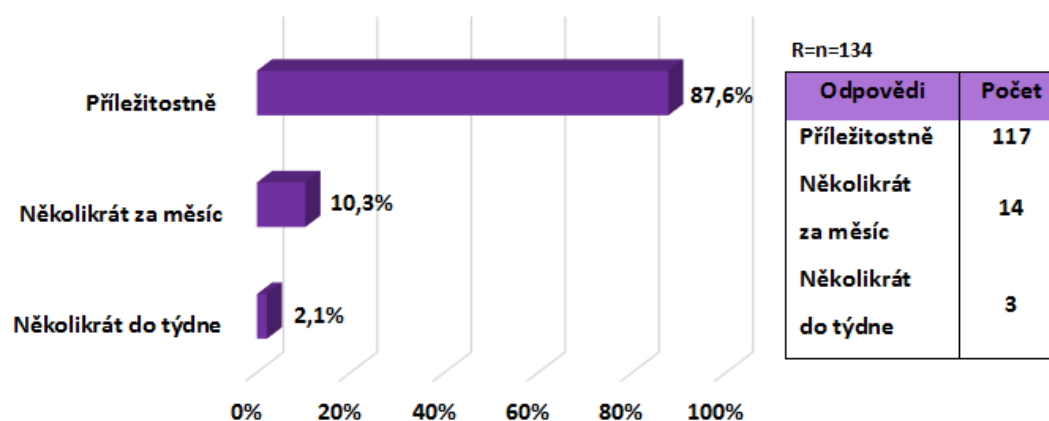
Otázka č. 10: Nakupujete květiny? (R=n=200)

Tato otázka rozdělila respondenty na dvě skupiny. Z celkového počtu dotazovaných uvedlo 67 % (134), že květiny nakupují a 33 % (66) dotazovaných, že květiny nenakupují. Ti poté pokračovali až otázkou č. 14.

Otázka č. 11: Jak často květiny nakupujete? (R=n=134)

U této otázky mělo celkem 134 respondentů na výběr odpovědi, že květiny nakupují *několikrát týdně, párkrát za měsíc a příležitostně (svátky, narozeniny, Valentýn)*. Z uvedeného grafu vyplývá, že nejvíce respondentů (87,6 %, 117) nakupuje květiny jen příležitostně. *Několikrát za měsíc* nakupuje květiny 10,3 % (14) dotazovaných a odpověď *několikrát do týdne* zvolilo jen 2,1 % (3) respondentů.

Obrázek 29 - Frekvence nákupu květin



Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 12: Kde květiny nejčastěji kupujete? (R=n=134)

Respondenti zde měli opět na výběr prodejní místa: *supermarkety a hypermarkety, tržnice, e-shopy a květinářství*. Nejčastějším místem nákupu květin se ukázalo *květinářství*, kde nakupuje 91 % (122) respondentů. Menší procento respondentů 3,5 % (4) uvedlo, že nakupuje květiny v *supermarketech a hypermarketech*. Co se *e-shopů* týče, tato odpověď byla vybrána 2,1 % (3) respondenty. Na *tržnicích* nakupuje květiny jen 1,4 % (2) dotazovaných. Odpověď *jinde* vybralo 2,1 % (3) respondentů.

Otázka č. 13: Uved'te, prosím, do jaké míry Vás při výběru květin ovlivňují tyto faktory: cena, zeměpisný původ, vzhled, čerstvost, vůně, ekologický původ. (R=n=134)

Při hodnocení využita škála 1–5, kde 1=velmi důležité a 5=zcela nedůležité.

Cena: Tento faktor je pro 42 (31,3 %) respondentů při výběru ovoce *velmi důležitý* a pro stejný počet dotazovaných také *spíše důležitý*. Za *průměrně důležitý* ho označilo 41 (30,6 %) respondentů. Jen pro 6 (4,5 %) respondentů je cena *spíše nedůležitá* a pro 3 (2,3 %) respondenty dokonce *zcela nedůležitá*. Průměrné hodnocení = 2,1.

Zeměpisný původ: Nejvíce respondentů (53; 39,6 %) uvedlo, že je pro ně tento faktor při výběru ovoce *zcela nedůležitý*. V četnosti odpovědí poté následovala ta, která tento faktor označuje za *průměrně důležitý*, tu vybralo 42 (31,3 %) respondentů. Za *spíše nedůležitý* faktor považuje 24 (17,9 %) dotazovaných a za *spíše důležitý* 8 (6 %) dotazovaných. *Velmi důležitý* je zeměpisný původ pro 7 (5,2 %) respondentů. Průměrné hodnocení = 3,8.

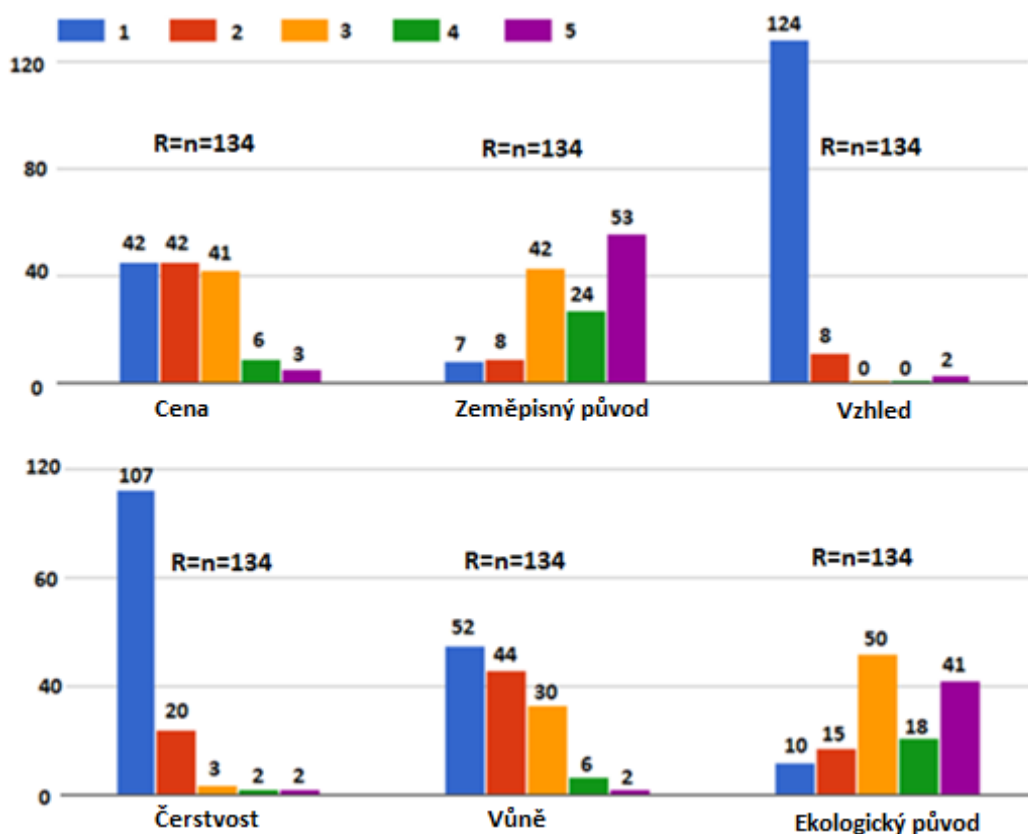
Vzhled: Drtivá většina dotazovaných (124; 92,5 %) uvedla, že je pro ně při výběru květin tento faktor *velmi důležitý*. To je jasný důkaz toho, že si květiny kupujeme právě kvůli jejich vzhledu, a ostatní faktory příliš nezohledňujeme. Za *spíše důležitý* ho považuje 6 % (8) respondentů a za *zcela nedůležitý* 2 (1,5 %) respondenti. Průměrné hodnocení = 1,1.

Čerstvost: Tento faktor uvedlo 107 (79,9 %) respondentů jako *velmi důležitý*. Pro 20 (14,9 %) dotazovaných je čerstvost *spíše důležitý* faktor a pro 3 (2,2 %) respondenty *průměrně důležitý*. Dva respondenti považují tento faktor za *spíše nedůležitý* a taktéž dva za *zcela nedůležitý* (1,5 %). Průměrné hodnocení = 1,3.

Vůně: Jako *velmi důležitý* faktor uvedlo vůni 52 (38,8 %) respondentů a jako *spíše důležitý* ho označilo 44 (32,8 %) respondentů. Při výběru květin je pro 30 (22,4 %) respondentů vůně *průměrně důležitá*. Šest (4,5 %) dotazovaných uvedlo, že je pro ně vůně *spíše nedůležitá* a dva (1,5 %) respondenti ji označili za *zcela nedůležitou*. Průměrné hodnocení = 2.

Ekologický původ: Pouze 10 (7,5 %) dotazovaných uvedlo je pro ně při výběru ovoce ekologický původ *velmi důležitý* a pro 15 (11,2 %) je *spíše důležitý*. Nejvíce respondentů 50 (37,3 %) tento ekologický původ považuje za *průměrně důležitý*. *Spíše nedůležitý* je pro 18 (13,4 %) dotazovaných a *zcela nedůležitý* pro 41 (30,6 %) dotazovaných. Průměrné hodnocení = 3,5.

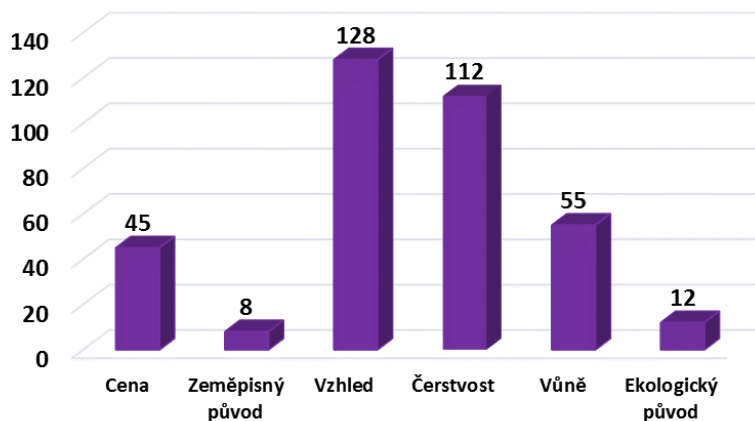
Obrázek 30 - Důležitost faktorů při výběru květin



Zdroj: vlastní výzkum

Nyní porovnáme všechny faktory dohromady a vyhodnotíme, jaký faktor je při výběru květin dotazované nejvíce důležitý, tedy ten, kterému respondenti přiřadili číslo 1 – prioritu *velmi důležitou*. Z následujícího grafu je vidět, že respondenti nejvíce přihlíží k vzhledu (124), čerstvosti (107) a k vůni (52) květin.

Obrázek 31 - Faktory označené jako „velmi důležité“ při výběru květin



Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 14: Znáte některé certifikace květin? (R=200, n=203)

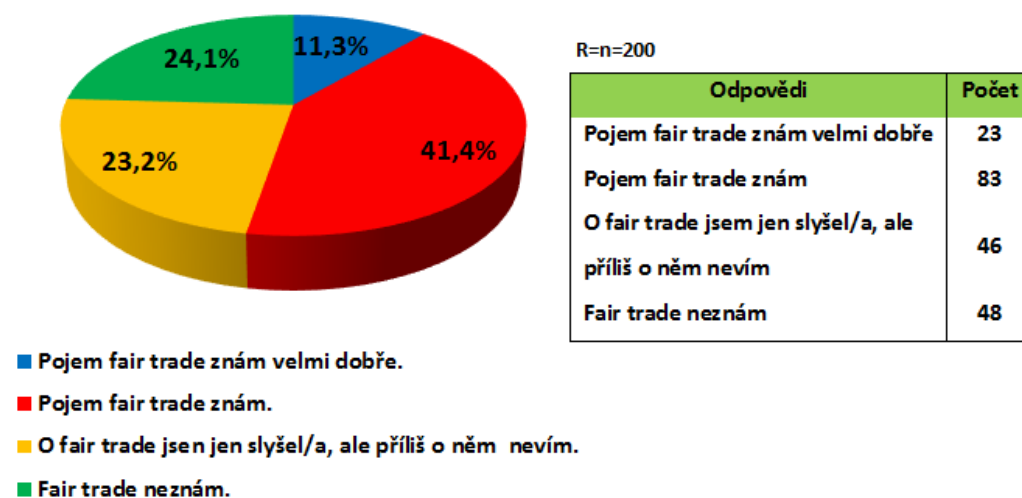
U této otázky měli respondenti možnost více odpovědí, na výběr zde byl certifikační program *Florverde*, certifikace *Fairness in Flowers* a *Kenya Flower Council*. Z celkového počtu respondentů jich 88,7 % (180) odpovědělo, že nezná žádnou z uvedených certifikací. Z nabízených certifikací je pro dotazované nejznámější program *Florverde*, který zná 6,9 % (14) respondentů. *Fairness in Flowers* zná 7 dotazovaných, kteří tvoří 3,4 %. Nejméně známou certifikací se stala *Kenya Flower Council*, kterou zná jen 2,5 % (5) respondentů.

FAIR TRADE

Otázka č. 15: Se kterým tvrzením o fair trade nejvíce souhlasíte? (R=n=200)

První otázka v sekci fair trade se zaměřila na povědomí respondentů o fair trade. Z uvedeného grafu je patrné, že velmi dobře zná fair trade jen 11,3 % (23) dotazovaných. Nejvíce respondentů (83; 41,4 %) uvedlo, že fair trade zná a 23,2 % (46), že o fair trade jen slyšeli, ale příliš o něm nevědí. Celkem 48 dotazovaných odpovědělo, že fair trade vůbec nezná, jejich podíl v grafu tvoří 24,1 %. Pod touto otázkou byly uvedeny další instrukce pro respondenty, kteří odpověděli, že o *fair trade* jen slyšeli a příliš o něm nevědí a pro ty co *fair trade* neznají vůbec. Tito respondenti pokračovali informačním textem o fair trade na konci dotazníku a otázkou pod ním. Další otázky jsou pro respondenty, kteří fair trade znají.

Obrázek 32 - Povědomí o fair trade

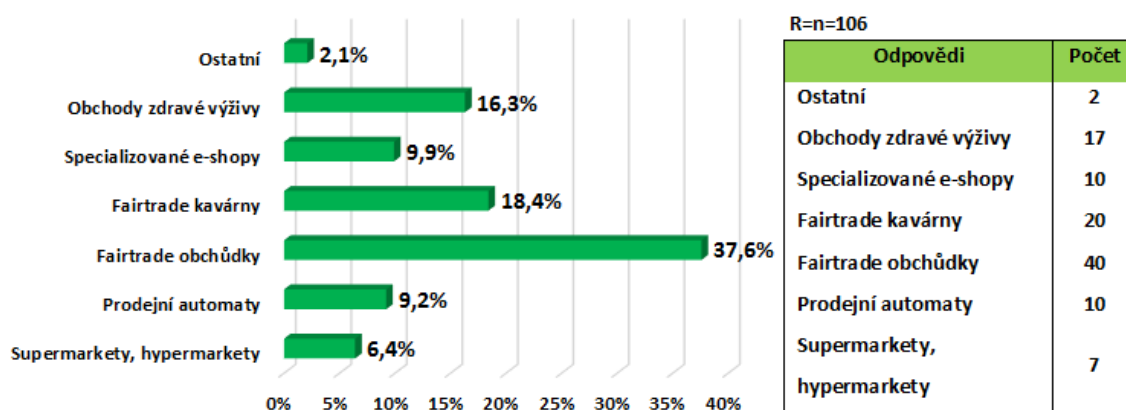


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 16: Označte, prosím, které místo máte nejvíce spojené s prodejem fairtradových produktů. (R=n=106)

Jak je z grafu vidět, nejvíce respondentů (40; 37,6 %) má právě *fairtradové obchůdky* (*Jeden svět, NaZemi, Fair&Bio*) spojené s prodejem fairtradových produktů. Dále 18,4 % (20) dotazovaných má s prodejem fairtradových výrobků spojené *fairtrade kavárny* a 16,3 % (17) zase *obchody zdravé výživy*. Celkem 10 respondentů, kteří v grafu tvoří 9,9 %, má s prodejem fairtradových výrobků nejvíce spojené *specializované e-shopy* a 9,2 % (10) dotazovaných *prodejní automaty*. S prodejem těchto výrobků má nejméně respondentů (7; 6,4 %) spojené *supermarkety a hypermarkety*. Odpověď *jiné* vybralo 2,1 % (2) respondentů.

Obrázek 33 - Místa prodeje fairtradových produktů



Zdroj: vlastní výzkum

FAIRTRADOVÉ OVOCE A KVĚTINY

Otázka č. 17: Máte povědomí o systému fair trade ve spojení s ovocem a květinami? (R=106, n=119)

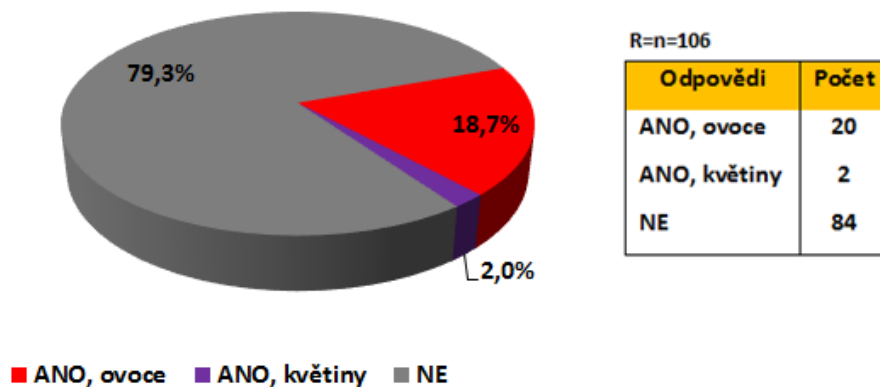
U této otázky mohli respondenti vybrat více odpovědí. Odpověď *ANO, vím o fairtradovém ovoci* byla vybrána 55krát a odpověď *ANO, vím o fairtradových květinách* jen 16krát. O tomto spojení nikdy neslyšelo 45,4 % (48) všech respondentů.

Otázka č. 18: Nakoupil/a jste někdy ovoce či květiny s označením Fairtrade® na českém trhu nebo v zahraničí? (R=n=106)

Celkem 84 respondentů uvedlo, že ovoce ani květiny s označením Fairtrade® na českém trhu ani v zahraničí nenakoupili. Odpověď, která vyjadřuje nákup ovoce byla zvolena

20krát a odpověď o nákupu květin jen 2krát. Data z grafu ukazují, že 18,7 % respondentů nakoupilo ovoce a 2 % respondentů nakoupilo květiny.

Obrázek 34 - Nákup ovoce či květin s označením Fairtrade®



Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 19: Pokud jste nakoupil/a ovoce či květiny s označením Fairtrade®, uveďte, prosím, o jaký druh se jednalo a kde jste ho koupili. (R=n=22)

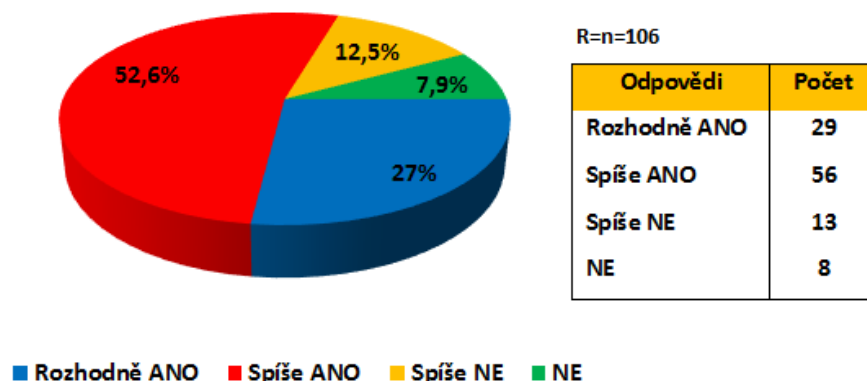
Odpovědi na tuto otázku se lišily, protože respondenti měli možnost otevřených odpovědí. Ve výčtu těch nejzajímavějších se objevily banány na e-shopu, banány v Tesco, nákup v Kunratické stodole, růže v Amsterdamu, banány v Brně, banány, ananas, kiwi a jablka na tržnici, banány v prodejně zdravé výživy, banány ve Švýcarsku, sušené ovoce ve zdravé výživě.

Následující otázky zkoumaly případný zájem respondentů o fairtradové ovoce a květiny, pokud by byly dostupné na českém trhu.

Otázka č. 20: Zakoupil/a byste fairtradové ovoce? (R=n=106)

Odpovědi na tuto otázku byly spíše pozitivní. Z uvedeného grafu vyplývá, že 79,6 % (85) respondentů by se přiklápělo k nákupu fairtradového ovoce (odpovědi rozhodně ANO a spíše ANO). 27 % (29) respondentů vybralo odpověď *rozhodně ANO* a 52,6 % (56) *spíše ANO*. Odpověď *spíše NE* uvedlo 12,5 % (13) všech dotázaných a o nákup fairtradového ovoce by nemělo vůbec zájem 8 respondentů, kteří tvořili 7,9 %.

Obrázek 35 - Zájem o nákup fairtradového ovoce

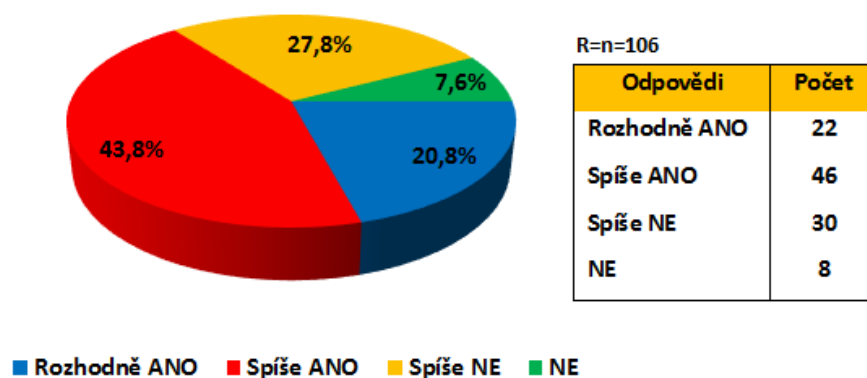


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 21: Zakoupil/a byste fairtradové květiny? (R=n=106)

Následující otázka zkoumala zájem respondentů o nákup fairtradových květin. Odpovědi vyzněly opět kladně. 64,6 % (68) respondentů by se přiklánělo k nákupu fairtradových květin (odpovědi rozhodně ANO a spíše ANO). *Rozhodně ANO* odpovědělo 20,8 % (22) respondentů a nejvíce 43,8 %, (46) označilo odpověď *spíše ANO*. 27,8 % (30) respondentů by o nákup fairtradových květin zájem spíše nemělo. Osm respondentů (7,6 %) uvedlo, že by o nákup fairtradových květin zájem vůbec neměli.

Obrázek 36 - Zájem o nákup fairtradových květin



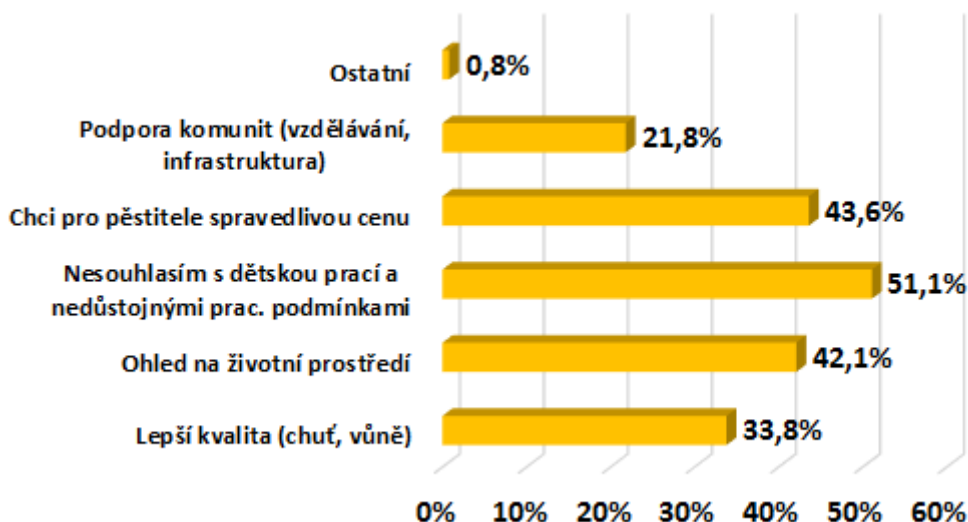
Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 22: Z jakého důvodu byste nakupoval/a fairtradové ovoce nebo květiny? (n=133)

Odpovědi u této otázky odrážely nejdůležitější principy fair trade. Cílem bylo zjistit, který z nich by respondenty nejvíce přiměl fairtradové ovoce nebo květiny nakupovat. Respondenti zde mohli vybrat maximálně dvě odpovědi. Celkem bylo zaznamenáno 133.

Nejčastěji volenou odpovědí byl *nesouhlas s dětskou prací a nedůstojnými pracovními podmínkami* (51,1 %) a požadavek *spravedlivé ceny pro pěstitele* (43,6 %). Dalším důvodem nákupu byl pak *ohled na životní prostředí* (42,9 %) a *lepší kvalita nebo chuť* (33,8 %). 29krát byla jako důvod nákupu zvolena *podpora komunit v oblasti vzdělání a infrastruktury*.

Obrázek 37 - Důvody pro nákup fairtradového ovoce nebo květin

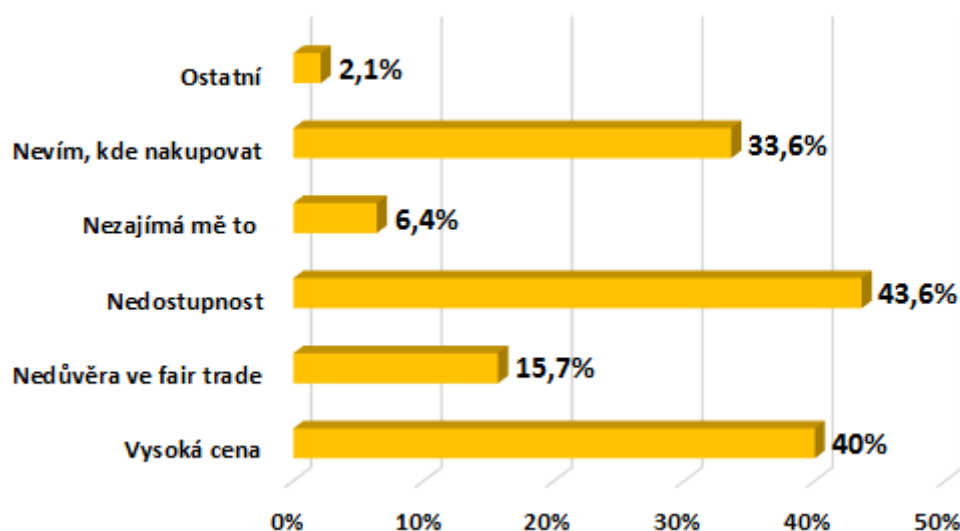


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 23: Proč byste nenakupoval/a fairtradové ovoce nebo květiny? (n=140)

Jako u předešlé otázky měli respondenti na výběr širokou škálu odpovědí a mohli si vybrat maximálně 2 důvody, proč by fairtradové ovoce nebo květiny nenakupovali. Nejčastějším důvodem respondentů byla *nedostupnost* (43,6 %). Dalším důvodem byla pro respondenty *vysoká cena* (40 %) a *neznalost míst* (34 %) s možností nákupu fairtradového ovoce či květin. *Nedůvěra v systém fair trade* byla zvolena 22krát a *nezájem o fairtradové ovoce a květiny* jen 9krát.

Obrázek 38 - Důvody, proč nenakupovat fairtradové ovoce nebo květiny



Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 24: Měl/a byste zájem se zúčastnit Férové snídane při příležitosti Světového dne pro fair trade? (R=n=106)

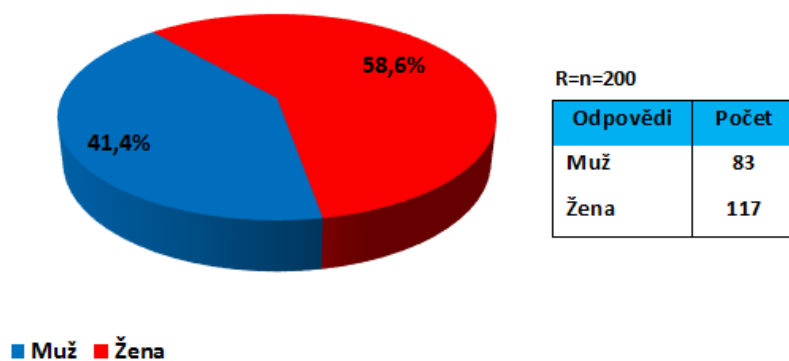
U této otázky měli respondenti možnost získat více informací o Férové snídani na webu www.ferovasnidane.cz. Výsledky jsou téměř rovnoměrně rozložené. Jen o několik málo procent převažovala odpověď se zájmem o účast na této akci (55; 52,3 %). Naopak nezájem o Férovou snídani vyjádřilo 47,7 % (51) všech dotazovaných.

ZÁKLADNÍ OSOBNÍ ÚDAJE

Otázka č. 24: Pohlaví (R=n=200)

Dotazování se zúčastnilo 58,6 % (117) žen a 41,4 % (83) mužů.

Obrázek 39 - Pohlaví respondentů

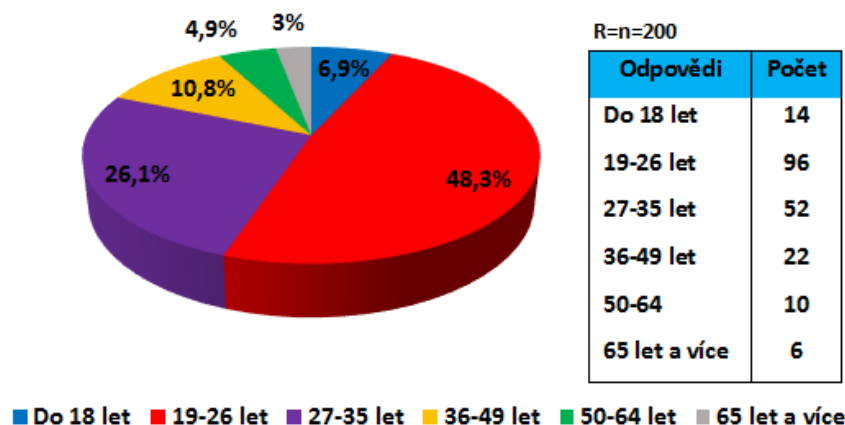


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 26: Věk

Nejvíce respondentů odpovídajících na můj dotazník bylo ve věku 19-26 let (96; 48,3 %) a ve věku od 27-35 let (52; 26,1 %). Celkem 10,8 % (22) respondentů bylo ve věku od 36-49 let a 6,9 % (14) ve věku do 18 let. Respondentů ve věku 50-64 let odpovědělo na dotazník 4,9 % (10) respondentů a 3 % (6) respondentů bylo starších než 65 let.

Obrázek 40 - Věk respondentů

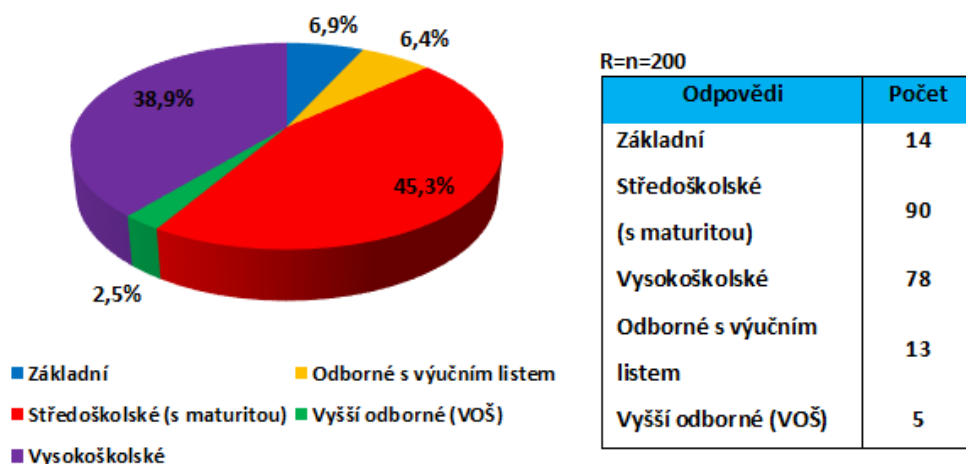


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 27: Nejvyšší dosažené vzdělání (R=n=200)

Dotazníku se zúčastnilo nejvíce respondentů se středoškolským vzděláním s maturitou (90; 45,3 %). Dále také hodně vysokoškoláků, kteří jsou v grafu zastoupeni 38,9 % (78). Respondentů s nejvyšším dosaženým vzděláním základní školy odpovědělo 6,9 % (14) a s odborným vzděláním s výučním listem 6,4 % (13). Respondenti s vyšší odbornou školou (VOŠ) tvoří jen 2,5 % (5) ze všech dotazovaných.

Obrázek 41 - Vzdělání respondentů

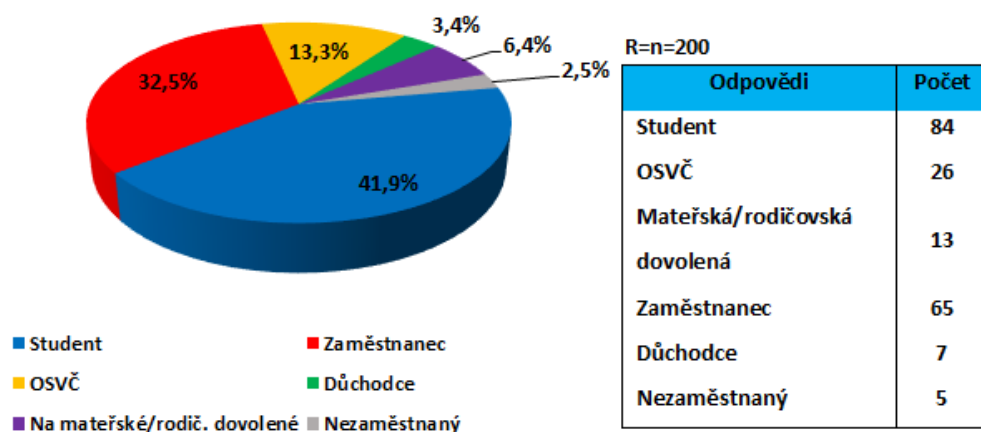


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 28: Společenský status: (R=n=200)

Nejvíce respondentů, kteří se zúčastnili dotazníkového průzkumu, tvořili studenti (84; 41,9 %) a zaměstnanci (65; 32,5 %). Podíl živnostníků (OSVČ) byl 13,3 % (26) a respondentů na mateřské nebo rodičovské dovolené 6,4 % (13). Nejméně respondentů bylo z řad důchodců 3,4 % (7) a nezaměstnaných 2,5 % (5).

Obrázek 42 - Společenský status respondentů



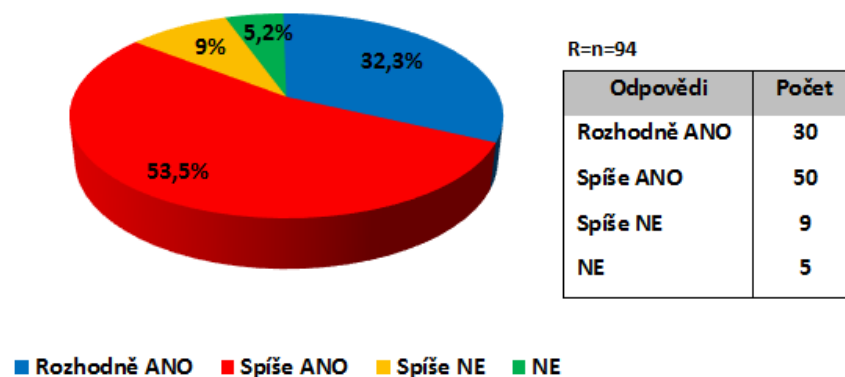
Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 29: Na základě informací z textu uveďte, zda byste podpořil/a fair trade nákupem výrobků s tímto označením? (n=94)

Na tuto otázku odpovídali pouze respondenti, kteří u otázky č. 15 odpověděli, že fair trade vůbec neznají nebo o něm jen slyšeli, ale příliš o něm nevědí. Před otázkou byl umístěn

text, který respondenty seznamoval o významu a činnosti fair trade. Většina dotazovaných (80; 85,8 % = rozhodně ANO a spíše ANO) na tuto otázku odpověděla kladně. *Rozhodně ANO* vybralo 32,2 % (30) respondentů a *spíše ANO* 53,5 % (50). Zbylá procenta byla tvořena těmi, kteří by fair trade spíše nepodpořili (9; 9 %) a těmi, kteří by fair trade nepodpořili vůbec (5; 5,2 %).

Obrázek 43 - Zájem o podporu fair trade nákupem výrobků s tímto označením



Zdroj: vlastní výzkum

4.1.2 Shrnutí dotazníkového šetření

Z dotazníkové šetření je zřejmé, že nejoblíbenějším druhem ovoce je banán a nejčastějším místem nákupu ovoce jsou supermarkety a hypermarkety. Při výběru ovoce respondenty nejvíce ovlivňuje čerstvost a neznámější certifikací je certifikace Bio.

Nejoblíbenějším druhem květin je pro respondenty růže. Květiny nakupuje většina respondentů spíše příležitostně a opět nejvíce respondentů uvedlo, jako místo nákupu supermarkety a hypermarkety. Při výběru květin jsou respondenti nejvíce ovlivňováni jejich vzhledem a z certifikací květin je pro respondenty neznámější certifikační program Florverde. Více jak polovina respondentů zná pojem fair trade a s prodejem fairtradových produktů mají nejvíce spojené fairtradové obchůdky (Jeden svět, NaZemi, Fair&Bio).

Otázky, které zkoumaly případný zájem respondentů o fairtradové ovoce a o fairtradové květiny vyzněly v obou případech pozitivně a zájem o akci na podporu fair trade, konkrétně Férovou snídani projevila přibližně polovina respondentů.

Na základě krátkého informativního textu, odpověděla většina respondentů pozitivně na otázku podpory fair trade nákupem výrobků s tímto označením.

4.2 Prodej fairtradových banánů (ČR)

- *Marks&Spencer*

Výzkum byl v tomto obchodním řetězci proveden v hlavním městě Praha. Fotografie s nabídkou fairtradových banánů byly získány osobní návštěvou prodejny. Na obrázku je seznam prodejen tohoto obchodního řetězce. Jsou to prodejny v Praze 1 (Náměstí Republiky a Václavské náměstí), Praze 4 (ulice Budějovická a Roztylská), Praze 5 (ulice Plzeňská) a Praze 9 (ulice Veselská, Freyova, Chlumecká, Českomoravská) (Fairtrade Česko a Slovensko, 2017).

Obrázek 45 - Prodejny M&S (Praha)



Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz

Obrázek 44 - Fairtradové banány (M&S Praha Chodov)



Zdroj: vlastní výzkum

▪ Freshbedýnky

Veronika Mouchová, spolumajitelka firmy Freshbedýnky tuto firmu definuje jako „online obchod s potravinami, kde si můžete přesně vybrat, kolik a čeho chcete. A nejde jen o ovoce a zeleninu, v našem e-shopu seženete i trvanlivé potraviny, maso nebo mléčné výrobky. Freshbedýnky nejsou navíc závislé na sezoně, dokážeme si totiž pohlídat kvalitu i u produktů ze zahraničí.“ (Mouchová, 2014)

Pro nákup například fairtradového banánu je třeba se nejprve zaregistrovat. Na stránkách jsou pod každým produktem uvedeny recepty na koktejly, omáčky a jiné pochutiny.

Obrázek 46 - Fairtradové banány (freshbedynky.cz)



Zdroj: www.freshbedynky.cz

Obrázek 47 - Jak funguje prodej (freshbedynky.cz)



Zdroj: www.freshbedynky.cz

- *Countrylife*

Tato firma prodává banány z Peru, a to v kombinaci s označením Fairtrade® a Bio nebo z Dominikánské republiky s označením Fairtrade®.

Prodejny Countrylife: Praha 1, Praha 2, Praha 3, Praha 6, Praha 8, Ostrava a pobočky sítě Sklizeno.

Další prodejny s nabídkou fairtradových banánů.

Férové banány z družstva UROCAL z Ekvádoru dováží firma *bio nebio s.r.o.* a dodává je do: *Bio Smíchov, Biokoloniál, Rozmarýna, Zdravý život, Meduňka Vlašim* (Za Férové banány, 2016).

4.2.1 Shrnutí prodeje fairtradových banánů

Fairtradové banány jsou v České republice k dostání hlavně v obchodním řetězci Marks&Spencer, na e-shopu Freshbedýnky a v síti prodejen Countrylife. V Praze najdeme 9 prodejen obchodního řetězce Marks&Spencer, který nabízí fairtradové banány. On-line obchod s potravinami Freshbedýnky nabízí fairtradové banány ve velkých a malých baleních nezávisle na sezóně a firma Countrylife prodává banány z Peru s označením Fairtrade® nebo Bio. Součástí prodejních míst této firmy jsou pobočky sítě Sklizeno. Fairtradové banány z ekvádorského družstva dováží firma *bio nebio s.r.o.*, která je dále dodává do několika menších prodejen.

4.3 Prodej fairtradových květin (ČR)

- *Tulipa Praha*

Obrázek 48 - Logo Tulipa Praha



Zdroj: www.tulipapraha.com

K zjištění informací ohledně prodeje fairtradových květin v tomto velkoobchodě s květinami byl zkontaktován jednatel firmy Tulipa Praha pan Aleš Vít. Přes emailovou formu komunikace mu byly zaslány otázky o prodeji fairtradových květin. V odpovědi byl nejprve velmi stručný a uvedl, že fairtradové květiny neprodávají, ale že se o fairtradové obchodování v oblasti květin zajímali. Následně na žádost poskytl i podrobnější informace. V práci budou použity nejdůležitější závěry, které ze zasláního dokumentu vyplývají.

Poplatky:

- vstupní poplatek: 500 eur
- roční certifikační poplatek: 2 600 eur (100 %, 75 %, 50 % nebo 25 % podle kvartálu, ve kterém je certifikace udělena)
- po 3 letech je certifikát třeba obnovit

Modelový příklad

Roční prodej: 15 600 ks růží (týdenní prodej: 300 ks růží)

Cena z farmy: 0,3 euro/ks

Velkoobchodní cenu cca 15 Kč bez DPH (kurz 25 Kč/euro) k tomu **režie:**

Roční certifikační poplatek ve výši: 2 600 eur = 65 000 Kč

+10 % z ceny na farmě (0.03 eur x 15 600 ks): 468 eur = 11 700 Kč

+2 % z velkoobchodní ceny růží: 250 eur = 6 250 Kč

Budoucí velkoobchodní cena společnosti Tulipa Praha za keňskou růži bez DPH cca 20 Kč (po započítání režie „fairtrade“ + 5 Kč)

Shrnutí:

Společnost Tulipa Praha zaplatí: 3 318 eur (2 600+468+250) = 82 950 Kč

Z toho:

Pro certifikační asociaci: 2 850 eur (2 600+250) = 71 250 Kč

Pro pěstitele: 468 eur = 11 700 Kč

Závěrem společnost Tulipa Praha vyhodnotila, že i přes jejich zájem o zavedení fairtradových květin do svého sortimentu by se jako prodejce „férových květin“ museli stát členem mezinárodní certifikační organizace FLO a zaplatit cca 3 500 eur. Pro tuto společnost by tyto finanční náklady byly neúnosné. Navíc podle slov pana Aleše Vítý „*si to trh ani neřádá a čeští spotřebitelé „květinové“ certifikáty neznají a u svých květinářů se po nich neptají. Prodavači v květinářstvích proto informace o certifikátech od dovozců nepotřebují, a často o nich ani netuší. Kromě toho se mi systém nelíbí ani z principu. Člověk chce pomoci Africe, a ne platit tolik peněz za certifikaci FLO.*“

- *Green Decor/green Garden*

Obrázek 49 - Logo green Decor/green Garden



Zdroj: www.green-garden.cz

K zjištění informací ohledně prodeje fairtradových květin v tomto obchodě s květinami byla zkontakována spoluzakladatelka obchodu Michaela Křobová. Přes emailovou formu komunikace ji byly zaslány otázky o prodeji fairtradových květin. Paní Křobová v odpovědi uvedla, že co se fairtradových květin a jejich prodeji týče, byl by to rozhovor na delší časový úsek. Dne 5. 4. jsme tak s paní Křobovou toto téma fairtradových květin více probraly.

1. Jaký je Váš postoj k fairtradovým květinám?

My tedy fungujeme tak, že si hlídáme, z jaké farmy květiny pochází. Jelikož nám ale chybí prostřední článek, který by k nám květiny dopravil, nemůžeme na nich uvádět oficiální značku. Květiny tak značíme svojí značkou, kde uvádíme původ květiny a z jaké

farmy pochází, aby si náš zákazník mohl ověřit, že skutečně pochází z fairtradové certifikované farmy.

Konkrétněji fungujeme na bázi certifikace Fair Flowers, která vychází z klasických principů jako certifikace Fairtrade, nicméně dodavatelský řetězec může fungovat i přes holandskou burzu květin. Květiny nejprve putují na květinovou burzu, kde je koupí dopravce nebo velkoobchod, který je poté prodá konečnému prodejci v květinářství. Všechny tyto články procesu musí být certifikováni touto značkou.

2. Spočívá podle Vás absence fairtradových dovozců květin v příliš finančně nákladné certifikace?

Ano u nás v České republice je problém, že neexistuje žádný obchod nebo velkoobchod s certifikovanými květinami. Každý obchod má své náklady a žádný z prodejců nebyl dosud ochotný si certifikaci Fairtrade zajistit. To ale neznamená, že květiny z fairtradových farem se na náš trh nedostanou. Na našem trhu je obchodníci běžně prodávají, ale vůbec nevědí, že se jedná o fairtradové květiny, nebo je nemůžou z důvodu porušení pravidel Fairtrade za fairtradové uvádět.

Organizace Fairtrade Česko a Slovensko usiluje o získání certifikované dodavatele na český trh a my jsme s nimi z toho důvodu v kontaktu. Jakmile by se situace zlepšila, ihned bychom od něj fairtradové květiny odebírali.

3. Požadují fairtradové květiny i vaši stálí zákazníci?

Naši zákazníci vědí o původu květin a fungujeme s nimi na bázi důvěry, kdy nemáme oficiální značku Fairtrade®. Myslím si, že velká část veřejnosti tuto značku nezná ani u potravin. Podle Ekumenické akademie a kanceláře pro fairtrade každým rokem stoupá zájem českých spotřebitelů o fairtradové produkty. Nicméně stále o fair trade ví jen malá část veřejnost, takže je důležité dělat osvětu a zabývat se různými projekty na podporu fairtrade.

4. Myslíte si, že by čeští spotřebitelé nakupovali fairtradové květiny, pokud by se na náš trh dostaly?

Myslím si, že čeští spotřebitelé řeší v této otázce hlavně cenu. Na otázku, zda by fairtradové květiny nakupovali odpovědí, že je nakupovali, ale ve skutečnosti, kdyby se na trh dostaly by začaly velmi brzy řešit jejich ceny.

Například na holandské burze si každý nakupující objedná nejlevnější květiny. Je zde na výběr 150 typů gerber, nakupující vědí, že dnešní spotřebitel nekouká na původ květin, ale na cenu a ve většině případů si tak nakonec vybere ty nejlevnější gerbery. Pokud se ale zaměříte na původ gerber, vyfiltruje se vám jen 40 druhů v jiné cenové hladině. Na této burze jsou ale také k dostání květiny s certifikací Fair Flowers Fair Plants, jejichž ceny jsou srovnatelné. Tak i my v následném prodeji konečnému spotřebiteli uvádíme u těchto certifikovaných květin ceny srovnatelné s klasickými květinami.

U principu této certifikace je celý řetězec certifikovaný, ale už odpadá poplatek přímo farmáři. Na rozdíl fairtradové certifikace, kde se platí poplatek za to, že se peníze dostanou přímo člověku, který květiny vypěstoval.

5. O jaké fairtradové květiny by podle Vás byl největší zájem?

V tomto případě by byl největší zájem o růže, jakož o nejrozšířenější řezanou květinu. Vychází to také z toho, že existuje nejvíce certifikovaných farem, které produkují fairtradové růže.

4.3.1 Shrnutí prodeje fairtradových květin

Při šetření dostupnosti fairtradových květin na českém trhu bylo zjištěno, že zde nenajdeme květiny označené značkou Fairtrade®. Informace o aktuální situaci na českém trhu byly zjišťovány kontaktováním Aleše Víta – jednatele velkoobchodu s květinami Tulipa Praha, a spoluzakladatelky obchodu Green Decor/green Garden, Michaely Krobové.

Společnost Tulipa Praha projevila o certifikaci Fairtrade zájem, ale vzhledem k vysokým finančním nákladům na certifikaci, od tohoto záměru upustila.

Obchod Green Decor/green Garden již fairtradové květiny prodává, ale bez označení Fairtrade®. Důvodem je absence fairtradového dovozce, který by květiny z certifikovaných farem do České republiky dovezl.

4.4 Kampaň a projekt

V této části praktické práce se zabývám aktuální kampaní Za férové banány a již ukončeným projektem Fair Flowers. Za jednotlivé akce byli vybráni zástupci, se kterými byl proveden rozhovor. Za kampaň Férové banány s paní Pavlou Kotíkovou za projekt Fair Flowers s panem Jiřím Silným.

4.4.1 Kampaň Za férové banány: Pavla Kotíková (Ekumenická akademie)

Obrázek 50 - Kampaň za férové banány



Zdroj: www.ekumakad.cz

„Kampaň Za férové banány! /Make Fruit Fair! tvoří devatenáct organizací z celého světa, které spojily síly a spolupracují s malými pěstitelskými organizacemi, družstvy a pracovníky na plantážích z Afriky, Latinské Ameriky a Karibiku. Naším společným cílem jsou lepší životní a pracovní podmínky pro stovky a tisíce lidí, kteří pěstují, sbírají, sklízí a balí tropické ovoce, jež si každodenně kupujeme.“ (Za férové banány, 2016)

U této kampaně byly uvedeny dva kontakty, a to na paní Veroniku Bačovou a Pavlu Kotíkovou. Dne 24. 3. 2017 byl oběma zaslán email s 12 otázkami a žádostí o jejich zodpovězení. Na otázky nakonec odpověděla paní Pavla Kotíková přes program Skype. Rozhovor tak proběhl online, téměř z očí do očí.

1. Mohla byste, prosím, zhodnotit dosavadní úspěšnost této kampaně v České republice?

Do kampaně je v tuhle chvíli zapojených 28 dalších zemí, což je velký přínos celého projektu. Jsou to nejen země napříč celou Evropou, ale zároveň máme partnery

na globálním Jihu. To jsou právě ti, od kterých získáváme informace, se kterými spolupracujeme a kteří nám můžou přinést informace přímo „z pole“. Myslím si, že tyto primární přímé zdroje jsou velkou přidanou hodnotou celé kampaně.

A co se týče České republiky, tak kampaň za Férové banány již jednou probíhala, a to v letech 2011–2013. Vlastně to bylo první kolo tohoto projektu, do kterého byly zapojeny jen 4 země. Poté se projekt podával znovu k Evropské komisi a již ve větším konsorciu. Myslím si, že právě díky tomuto prvnímu kolu měla kampaň základ, na kterém se dalo stavět.

2. Jak funguje společná práce na kampani s organizacemi z ostatních zemí?

V rámci projektu funguje několik úrovní zapojení. Nejprve se zapojily 4 státy z prvního kola této kampaně, poté se přidaly některé partnerské země. V druhém kole se vedení ujala velká německá nezisková organizace Oxfam, která pracuje na projektech, které řeší otázku chudoby a rozvojová témata.

Zprvu se tohoto druhého kola kampaně účastnilo 19 organizací, ale protože existují i další možnosti postupného zapojování dalších subjektů, přidalo se dalších 10 zemí v rámci takzvaného sub-grantingu. Což znamená, že jsou také partneři kampaně, ale jejich míra zapojení je jiná.

To vše vychází ze záměru Evropské komise (naš sponzor) zapojovat do rozvojových projektů co nejvíce evropských zemí napříč celou Evropou.

3. Státy se do této kampaně hlásí samy nebo jsou oslovovány?

Většinou to funguje tak, že ve chvíli, kdy píšete projekt už máte nekontaktované ty, kteří se tímto tématem zabírají. Naše kampaň má poměrně specifické téma a v některých zemích nejsou všichni v tématu fair trade zblhlí. Většinou to funguje tak, že v určité zemi se požadovaným tématem zabývá jen jedna, dvě maximálně tři neziskové organizace. Ve chvíli, kdy víte, že chcete spolupracovat například s někým z Chorvatska, již dopředu víte, že oslovíte konkrétní neziskovku, která se tématu věnuje.

Spolupráce pod německou organizací Oxfam je velice efektivní a profesionální. Díky mnoha podobným projektům, na kterých již pracovali, mají vybudovaný velmi efektivní systém. Součástí systému je vzájemná komunikace a ze strany této organizace je znát velký důraz na spolupráci a sdílení myšlenek.

4. Je kampaň z pohledu zavedení banánů i dalšího tropického ovoce do sortimentu supermarketů úspěšná?

S nimi je to trochu běh na dlouhou trať, co se týče dostupnosti banánů. Právě v supermarketech a obchodních řetězcích, probíhá největší procento všech nákupů. Chceme, abychom u nás v České republice měli možnost koupit fairtradové banány, jejichž nabídka je zatím dost omezená a malá. Ze strany obchodních řetězců je poměrně malá vůle k zavádění tohoto sortimentu a často uvádí argument, že jejich zákazníci nemají o fairtradové banány zájem. Je to koloběh, zákazníci o ně nemůžou mít zájem, protože téměř nikde nejsou.

České supermarkety se pomalu přeorientovávají na prodej bio banánů, které jsou takovým mezikrokem, mezistupněm před zavedením fairtradových banánů. Přijde mi, že to vše trvá moc dlouho, představovala bych si rychlejší potup.

Co říkáte na prodej banánů s logem „žabičky“, považujete to také za krok kupředu k fairtradovým banánům?

Obrázek 51 - Banány s logem „žabičky“ (Tesco, Vlašim)



Zdroj: vlastní výzkum

Banánů s touto certifikací je hodně, ale pro nás je právě tato certifikace poměrně kontroverzní. Tato certifikace totiž nepřináší tolik sociálních přínosů, jako certifikace Fairtrade. Konzumenti se nás na tuto certifikaci často ptají, my jim ale odpovídáme, že pro nás certifikace Rainforest Alliance není úplná správná cesta.

5. *Jak se kampaň dotkla velkých národních firem obchodujících s ovocem a jak na kampaň tyto firmy reagují?*

My vnímáme spíše velký posun ve spolupráci s menšími dodavateli a menšími obchody. Jsou to obchody zdravé výživy, aktuálně i internetové obchody a portály. Obchodní řetězec Marks&Spencer již dlouhodobě prodává fairtradové banány. Marks&Spencer je britská společnost. V Británii je situace úplně jiná, tam člověk prakticky vůbec nesežene jiný banán než fairtradový. Takže v rámci našeho projektu je na tom každá země trochu jinak. Protože někdo už má fair trade zavedený víc než 20 let a u nás je to ještě pořád v začátcích.

6. *Plní se i poslední z cílů této kampaně, a to podpora odpovědné a udržitelné produkce ovoce ze strany vlády?*

V rámci našeho projektu se snažíme cílit na evropské politiky a na směrnice. Snažíme se o určitou regulaci obchodu, například v loňském roce jsme se zaměřili na regulaci neférových obchodních praktik, které mají dopad na primární pěstitele, a právě na producenty banánů. Velké řetězce a supermarketky neustále tlačí na ceny a tito producenti poté nedostávají za své banány důstojnou cenu ani mzdu.

Jak se do kampaně zapojuje česká vláda?

My jsme se více zabývali Evropským parlamentem a politiky, kteří sídlí v Bruselu.

7. *S kterými subjekty zapojenými do kampaně (školy, neziskové organizace) se Vám nejlépe spolupracuje?*

Školy jsou jedním z nejčastějších subjektů, se kterými spolupracujeme. Spoustu učitelů se snaží zavádět globální rozvojové vzdělávání do svého vzdělávacího rámce. Je rozhodně dobře, že se nedrží zajetých kolejí a osnov, ale snaží se předat globální přesahy a souvislosti. Spousta učitelů právě využívá materiály z našich stránek a pořádají tzv. „banánové hodiny“. Také funguje ta míra zapojení, kdy my sami jedeme udělat přednášku, workshop nebo besedu a promítání filmu přímo na škole.

Spolupracujete na této bázi spíše se základními nebo středními školami?

Řekla bych spíše se středními školami.

U Ekonomické fakulty jsem si dne 1. 3. 2017 všimla stromu, který byl ověšen banány. Zajímalo by mě, zda jste někoho oslovili nebo se na tuto aktivitu z Jihočeské univerzity někdo přihlásil?

Obrázek 52 - Banánovníková akce



Zdroj: vlastní zpracování

My jsme podali výzvu, do které se lidi mohli hlásit a zapojit. Se školami spolupracujeme prostřednictvím projektu Fairtradová města a církve, což je vlastně další kampaň, která cílí na školy, města a církve, aby se zapojily do myšlenky fair trade. Na jihočeské univerzitě je přímo řídicí skupina, která se fair trade věnuje. Tato skupina se sama přihlásila, že tuto „Banánovníkovou akci“ udělá. Celé to byla vlastně akce, kdy jsme spustili interaktivní web a chtěli, aby se dostal k co nejvíce lidem. K tomu jsme použili právě tyto banány a banánovníky, které byly rozvěšeny a měly tak lidi zaujmout a umožnit jim se zapojit.

8. Bylo v průběhu kampaně něco, co Vás překvapilo (pozitivně i negativně)?

Mě vždycky potěší, když se lidi sami ozývají, že se o toto téma více zajímají. Těší mě zájem ze strany spotřebitelů. Možná to vnímám tak, že žiji v nějaké bublině, že se pohybuji v prostředí, které je citlivější na to, co kupuje a co spotřebovává. Zároveň také vím, že ještě nemáme vyhráno.

Čeští spotřebitelé jsou vlastně primárním cílem této kampaně. Oni jsou ti, kteří by měli vědět, jak funguje obchod, co je potřeba vědět k tomu, aby se mohli rozhodnout, jak spotřebovávat, co spotřebovávat, aby to bylo eticky pěstované nebo vyrobené. Aby měli vůbec povědomí o tom, že se vlastně za každým banánem skrývá příběh. Takže to je jedna cílová skupina – spotřebitelé, což jsme vlastně my všichni. Co se kampaně týče, tam mě stále překvapuje, že ze strany supermarketů nejsou fairtradové banány stále ještě přijatelným tématem.

9. *Jaká jste měli na začátku kampaně očekávání a naplnila se již tato očekávání?*

Na začátku projektu jsme si vytyčily indikátory, kterých chceme dosáhnout. Kampaň osvětová a my se snažíme šířit informace o fungování banánového byznysu. V tomto smyslu si myslím, že se naše očekávání celkem plní. Co se týče toho, kdy si český spotřebitel bude moci koupit eticky vypěstovaný banán, to souvisí s tím, že 75 % nákupů banánů probíhá právě v supermarketech. Kampaň bude fungovat ještě rok a my doufáme, že se v tomto ohledu postoj obchodních řetězců změní a posune

10. *Existují nějakí odpůrci kampaně Za férové banány?*

Na naší facebookové stránce často sdílíme videa a jakmile se některé dostane dál mimo naši facebookovou základnu, dostáváme často komentáře, ve kterých lidé vůbec nepochopí cíl této kampaně. Například se ptají, zda opravdu chceme, aby se u nás prodávaly dražší banány. Takže bych neřekla, že existují nějakí zarputilí odpůrci této kampaně, ale určitě se najdou lidé, pro které není kampaň smysluplná a kterou by nepodpořili.

11. *Jaké jsou Vaše výhledy či cíle do budoucna?*

Naše cíle jsou rozfázovány komplexně na tři roky.

V loňském roce jsme navštívili plantáže v Kostarice a Panamě, kde jsme sbírali podklady a materiály k novému interaktivnímu dokumentu *Příběh banánů*. Takže se celý tento rok 2017 budeme snažit, aby se tento dokument dostal k co nejvíce spotřebitelům. Chceme, aby se dozvěděli, co všechno za pěstováním banánů vlastně stojí.

Můžete mi říci něco více o navštívených farmách v Kostarice a Panamě?

Navštívili jsme zde družstvo, které bylo certifikované jako fair trade. Mimo to jsme také podnikli setkání a rozhovory s lidmi, kteří pracovali pro velké firmy jako je Chiquita, Dole a Del Monte, které certifikované nejsou. Dozvěděli jsme se, jak to na těchto necertifikovaných plantážích patřících velkým firmám funguje.

Opravdu se zde porušují lidská a pracovní práva. Natočili jsme spoustu rozhovorů a musím přiznat, že při některých příbězích na mě padla až úzkost. Nejvíce jsme se setkali s porušováním pracovních práv, s nezaplacenými přesčasy a s nedostatkem ochranných pomůcek při práci s pesticidy a dalšími chemickými látkami. Dále jsme se setkali s nemožností pracovníků sdružovat se do odborů. Často dochází i k fyzické likvidaci odborářů, s tím jsme se ale v námi navštívené Kostarice ani Panamě nesetkali. Zde spíše uváděli, že jsou v takovém případě zstrašováni a utlačováni. Nedávno jsme ale dostali

od našich kolumbijských partnerů zprávu, že na tamní odborovou skupiny byl spáchán granátový útok.

12. Situace v České republice nyní tedy závisí na supermarketech, které by měly zapojit fairtradové banány do svého sortimentu?

Ano supermarkety hrají velkou roli, ale je to také na nás na spotřebitelích. Lidé se nás často ptají, jak mají supermarketům říci, že chtějí fairtradové zboží. Na to konto jsme nedávno spustili výzvu, kterou může každý člověk podepsat. Ve výzvě žádáme české supermarkety (Billu, Tesco a Albert), aby do svého sortimentu přidali více fairtradového zboží.

A vlastně zpět k této výzvě. Jak jsem říkala, u každé z evropských zemí je situace jiná, a to zejména v západních zemích je nabídka fairtradových produktů mnohem větší. Na základě toho nyní spolupracujeme s Polskem, Maďarskem a Slovenskem. Snažíme se společně, aby na situaci reagovali nejen spotřebitelé, ale i supermarkety. Zajímavé je, že se stále snažíme komunikovat s několika supermarkety, ale žádný nám dosud neodpověděl. Na rozdíl od situace v Polsku, které nemá problém s komunikací například s obchodním řetězcem Tesco.

13. Myslíte si, že jsou čeští spotřebitelé nedostatečně seznámeni o problematice fair trade?

Často se nad tím zamýšlím, jak toto téma dostat více k lidem. Myslím si, že co se propagace nebo medializace týče, tak se u nás toho poměrně dost děje.

V České republice se fair trade věnuje organizace Fairtrade Česko a Slovensko, které garantuje certifikaci, dále jsou to pak naši kolegové z NaZemi Brno, ti právě koordinují výstavu Na stromech a Férovou snídani. Myslím si, že u českých spotřebitelů není změna možná ze dne na den.

Vyhodnocení rozhovoru

Hlavním přínosem kampaně je zapojení 28 zemí z Evropy i globálního Jihu (producent-ské země z Afriky, Latinské Ameriky a Asie). Základem kampaně bylo první kolo v letech 2011-2013, které postavilo pevný základ pro další roky kampaně. Kampaň je z organizačního hlediska zabezpečována německou organizací Oxfam. Spolupráce právě s tou organizací je podle slov paní Kotíkové efektivní a profesionální díky zkušenostem firmy z pořádání obdobných kampaní a projektů.

Kampaň se zaměřuje na supermarketů jako na nejmocnější součást dodavatelského řetězce. Je právě na nich, aby zavedly nejen fairtradové banány, ale i další tropické fairtradové ovoce do svého sortimentu. V České republice na opakované výzvy řetězce (Billa, Tesco a Albert) neodpovídají a s organizátory kampaně nekomunikují. Jak říká paní Kotíková, supermarketů sice hrají velkou roli v této kampani, ale je to také na nás spotřebitelích.

Závěrem rozhovoru vyplývá, že se očekávání vložené do této kampaně plní a co se supermarketů týče, je očekávána změna v jejich postoji. Hlavním cílem je přiblížit českým spotřebitelům, co se skrývá pod slupkou banánů. Po celý rok 2017 bude aktivně prezentován dokument *Příběh banánů*, který vznikl díky cestě do Kostariky a Panamy.

4.4.2 Projekt Fair Flowers: Jiří Silný (Ekumenická akademie)

Obrázek 53 - Projekt Fair Flowers



Zdroj: www.bewusstkaufen.at

„Základní ideou projektu Fair Flowers/Férové květiny je šířit informace o pracovních, sociálních a ekologických podmínkách, ve kterých pracují obyvatelé rozvojových zemí při produkci řezaných květin. Krásné, všemi barvami hýřící květiny, které míváme u stánků, ve výlohách květinářství nebo je vidíme v halách supermarketů, skrývají za svojí krásou nedůstojné podmínky, za kterých byly vypěstovány v zemích subsaharské Afriky, Střední a Jižní Ameriky a jihovýchodní Asie.“ (Ekumenická akademie, 2015)

Nejprve byla dne 24. 3. 2017 zkontakována ředitelka Ekumenické akademie Karolína Silná. Byl jí zaslán email s 8 otázkami a žádostí o jejich zodpovězení. Následně byla paní Silná kontaktována telefonicky, z důvodu urychlení celého procesu. Na otázky přes emailovou komunikaci nakonec odpověděl dne 29. 3. 2014 bývalý ředitel Jiří Silný, který byl do projektu zapojen.

1. Mohl byste, prosím, zhodnotit, jak byl tento projekt podle Vašeho názoru úspěšný, zda se podařilo dostát všem cílům tohoto projektu?

Projekt byl relativně úspěšný v tom, že seznámil veřejnost s problematikou pěstování řezaných květin. Do té doby málokdo tušil, že většina květin na trhu přichází ze zemí Jihu

a za jakých ekologických a sociálních podmínek se to děje. Tím méně bylo známé, že existuje alternativa, kterou nabízí květiny certifikované jako Fairtrade. Projekt se hodně věnoval práci s veřejností (putovní výstava, která je dosud v permanenci, publikace, informační stánek na výstavě Flora Olomouc, promítání dokumentárních filmů apod.). V průběhu projektu se ale nepodařilo dosáhnout toho, aby fairtradové květiny byly dostupné na českém trhu. I když jsme zjistili, že občas se nějaké fairtradové květiny i u nás prodávají, tak nebyly jako fairtradové označeny, protože by to pro dovozce znamenalo dodatečný náklad s registrací a certifikací. Od té doby se, pokud vím, situace nezměnila.

2. Máte v plánu další projekty na podporu "férových květin"?

Já už v Ekumenické akademii nepracuji, ale pokud vím, tak to v plánu není. U předchozího projektu jsme byli přizváni zahraničními partnery – pro nás byl spojujícím tématem fair trade. Ekumenická akademie sama pravděpodobně podobný projekt iniciovat nebude. V současné době probíhá projekt věnovaný tropickému ovoci a banánům (s podobnou strukturou).

3. Jak si tento projekt vedl v zahraničí v porovnání s jeho úspěšností v České republice?

Ve většině partnerských zemí byly už v té době fairtradové květiny dostupné, takže tam šlo zejména o to, rozšířit povědomí a podpořit tuto fairtradovou oblast. Pokud vím, byl úspěšný. Projekt obsahoval i aktivity směřující k zlepšení právní situace, pokud jde o dohledatelnost původu zboží. V tomto směru, ale pokroku dosaženo nebylo. Důležitá byla i spolupráce mezi partnery – sdílení dobré praxe, informačních materiálů apod. Důležitou součástí projektu byly "speakers tours" - přednáškové turné pěstitelů z Afriky.

4. Jaká byla návštěvnost výstavy "Férové květiny" v Národním zemědělském muzeu v Praze?

Čísla si nevybavuji, ale zájem byl relativně velký a jak jsem uvedl výše, výstava dosud putuje, takže celkově jde o tisíce návštěvníků.

5. Jaký je Váš osobní názor na celý projekt, bylo něco, co Vás překvapilo?

Snažili jsem se spolupracovat s českými pěstiteli a vedle fairtradových řezaných květin jako alternativu nabízet české hrnkové květiny. Problém u podobných projektů je, že někteří zákazníci se rozhodují pro bojkot neudržitelně pěstovaných květin. Přitom produkce květin pro některé země představuje důležitý vývozní artikl a zdroj potřebných deviz,

zaměstnává desetitisíce lidí atd. Takže jsme doporučovali, aby zákazníci spíše vyvíjeli tlak na dovozce a prodejce ohledně původu zboží a požadovali produkty udržitelné.

6. Podpořila česká vláda tento projekt kromě finanční podpory ze strany ministerstva zahraniční věci?

Česká vláda se kromě kofinancování na projektu nepodílela. Toto kofinancování bylo ale zásadní pomocí.

7. Projekt trval 36 měsíců, vyskytly se v průběhu nějaké komplikace (konflikty, úskalí)?

Problém byl, že se v průběhu projektu dvakrát měnilo personální zajištění projektové koordinace, to je vždycky zátěž.

8. Existují dovozci fairtradových květin na českém trhu a jak jste s nimi spolupracovali?

Jak jsem uváděl, certifikovaní dovozci fairtradových květin na českém trhu zatím nejsou. S některými jsme komunikovali a snažili se je k certifikaci motivovat. Argumentovali jsme tím, že projekt jim poskytuje bezplatnou reklamu a že kdo přijde první, bude mít výhodu, ale nefungovalo to. Zčásti zřejmě proto, že český trh s květinami je relativně malý a prosadit se pouze s fairtradovými květinami není snadné.

Vyhodnocení rozhovoru

Hlavním cílem projektu Fair Flowers bylo seznámit veřejnost s problematikou pěstování řezaných květin a možnou alternativou – certifikací Fairtrade®. Další projekty s tímto tématem se podle pana Silného nechystají, nyní se totiž Ekumenická akademie zaměřuje především na výše uvedenou kampaň Za férové banány. Co se týče spolupráce se zahraničními partnery, té se nedá nic vytknout. Úspěšně probíhalo sdílení dobré praxe, informačních materiálů apod.

Tento projekt se snažil podpořit případné fairtradové dovozce řezaných květin na českém trhu, dokonce jim byla nabídnuta bezplatná reklama. Bohužel této výzvy žádný dovozce nevyužil. Podle pana Silného je důvodem relativně malý trh s květinami v České republice. V průběhu projektu se tedy nepodařilo dosáhnout toho, aby byly fairtradové květiny dostupné na českém trhu.

4.5 Zhodnocení hypotéz

Hypotéza č. 1: O pojmu fair trade má povědomí více než 50 % dotazovaných respondentů.

Ke zhodnocení této hypotézy bude použita otázka č. 15: *Se kterým tvrzením o fair trade nejvíce souhlasíte?* z dotazníkového šetření a její grafické vyjádření z obrázku č. 32. Z grafu vyplývá, že o pojmu fair trade má povědomí 62,7 % (první 2 odpovědi). Z toho pojem fair trade zná velmi dobře 11,3 % respondentů a o tomto pojmu má základní povědomí 41,4 % respondentů. Hypotéza 1 je potvrzena.

Hypotéza 2: Více jak 25 % dotazovaných nenakoupila ovoce/květiny s označením Fairtrade® na českém či zahraničním trhu.

Ke zhodnocení této hypotézy bude použita otázka č. 18: *Nakoupil/a jste někdy ovoce či květiny s označením Fairtrade® na českém trhu nebo v zahraničí?* z dotazníkového šetření a její grafické vyjádření z obrázku č. 34. Z odpovědí vyplývá, že většina respondentů (79,3 %) fairtradové ovoce ani fairtradové květiny nenakoupili. Fairtradové ovoce zakoupilo 18,7 % respondentů a fairtradové květiny jen 2 % dotazovaných. Hypotéza 2 je potvrzena.

Hypotéza 3: Více respondentů má zájem o nákup fairtradového ovoce než o nákup fairtradových květin na českém trhu.

Ke zhodnocení této hypotézy budou použity otázky č. 20: *Zakoupil/a byste fairtradové ovoce?* a otázka č. 21: *Zakoupil/a byste fairtradové květiny?* Pro ověření hypotézy byly porovnány hodnoty v tabulkách u obrázků č. 35 a 36. U této hypotézy bylo vycházeno z odhadů, že o ovoce jakožto základní potravinu a nositele vitamínů budou mít respondenti větší zájem než o fairtradové květiny. Na nákup fairtradového ovoce odpovědělo kladně 85 respondentů (odpovědi *rozhodně ANO* a *spíše ANO*). Fairtradové květiny by zakoupilo 68 dotazovaných (odpovědi *rozhodně ANO* a *spíše ANO*). Fairtradové ovoce by tedy nakoupilo více respondentů. Hypotéza 3 je potvrzena.

Obrázek 54 – Zájem o nákup fairtradového ovoce a za fairtradových květin

FAIRTRADOVÉ OVOCE

R=n=106

Odpovědi	Počet
Rozhodně ANO	29
Spíše ANO	56
Spíše NE	13
NE	8

FAIRTRADOVÉ KVĚTINY

R=n=106

Odpovědi	Počet
Rozhodně ANO	22
Spíše ANO	46
Spíše NE	30
NE	8

Zdroj: vlastní výzkum

5. Závěr

„Ovocný“ i „květinový“ průmysl jsou v zemích globálního Jihu významnými zdroji obživy. Práce na farmách a plantážích znamená pro tamní obyvatele možnost vydělat peníze pro sebe i celou rodinu. Právě pěstitelé jsou nejslabším článkem celého obchodního řetězce. Odvádějí nejvíce práce, ale jejich příjmy ani způsob života tomu zdaleka neodpovídají.

System fair trade se snaží, aby za svou těžkou práci dostali pěstitelé adekvátní odměnu. A to především v podobě spravedlivých plateb za produkty, svobodného rozhodování a dodržování pracovních i lidských práv. Pěstitelská družstva mají možnost zapojit se do systému fair trade, musí však dostát schváleným standardům. Výrobek, který je označen za fairtradový, pochází od certifikovaných výrobců Fairtrade International nebo od členských organizací WFTO. Cesta výrobku z certifikovaného družstva ke spotřebitelům prochází přes další články obchodního řetězce (dovozce, zpracovatele, balírny), které musí být také certifikované.

V České republice existuje několik organizací, které přibližují myšlenky fair trade českým občanům. Jsou to zejména Fairtrade Česko a Slovensko, nevládní organizace NaZemi a Ekumenická akademie. Čeští spotřebitelé se o fair trade dozívají pomocí úspěšných kampaní a projektů. Příkladem je kampaň za Férové banány či již ukončený projekt Fair Flowers.

Základní fází pomoci pěstitelům je dostatečná informovanost spotřebitelů. Informovanost například o tom, že banán, který konzumují skrývá pod svou slupkou těžký život pěstitelů. Pokud se spotřebitelé dozví o nepříznivé situaci pěstitelů a pozitivních sociálních a environmentálních dopadech fair trade, projeví ve většině případů zájem o nákup fairtradových produktů.

Spotřebitelé znají fairtrade obchůdky (Jeden svět, NaZemi, Fair&Bio), fairtradové kavárny i obchody zdravé výživy, kde se „férové“ produkty prodávají. Většina spotřebitelů však konkrétně fairtradové ovoce a květiny na českém trhu nenakoupila. Z důvodu nedostatečné nabídky těchto fairtradových produktů v maloobchodní síti o nich čeští spotřebitelé nemají ani obecné povědomí. Cena hraje pro české spotřebitele velkou roli. Případnou bariérou nákupu fairtradového ovoce a květin by tak byly právě vyšší ceny těchto certifikovaných produktů.

V rámci analýzy nabídky fairtradového ovoce a květin byla zjištěna následující situace. U fairtradového ovoce je situace o mnoho lepší než u fairtradových květin. Hlavní překážku prodeje představují maloobchodní řetězce, které s propagátory tohoto sortimentu v České republice nekomunikují. Staví tak hlavní bariéru pro úspěšný nákup „férového“ ovoce. Čeští spotřebitelé sice na supermarkety vyvíjejí tlak podepisováním různých petic, ale ty jsou stále nedostačující. V zahraničí je situace zcela odlišná, hlavní objem fairtradového ovoce je zde prodáván právě přes řetězcové prodejny.

Co se dostupnosti fairtradových květin na českém trhu týče, je situace velmi nepříznivá. Fairtradové květiny s přiznanou certifikací na českém trhu nejsou vůbec dostupné. Sporadicky jsou dovezeny „férově“ vypěstované květiny, které díky neplaceným licenčním poplatkům nemohou být označovány ochrannou známkou. V České republice aktuálně zcela chybí fairtradoví dovozci řezaných květin.

Situace v zemích globálního Jihu je velmi špatná a pro spotřebitele z ostatních zemí nepředstavitelná. Měli bychom se zamýšlet nad příběhy těch, kteří pro nás konkrétní produkty vypěstovali či vyrobili. Pomocí nákupu pak podpořit tento velice solidární systém.

I. Summary and keywords

The aim of this work is to introduce specific standards for fair trade products, especially for fruit and flowers. Moreover, the analyses the offer of Fairtrade fruit and flowers on the Czech market and determines consumer attitudes to these certified products. The attention is also paid to the campaigns, which are supposed to improve the awareness of Fair Trade and encourage the interest of real purchases.

Firstly, this work is focused on theoretical facts and keywords about fruit (tropical and subtropical fruit and bananas) and on the keywords about flowers (cut flowers and roses). Further, the thesis offers information about the system of Fair Trade, the Fairtrade certification system and the production of Fairtrade for fruit and flowers.

The concept of Fair Trade helps growers from global South to ensure a fair reward for their products and a respect of their labour and human rights. A product, which is labelled as Fairtrade[®], comes from certified producers that are certificated by Fairtrade International or by WFTO organizations.

In the Czech Republic, the most widespread fair trade products are coffee and tea, but fruit and flowers are still missing. For Czech consumer, price is the most important factor. It is price that influences the most respondents, when they are thinking about buying fairtrade fruit and flowers.

A method used in this work was a questionnaire survey focused on Czech consumers. It tried to determine, if they are aware of Fair Trade in connection with just fruit and flowers. The questionnaire was in an electronic form and the respondents are mostly students at the age of 19 to 26 years. After meeting the principles of Fair Trade, most respondents replied positively about purchases of Fairtrade fruit or flowers.

The questionnaire survey was followed by several structured interviews, which tried to obtain information about campaigns that, actively promote Fair Trade in the Czech Republic. These interviews prove, that there is still no fairtrade importer of flowers on the Czech market. This is the reason, why the Fairtrade flowers are not available on this market. Situation with fairtrade fruit on the Czech market is unfavourable, because of retail chains (supermarkets), which avoid the sale of fairtrade products.

Keywords: fair trade, fruit, flowers, certification, production standards, questionnaire survey, The Czech Republic, market, interviews, global South

II. Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje

Henych, M., Bloudek, J., Müller, D., Kubátová, S. (2013). *Rozumíte svým zákazníkům?* Brno: Management Press, Albatros Media a.s.

Hillier M. (2002). *Květiny*. Praha: Slovart s.r.o.

Kobza, F., Koudela, M. (2006). *Skleník od jara do zimy*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Kyncl, F. (1979). *Ovocnictví*. Praha: Státní zemědělské nakladatelství

Nowak, B., Schulzová B. (2002). *Tropické plody*. Praha: Knižní klub

Petro, J. (2013). *Problematická slova v angličtině: anglicko-český slovník*. HALLOENGLISH.CZ

Scoggins, H. L. (2014). *Getting Started in the Production of Field-Grown, Speciality Cut Flowers*. Virginia Polytechnic Institute and State University

SOŠ a SOU obchodní Brno. (2005). *Průvodce legislativou potravin*. Brno: SOŠ a SOU obchodní Brno

Šmajš, J., Binka, B., Rolný, I. (2012). *Etika, ekonomika, příroda*. Praha: Grada Publishing a.s.

Valíček, P. a kolektiv. (2002). *Užitkové rostliny tropů a subtropů*. Praha: Academia

Votruba, R. (1980). *Skleníkové květiny k řezu*. Státní zemědělské nakladatelství Praha, sbírka Rostlinná výroba

Elektronické zdroje

Abeceda zahrady a domu. (2016). *Katalog rostlin*. Dostupné z <http://abecedazahrady.dama.cz/katalog-rostlin/dvouletky>

African Business. (2012). *The Global Flower Trade*. Dostupné z <http://africanbusinessmagazine.com/special-reports/sector-reports/floriculture/the-global-flower-trade>

Agricultural Economics Institute. (2002). *Floriculture World Wide*. Dostupné z <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/29148/1/pa05va01.pdf>

- Aktivity pro zdraví. (2013). *Kolik druhů banánů znáte?* Dostupné z <http://www.aktivityprozdravi.cz/archiv/kolik-druhu-bananu-znate>
- Banana Link. (2014). *All about bananas*. Dostupné z <http://www.bananalink.org.uk/all-about-bananas>
- Barochová P. (2009). *Nejzdravější z ovoce a zeleniny*. Dostupné z http://ona.idnes.cz/nejzdravejsi-z-ovoce-a-zeleniny-naskok-ma-syrova-brokolice-pou-zdravi.aspx?c=A090710_092354_vase-telo_pet
- Bio měsíčník. (2014). Veronika Bačová. *Růže od jezera Naivasha do našich květinářství*. Dostupné z http://www.bio-mesicnik.cz/clanky/bio1407_ruze
- Bio-info. (2015). *Kde lze v Česku koupit fairtradové výrobky?* Dostupné z <http://www.bio-info.cz/zpravy/prodej-fairtradovych-vyrobku-v-cesku-stoupl-o-17-procent>
- Biology Reference. (2009). *Fruits*. Dostupné z <http://www.biologyreference.com/Fo-Gr/Fruits.html>
- BMLFUW. (2013). FIAN – Food First Informations-und Aktionsnetzwerk. Dostupné z <http://www.bewusstkaufen.at/partner/24/fian-food-first-informations-und-aktionsnetzwerk.html>
- Buchtová, I. (2014). *Situační a výhledová zpráva Ovoce*. Dostupné z <http://www.ovocnarska-unie.cz/pdf/SVZ-2014-ovoce.pdf>
- Burianová, T., Vojtek, M. (2012). *Čerstvě utržený banán chutná úplně jinak než koupený u nás v obchodě*. Dostupné z http://www.rozhlas.cz/radio_cesko/exkluzivne/_zprava/cerstve-utrzeny-banan-chutna-uplne-jinak-nez-koupeny-u-nas-v-obchode--1117759
- CBI Trade Statistics. (2016). *Cut Flowers and Foliage*. Dostupné z https://www.cbi.eu/sites/default/files/market_information/researches/trade-statistics-cut-flowers-foliage-2016.pdf
- Centraal Bureau Statistiek [CBS]. (2015). *2.8 billion roses imported from Africa*. Dostupné z <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2015/07/2-8-billion-roses-imported-from-africa>

- Collins English Dictionary. (2016). *Flower definition and meaning*. Dostupné z <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/flower>
- Custom and Border Protection [CBP]. (2015). *Cut Flower Imports (FY2014)*. Dostupné z <https://www.cbp.gov/newsroom/spotlights/cut-flower-imports-fy-2014>
- Český statistický úřad. (2017). *Zahraniční obchod – Metodika*. Dostupné z <https://www.czso.cz/csu/czso/zo>
- Český statistický úřad. (2016). *Spotřeba potravin – 2015*. Dostupné z <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2015>
- Doktorka. (2012). *Banány a jejich zdravotní účinky*. Dostupné z <http://zdrava-vyziva.doktorka.cz/banany-a-jejich-zdravotni-ucinky/>
- Ekumenická akademie. (2006). *Fair trade – spravedlivý obchod*. Dostupné z http://www.czp.cuni.cz/stuz/besedy/b_1404/Silny.pdf
- Ekumenická akademie. (2015). *Za důstojný svět květin*. Dostupné z https://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/ea_kvety-skladackaa3_web.pdf
- Encyclopedia of Food and Culture. (2003). *Tropical and Subtropical Fruit*. Dostupné z <http://www.encyclopedia.com/food/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/tropical-and-subtropical-fruit>
- Epoch Times. (2014). *Růže, ušlechtilá královna květin, přináší pocit sametu a delikátní vůni*. Dostupné z <http://www.epochtimes.cz/2014052122099/Ruze-uslechtila-kralovna-kvetin-prinasi-pocit-sametu-a-vuni.html>
- Fairtrade Česko a Slovensko. (2012). *Systém WFTO*. Dostupné z <http://www.fairtrade-cesko.cz/obchodnici/system-wfto>
- Fairtrade Česko a Slovensko. (2015). *Výroční zpráva 2014–15*. Dostupné z http://www.fairtrade-cesko.cz/media/vz_ft_2014_2015_web.5812.pdf
- Fairtrade Česko a Slovensko. (2017). *Banány*. Dostupné z <http://www.fairtrade-cesko.cz/#!produkty/vyrobky-se-znamkou-fairtrade/banany>
- Fairtrade Česko a Slovensko. (2017). *Certifikace Fairtrade*. Dostupné z <http://www.fairtrade-cesko.cz/obchodnici/certifikace>

Fairtrade Česko a Slovensko. (2016). *Banány*. Dostupné z <http://www.fairtrade-cesko.cz/produkty/vyrobky-se-znamkou-fairtrade/banany>

Fairtrade Foundation. (2017). *Farmers and Workers*. Dostupné z <http://www.fairtrade.org.uk/en/farmers-and-workers>

Fairtrade International. (2011). *Fair Trade Glossary*. Dostupné z https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_fairtrade/2011-06-28_fair-trade-glossary_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf

Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2009). *Fairtrade Minimum Price and Premium Table*. Dostupné z https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2017-02-09_EN_Fairtrade_Minimum_Price_and_Premium_Table_PUBLIC.pdf

Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2011). *Fairtrade Standard for Fresh Fruit for Small Producer Organizations and Traders*. Dostupné z https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/FreshFruit_SPO_EN.pdf

Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2011). *Fairtrade Standard for Fresh Fruit for Hired Labour and Traders*. Dostupné z https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/FreshFruit_HL_EN.pdf

Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2011). *Fairtrade Standard for Fresh Fruit for Hired Labour and Traders*. Dostupné z https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/FreshFruit_HL_EN.pdf

Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2015). *Scope and Benefits of Fairtrade*. Dostupné z https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2015-Monitoring_and_Impact_Report_web.pdf

Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2016). *Our standards*. Dostupné z <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards.html>

Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2017). *Flowers*. Dostupné z <https://www.fairtrade.net/products/fresh-fruit.html>

- Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2017). *Fruit – Fresh, Dried, and Juices*. Dostupné z <https://www.fairtrade.net/products/fresh-fruit.html>
- Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]. (2017). *The Fairtrade System*. Dostupné z <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/fairtrade-system.html>
- Ferrer, Y. (1997). *Rose Trade and the Environment*. Dostupné z <http://gurukul.ucc.american.edu/ted/ROSE.HTM#place8.htm>
- Florea Holland. (2017). *Často kladené dotazy*. Dostupné z <http://www.florea.cz/txt/casto-kladene-dotazy>
- FlowerBuyer.com[®]. (2017). *About Us*. Dostupné z http://www.flowerbuyer.com/about_us.asp
- Food and Agriculture Organization [FAO]. (2014). *Tropical Products*. Dostupné z <http://www.fao.org/docrep/006/y5143e/y5143e1a.htm>
- Food and Agriculture Organization [FAO]. (2016). *Tropical fruits*. Dostupné z <http://www.fao.org/docrep/006/y4343e/y4343e04.htm>
- Fotogalerie Zahrady. (2005). *Tropické ovoce*. Dostupné z <http://www.zahrady-fotogalerie.cz/stromy-a-rostliny/tropicke-ovoce>
- Fresh Plaza. (2012). *World production of tropical fruit expected to increase in 2014*. Dostupné z <http://www.freshplaza.com/article/101367/World-production-of-tropical-fruit-expected-to-increase-in-2014>
- Garden Guides. (2017). *Top 10 Cut Flowers*. Dostupné z <http://www.gardenguides.com/91299-top-10-cut-flowers.html>
- Global Fruit. (2010). *Fair trade*. Dostupné z <http://global-fruit.nl/fair-trade/>
- Haló noviny. (2017). Monika Hoření. *Banánový byznys*. Dostupné z <http://www.halonoviny.cz/articles/prints/44856858>
- Herbář Wendys. (2015). *Musa paradisiaca – Banánovník*. Dostupné z <http://botanika.wendys.cz/index.php/19-fr-polivka-uzitkove-a-pametihodne-rostliny-cizich-zemi/926-bananovnik-musa-paradisiaca>
- Hokrová, M. (2008). *Mezinárodní obchod se zemědělskými komoditami – dopady na rozvojové země*. Dostupné z <http://www.rozvojovka.cz/analyzy/28-mezinarodni-obchod-se-zemedelskymikomoditami-dopady-na-rozvojove-zeme.htm>

- Horecký, O. (2014). *Čína je druhým největším producentem banánů, přesto dramaticky zvyšuje dovozy*. Dostupné z <http://www.epochtimes.cz/2014062522180/Cina-je-druhym-nejvetsim-producentem-bananu-presto-dramaticky-zvysuje-dovozy.html>
- Hortibiz. (2016). *Top 10 cut flower exporters in the world*. Dostupné z <http://www.hortibiz.com/item/news/top-10-cut-flower-exporters-in-the-world/>
- Litvinoff, M. & Madeley, J. (2007). *50 Reasons to Buy Fair Trade*. Dostupné z <http://www.plutobooks.com/cgi-local/nplutobrows.pl?chkisbn=9780745325842&main=>
- Make Fruit Fair. (2016). *How is the life on a plantation?* Dostupné z <http://www.storyofbanana.com/#info>
- Merriam Webster. (2016). *Fruit*. Dostupné z <https://www.merriam-webster.com/dictionary/fruit>
- Mouchová, V. (2014). *Nejlepší škola vaření gourmet*. Dostupné z https://freshbedynky.cz/upl_img/201413_gurmet_conamprozradila.pdf
- Multiflora. (2012). *About Multiflora*. Dostupné z <http://www.multiflora.co.za/aboutus.php>
- NaZemi. (2010). *Historie fair trade*. Dostupné z <http://stary.fairtrade.cz/36-historie-fair-trade/>
- NaZemi. (2011). *Víte, co loupete?* Dostupné z http://www.nazemi.cz/sites/default/files/banany-spravedliva-cena_0.pdf
- NaZemi. (2017). *Infolist o fair trade*. Dostupné z http://www.nazemi.cz/sites/default/files/infolist_o_fair_trade.pdf
- NaZemi. (2017). *Proč chceme férovější banány?* Dostupné z <http://www.zaferovebanany.cz/kampan>
- Novotná, M. (2009). Projekt „Fair Flowers“ má za sebou první rok. Dostupné z <http://ekumakad.cz/cz/temata/projekt-fair-flowers-ma-za-sebou-prvni-rok>
- Portál veřejné správy. (2017). *Vyhláška č. 157/2003*. Dostupné z <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=55625&nr=157~2F2003&rpp=15#local-content>

- Rabobank. (2016). *World Floriculture Map 2016*. Dostupné z https://research.rabobank.com/far/en/sectors/regional-food-agri/world_floriculture_map_2016.html
- Research Gate. (2015). *The world Floriculture Industry*. Dostupné z https://www.researchgate.net/publication/283348233_The_World_Floriculture_Industry_Dynamics_of_Production_and_Markets
- Retail News. (2015). *Prodej fairtradových výrobků v Česku stoupl o 17 %*. Dostupné z <http://retailnews.cz/2015/07/14/prodej-fairtradovych-vyrobků-v-cesku-stoupl-o-17/>
- Rozvojovka. (2011). Jiří Silný. *Není růže bez trnů*. Dostupné z <http://www.rozvojovka.cz/clanky/996-neni-ruze-bez-trni.htm>
- Landivar, N. (2008). *Skutečná pomoc rozvojovým zemím: příklad banánů v Ekvádoru*. Dostupné z <http://www.rozvojovka.cz/analyzy/6-skutecna-pomoc-rozvojovym-zemim-priklad-bananu-v-ekvadoru.htm>
- Selferová, A. (2016). *Tuzemská produkce květin byla loni rekordní, vzrostla o 4,3 procenta*. Dostupné z <http://zemedelec.cz/tuzemska-produkce-kvetin-byla-loni-rekordni-vzrostla-o-43-procenta/>
- The Flower Expert. (2011). *Most Popular Flowers*. Dostupné z <http://www.theflowerexpert.com/content/mostpopularflowers/cut-flowers>
- The Observatory of Economic Complexit [OEC]. (2015). *Bananas*. Dostupné z <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/0803/>
- The Observatory of Economic Complexit [OEC]. (2015). *Cut Flowers*. Dostupné z <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/0603/>
- The Observatory of Economic Complexit [OEC]. (2015). *Fruits, fresh nes*. Dostupné z <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/081090/>
- The Observatory of Economic Complexit [OEC]. (2015). *Roses*. Dostupné z <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/060240/>
- Tržní informační systém České republiky. (2017). *Zpráva o trhu ovoce*. Dostupné z http://www.apic-ak.cz/data_ak/17/k/OZ/Ovoce1701.pdf

- Tříděníodpadu.cz. (2007). *Globální obchod s květinami*. Dostupné z <http://www.trideniodpadu.cz/single-post/2014/09/17/Glob%C3%A1ln%C3%AD-obchod-s-kv%C4%9Btinami>
- United States Department of Agriculture [USDA]. (2016). *Fresh Deciduous Fruit*. Dostupné z <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/fruit.pdf>
- Ústav experimentální botaniky AV ČR. (2017). *Strom nebo bylina?* Dostupné z <http://www.ueb.cas.cz/cs/content/strom-nebo-bylina>
- Valente, S. (2009). *Globalization of Fresh Fruit Production*. Dostupné z <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/51352/2/286.pdf>
- Vichová, I. (2013). *Květy, které můžete sníst: Levandule, fialka, růže*. Dostupné z <https://www.zena.cz/volny-cas/kvety-ktere-muzete-snist-levandule-fialka-ruze/r~i:article:780398/>
- Westbrook Floral Ltd. (2014). *Cut Flowers*. Dostupné z <http://www.westbrookfloral.com/cut-flowers-2/>
- Which Country. (2016). *Which Country Produces Most Flowers?* Dostupné z <http://www.whichcountry.co/which-country-produces-most-flowers/>
- Wikimedia. (2010). *Historická fair trade loga*. Dostupné z <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/2/27/Oldftlogos2.jpg>
- World Atlas. (2016). *Global Leaders In Cut Flower Exports*. Dostupné z <http://www.worldatlas.com/articles/global-leaders-in-cut-flower-exports.html>
- Za Férové banány. (2016). *Kde se dají koupit fairtradové banány?* Dostupné z <https://www.facebook.com/notes/za-f%C3%A9rov%C3%A9-ban%C3%A1ny/kde-se-daj%C3%AD-koupit-fairtradov%C3%A9-ban%C3%A1ny/1225699394161903>
- Zahrada a Příroda. (2017). *Růže – druhy a tvary*. Dostupné z <http://www.zahradaapriroda.cz/ruze-druhy-a-tvary/>
- Zajimavosti.info. (2016). *Zajímavosti o banánech*. Dostupné z <http://zajimavosti.info/zajimavosti-o-bananech/>
- ZO ČSOP Veronica. (2017). *Co je skryto za dokonalou krásou květin?* Dostupné z <http://www.veronica.cz/co-je-skryto-za-dokonalou-krasou-kvetin>

III. Seznam použitých zkratek

FAO – Food and Agriculture Organizations

USA – United States of America

USDA – United States Department of Agriculture

CBP – Customs and Border Protection

ZO ČSOP – Základní Organizace Českého svazu ochránců přírody

EU – Evropská unie

ČSÚ – Český statistický úřad

ILO – International Labour Organization

TIS – Tržní informační systém

WFTO – World Fair Trade Organization

IFAT – International Federation for Alternative Trade

FLO – Fairtrade Labelling Organizations International

GEPA – Georgian Export Promotion Agency

EZA – Evangelische Zendingen Alliantie

INESAN – Institut evaluací a sociálních analýz

UROCAL – Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral

FIAN-Germany – Food First Information and Action Network

M&S – Marks & Spencer

IV. Seznam tabulek a obrázků

Obrázek 1 - Klimatická mapa světa	10
Obrázek 2 - Banánovník Musa paradisiaca	18
Obrázek 3 - Produkce banánů v zemích podle množství.....	21
Obrázek 4 - Objem tržních podílů firem na celosvětovém vývozu banánů.....	22
Obrázek 5 - Transport banánů na kole.....	25
Obrázek 6 - Rozprašování pesticidů	25
Obrázek 7 - Maloobchodní podíly řezaných květin a hrnkových rostlin (2015).....	30
Obrázek 8 - Druhy řezaných květin podle podílu na holandských aukcích (2014).....	37
Obrázek 9 – Růže „la France“	39
Obrázek 10 - Holandský vývoz růží	42
Obrázek 11 - Dovoz růží pěstovaných v Africe	43
Obrázek 12 - Pěstování růží v Keni	44
Obrázek 13 – Historická loga fair trade.....	49
Obrázek 14 - Trh v ČR	50
Obrázek 15 - Logo WFTO.....	50
Obrázek 16 - Logo Fairtrade International	51
Obrázek 17 - Systém certifikace Fairtrade	53
Obrázek 18 - Vývoj prodeje fairtradových výrobků.....	56
Obrázek 19 - Struktura prodejních míst fairtradových produktů v ČR	57
Obrázek 20 - Počet organizací produkujících fairtradové banány (2008–2014).....	63
Obrázek 21 - Objem prodaných banánů v tunách.....	64
Obrázek 22 - Oblíbenost ovoce	74
Obrázek 23 - Frekvence nákupu ovoce.....	75
Obrázek 24 - Důležitost faktorů při výběru ovoce	77
Obrázek 25 - Faktory označené jako „velmi důležité“ při výběru ovoce	77

Obrázek 26 - Znalost certifikací ovoce	78
Obrázek 27 - Oblíbenost květin	79
Obrázek 28 - Oblíbenost řezaných květin.....	79
Obrázek 29 - Frekvence nákupu květin	80
Obrázek 30 - Důležitost faktorů při výběru květin	82
Obrázek 31 - Faktory označené jako „velmi důležité“ při výběru květin	82
Obrázek 32 - Povědomí o fair trade.....	83
Obrázek 33 - Místa prodeje fairtradových produktů	84
Obrázek 34 - Nákup ovoce či květin s označením Fairtrade®	85
Obrázek 35 - Zájem o nákup fairtradového ovoce	86
Obrázek 36 - Zájem o nákup fairtradových květin	86
Obrázek 37 - Důvody pro nákup fairtradového ovoce nebo květin.....	87
Obrázek 38 - Důvody, proč nenakupovat fairtradové ovoce nebo květiny	88
Obrázek 39 - Pohlaví respondentů.....	88
Obrázek 40 - Věk respondentů	89
Obrázek 41 - Vzdělání respondentů.....	90
Obrázek 42 - Společenský status respondentů.....	90
Obrázek 43 - Zájem o podporu fair trade nákupem výrobků s tímto označením	91
Obrázek 44 - Fairtradové banány (M&S Praha Chodov)	92
Obrázek 45 - Prodejny M&S (Praha)	92
Obrázek 46 - Fairtradové banány (freshbedynky.cz).....	93
Obrázek 47 - Jak funguje prodej (freshbedynky.cz).....	93
Obrázek 48 - Logo Tulipa Praha.....	95
Obrázek 49 - Logo green Decor/green Garden.....	96
Obrázek 50 - Kampaň za férové banány.....	99
Obrázek 51 - Banány s logem „žabičky“ (Tesco, Vlašim).....	101

Obrázek 52 - Banánovníková akce	103
Obrázek 53 - Projekt Fair Flowers.....	106
Obrázek 54 – Zájem o nákup fairtradového ovoce a za fairtradových květin	110
Obrázek 56 - Komu jdou peníze, které zaplatíme za jeden banán.....	128
Tabulka 1 - Produkce čerstvého ovoce (2014)	5
Tabulka 2 – Největší producenti čerstvého ovoce (2014)	6
Tabulka 3 - Hlavní producenti ovoce z mírného pásma	7
Tabulka 4 - Produkce čerstvého ovoce v České republice	8
Tabulka 5 - Podíl zemí vyvážející čerstvé ovoce (2015).....	8
Tabulka 6 - Podíl zemí dovážejících čerstvé ovoce (2015).....	9
Tabulka 7 - Produkce tropického (a subtrop.) ovoce (2014)	12
Tabulka 8 - Největší producenti trop. a subtrop. ovoce (2014)	13
Tabulka 9 - Hlavní producenti ovoce z tropického a subtropického pásma	13
Tabulka 10 - Podíl zemí vyvážející tropické (a subtrop.) ovoce (2015).....	14
Tabulka 11 - Podíl zemí dovážející tropické (a subtrop.) ovoce (2015).....	15
Tabulka 12 - Produkce banánů (2014).....	20
Tabulka 13 - Největší producenti banánů (2014)	20
Tabulka 14 - Podíly 5 největších nadnárodních spol. na světovém trhu s banány (%) ..	22
Tabulka 15 - Podíl zemí vyvážející banány (2015)	23
Tabulka 16 - Podíl zemí dovážející banány (2015)	23
Tabulka 17 - Seznam 10 nejvíce prodávaných květin ve vybraných zemích.....	30
Tabulka 18 - Největší producenti řezaných květin (2013)	32
Tabulka 19 - Podíl zemí vyvážející řezané květiny (2015)	35
Tabulka 20 - Podíl zemí dovážející řezané květiny (2015)	36
Tabulka 21 - Podíl zemí vyvážející růže (2015).....	42

Tabulka 22 - Podíl zemí dovážející růže (2015).....	43
Tabulka 23 - Fairtradové komodity dle objemu prodeje (2013-14)	55
Tabulka 24 - Nejprodávanejší fairtradové komodity podle podílu (2014-15).....	56
Tabulka 25 - Seznam čerstvého ovoce certifikovaného v systému Fairtrade.....	58
Tabulka 26 - Počet farmářů a pracovníků pěstujících banány podle zemí (2014).....	62
Tabulka 27 a 28 - Květiny a výplně do kytic certifikované v systému Fairtrade	66

V. Seznam příloh

Příloha č. 1: Ekonomická stránka pěstování banánů

Příloha č. 2: 10 důvodů ke koupi fair trade

Příloha č. 3: Fairtrade standardy pro čerstvé ovoce pro malé producentské organizace

Příloha č. 4: Fairtrade standardy pro květiny a rostliny pro námezdní práci a obchodníky

Příloha č. 5: Fairtrade standardy pro čerstvé ovoce pro námezdní práci a obchodníky

Příloha č. 6: Dotazník

Příloha č. 1: Ekonomická stránka pěstování banánů

2 % = 0,07 Kč, tolik dostane pracovník na plantáži, který na celém banánu odvede tu nejtěžší práci: práce 6x za týden, víc jak 10 hodin denně, v horku i vlhku, malé platy, nedostatečné ochranné pomůcky proti nebezpečným chemikáliím, zneužívání dětské práce, násilné potlačování vzniku odborů.

10 % = 0,4 Kč z jednoho banánu dostane vlastník rozlehlé plantáže.

22 % = 0,86 Kč případně vývozcům či dopravcům, kteří jsou spolu s dozrávárnami často součástí velkých firem s banány – Dole, Chiquita, Del Monte, Noboa, Fyffes. Cesta banánů do Evropy na lodích trvá asi 3 týdny.

12,5 % = 0,51 Kč se zaplatí na clo. Do České republiky se banány dováží nejvíce z Latinské Ameriky a ze západní Afriky, v roce 2012 bylo na clo za dovoz banánů z Latinské Ameriky zapláceno 136 eur za tunu.

11,5 % = 0,46 Kč dostanou za jeden banán, velkoobchody, distributoři nebo dozrávárny. Zde jsou banány ošetřovány a uschovávány, aby rychleji dozrávaly, do Evropy se totiž dovážejí zelené.

29,5 % = 1,19 Kč případně maloobchodníkům (supermarketům) - nejmocnějším článkem na trhu. Banány nabízejí za nízké ceny, čímž pak tlačí na dodavatele a ti na majitele plantáží.

13,5 % = 0,55 Kč, tolik se zaplatí na DPH neboli dani z přidané hodnoty (NaZemi, 2011).

Obrázek 55 - Komu jdou peníze, které zaplatíme za jeden banán



Zdroj: www.zaferovebanany.cz

Příloha č. 2: 10 důvodů ke koupi fair trade

1. Fair Trade podporuje drobné producenty.
2. Fair Trade zprostředkovává mzdu pracovníkům na plantážích.
3. Fair Trade poskytuje „prémie“ pro rozvoj komunit.
4. Fair Trade se vyhýbá „překupníkům“ a velkým byznysům.
5. Fair Trade je lepší pro lidi a planetu.
6. Fair Trade pomáhá chránit děti.
7. Fair Trade umocňuje práva žen a dívek.
8. Fair Trade pomáhá zvýšit povědomí o obchodním právu.
9. Fair Trade znamená partnerství – ne vykořisťování.
10. Fair Trade v budoucnu – jak daleko půjde?

1. Podpora drobných producentů

Díky Fair Trade mají drobní producenti v rozvojových zemích zajištěné stabilní ceny a větší bezpečnost. To jim umožňuje vymanit se z chudoby a změnit své životy. Drobní zemědělci jsou často ti nejchudší z nejchudších. Ale pokud se spojí do družstva a splní fairtradové standardy, mohou své produkty kvalifikovat pro certifikaci Fairtrade. To jim zajistí minimální cenu, která pokryje výrobní náklady a zajistí finanční rezervu na slušný život. Například cena fairtradových banánů se stanovuje s ohledem na skutečnost, že drobní pěstitelé banánů používají méně chemických pesticidů a mají vyšší výrobní náklady kvůli nutnosti ruční práce. Mají také vyšší organizační a dopravní náklady. V roce 2005 byla minimální fairtradová vývozní cena ekvádorských banánů 0,13 dolarů. Podle fairtradového systému musí obchodníci s producenty podepisovat smlouvy, díky kterým mohou dlouhodobě plánovat a mají tak větší zabezpečení.

2. Zajištění slušných mezd pracovníkům na plantážích

Lidé pracující na plantážích dostávají často velmi malou mzdu i přesto, jak je jejich práce náročná. Například na čajových plantážích se údržba obvykle provádí ručně a pracovníci sbírají plodiny celoročně do košů nebo pytlů nesoucích na svých zádech. Práce pod spalujícím sluncem a nošení těžkých košů a pytlů je velmi náročná. Mzda, kterou za práci dostanou závisí na tom, kolik kusů seberou. Některé plantáže se nyní připojily k systému fair trade. Na certifikovaných fairtradových plantážích dostávají pracovníci slušnou mzdu, mají dovoleno vstoupit do odborů a jistotu kvalitního bydlení. Žádné dítě

mladší 15 let nemůže být zaměstnáno. Dostávají „sociální prémie“ díky nimž zajistí svým dětem vzdělání, mohou vybudovat komunitní kliniky, zavést elektřinu do svých domovů, založit malé podniky nebo své peníze investovat.

3. Poskytování „prémii“ pro rozvoj komunit

„Sociální prémie“ jsou obsaženy v cenách certifikovaných výrobků. Prémie jsou vypláceny na komunitní bankovní účet a pečlivě spravovány družstvem nebo „společným orgánem“ zemědělců volených pracovníky a výrobci. Budují a vybavují školy a kliniky, instalují vodní zásobárny, toalety a zlepšují životní prostředí. V St. Vincentu v Návětrných ostrovech se pěstitelé banánů rozhodli použít prémie na pomoc školám, zdravotním sestřím a učitelům. Valle de Chira je banánové družstvo v Peru, které z prémie nakupuje kancelářské počítače, stoly a knihy. Sběrači čajů v Herkulu v Tanzánii, budují kukuřičné mlýny a plánují koupit šicí stroje na zaškolení mladých lidí. Na Srí Lance, v Sivapackiam pracovníci využili prémie na zavedení elektřiny do svých domů. V Nilgiri čajovém statku v jižní Indii, používají dělníci prémie k nastartování penzijního fondu, který zajistí bezpečnost pro ty, již dosáhnout důchodového věku. Kostarické sdružení pěstitelů kávy Coocafé investovalo prémie do vysazování stromů, ekologické výchovy a do malých pozemků, stejně tak jako do zachování místních základních škol a zpřístupnění středních a vysokých škol pro místní mládež.

4. Vyhýbání se obchodům přes „překupníky“ (zprostředkovatele)

Kolik z ceny, kterou zaplatíme za kávu, banány nebo cukr jde tzv. zprostředkovatelům“, jež jsou mezi pěstovateli a spotřebitelem? Zprostředkovatelé hrají v obchodu důležitou roli, ale mohou také zemědělce využívat. Zejména drobné chudé zemědělce, kteří nemají přehled o cenách. Mimo systém Fair Trade existuje příliš mnoho zprostředkovatelů, kteří jsou nazýváni tzv. „překupníky“. Fairtradové produkty se obvykle prodávají přímo z družstev výrobců. Fair Trade minimalizuje a někdy úplně odmítá spolupráci se zprostředkovateli. Bez systému fair trade je prodej pro drobné producenty složitější a nevýhodný, protože překupníci nakupují pokaždé od někoho jiného. Mnoho fairtradových výrobků se vyhýbá nadnárodním korporacím – velkým mezinárodním společnostem, které kontrolují více než dvě třetiny světového obchodu. Díky rostoucímu podílu na trhu je Fair Trade pro tyto obchodní korporace výzvou. Trvání na fairtradových produktech, vysílá jasnou zprávu supermarketům a dalším významným maloobchodníkům.

5. Pomoc nejen lidem, ale i naší planetě

Moderní zemědělství zvýšilo produkci potravin a nápojů, ale často také poškozuje životní prostředí a lidské zdraví. Před mnoha lety se například káva pěstovala hlavně ve stínů stromů a bez použití chemikálií. Ale od roku 1970 mnozí zemědělci přešli na pěstování kávy na slunci s používáním chemických hnojiv a pesticidů. Výsledek? Stromy a volně žijící živočichové zmizeli, zásoby vody se znečistily a lidské zdraví se poškodilo. Není to ale jen otázka pěstování kávy, ale i kakaa, banánů, bavlny a mnoho dalších plodin, které jsou pravidelně stříkány potenciálně nebezpečnými chemikáliemi proti škůdcům a chorobám. Každý rok trpí v rozvojových zemích miliony zemědělských pracovníků otravami z pesticidů. Například Fairtradoví zemědělci banánů v Dominikánské republice organizují pravidelný úklid plastových sáčků používaných k ochraně rostoucích banánů. Ty jsou často nacházeny na farmách, silnicích a řekách. Také zřídili organický systém kompostování.

6. Ochrana dětí

Děti ve věku dvanácti let a více mají podle mezinárodního práva povoleno dělat lehkou práci za předpokladu, že není ohroženo jejich zdraví, bezpečnost nebo vzdělání. Ale miliony dětí na celém světě, mnoho z nich mladších než 10 let, jsou nuceni pracovat dlouhé hodiny a často i v nebezpečném prostředí. Hlavním důvodem dětské práce je chudoba rodiny. Mzdy dospělých lidí jsou často tak nízké, že nestačí na nakrmení a ošacení celé rodiny. Dětská práce ve škodlivých podmínkách je běžná při produkci kávy, kakaa, cukru, ovoce, bavlny, textilu, koberců, šperků, sportovních míčů a dalšího zboží. V Ekvádoru – největší světový vývozce banánů, je dětská práce oficiálně nelegální. Tisíce dětí přesto pracují až dvanáct hodin denně na banánových plantážích, kde jsou vystaveny nebezpečným pesticidům. Některé organizace jako Zachraňte děti (Save the Children) a Protitrokařská organizace (Anti-Slavery International) se snaží o změnu a ochranu dětí. Systém fair trade také pomáhá a umožňuje chudším domácnostem vydělat si na slušné živobytí, tak aby nemuseli posílat své děti do práce. Při koupi potravin, nápojů a dalších produktů, které nesou Fairtradovou známku si můžete být jisti, že děti pod 15 let nebyly nuceni pracovat (dětem je povolena pomoc v lehkém zemědělství nebo řemeslných prací v rodině). Starší děti mohou být zapojeny do práce pouze tehdy, nepoškodí-li to jejich vzdělávání, rozvoj či bezpečnost.

Fairtradová pravidla dělají svět laskavějším a bezpečnějším místem pro děti.

7. Umocňování práv žen a dívek

Víc jak polovina chudých lidí na světě jsou ženy a dívky. Některé ženy pracují více hodin než muži, a to za nižší plat a v horších pracovních podmínkách. V rozvojových zemích navíc většina žen pracuje bez pracovních smluv. Mnoho z nich tak podporuje své rodiny drobným zemědělstvím nebo řemeslnou výrobou. Ženská chudoba jde ruku v ruce s ženskými právy a mocí. Pracovnice nemohou činit rozhodnutí ve věcech, které přímo ovlivňují jejich život. Jedním z cílů Fair Trade je podporovat rozvoj žen, odměnit je za jejich poctivou práci a povzbuzovat je jako vůdce. Fairtradové organizace mají za cíl dát ženám stejné příležitosti jako mužům a starat se o jejich potřeby. Ženy jsou tak obvykle ve výborech, kde rozhodují o využívání „sociálních prémie“.

8. Zvyšování povědomí o obchodním právu

Fairtrade spojuje výrobce v rozvojových zemích s miliony spotřebiteli na západě. Fairtradové organizace v 20 zemích v Evropě, Severní Americe, Austrálii a Japonsku nakupují fairtradové zboží, které nese informační štítek s vysvětlením, jak mohou podpořit chudé lidi. To pomáhá zvyšovat povědomí o podmínkách v rozvojových zemích. Obchodní právo znamená spravedlivý mezinárodní systém založený na pravidlech, které zaručují výhody pro všechny. Mnoho pravidel, dohodnutých na mezinárodní úrovni kontrolují, jak země obchodují navzájem mezi sebou. Předpokladem je otevřené a spravedlivé soutěžení. Bohužel tomu tak vždy není. Pravidla jsou nastavena ve prospěch bohatých zemí a největších firem, bez ohledu na to, jak tvrdě chudší lidé v rozvojových zemích pracují. Výsledkem je bída pro stovky milionů lidí. Hnutí za spravedlivý obchod je podporováno více než 80 britskými organizacemi s více než 9 miliony členy. Naléhají na vlády, aby zajistily chudým zemím nejlepší řešení ukončení jejich chudoby.

9. Navazování nových partnerství – ne vykořisťování

Světový obchod často využívá lidi. Mnoho oblečení, které koupíme na západě je vyrobeno lidmi s nízkými platy, kteří pracují v nepříjemných a někdy nebezpečných oděvních závodech v rozvojových zemích. Většina těchto pracovníků jsou nekvalifikované ženy. Často žijí v přeplněných ubytovnách, pracují bez smlouvy, základního pojištění a jsou nuceny pracovat dlouhé hodiny přesčas. Nehody na pracovišti jsou naprosto běžné. Například farma Oxfam v roce 2006 ohlásila využívání a týrání asijských pracovníků vyrábějící sportovní výstroje pro světové trhy. Fair Trade nabízí opravdové partnerství mezi rozvojovými oděvními dodavateli a maloobchodníky ve vyspělých zemích. Hnutí Fair

Trade se snaží vyjednat standardy nejen pro textilní odvětví, ale i pro ostatní. Společnost People Tree se zavázala k vzájemnému respektu mezi výrobcem, obchodníkem a spotřebitelem. Také k placení spravedlivých cen, rovnému odměňování žen a mužů, zajištění bezpečných pracovních podmínek, zákazu vykořisťování dětí a pomáhání znevýhodněným lidem.

10. Rozšiřování myšlenky fair trade do budoucna

Fairtrade je jedním z úspěšných příběhů. V letech 2000 a 2006 se počet prodaných fairtradových výrobků zvýšil více než 25krát. Původně Fairtrade působil jen v řemeslné výrobě. Pak se rozšířil na kávu a čokoládu. Dnes zahrnuje široký sortiment potravin, nápojů, oblečení, ložního prádla, obuvi, nábytku, květin, koberců, fotbalových míčů, vín, bylinek a ovocných šťáv. Spravedlivější způsob obchodování má obrovský potenciál. Mohlo by všechno, co kupujeme a všechno co používáme být fairtradové? Očekává se, že spravedlivý obchod poroste a přibude více vyráběných produktů v rozvojových zemích (Litvinoff & Madeley, 2007).

Příloha č. 3: Fairtrade standardy pro čerstvé ovoce pro malé producentské organizace

FAIRTRADE STANDARD PRO ČERSTVÉ OVOCE PRO MALÉ PRODUCENTSKÉ ORGANIZACE

Aktuální verze: 01. 05. 2011

Očekávané datum další revize: 2016

Kontakt pro komentáře: standards-pricing@fairtrade.net

Pro další informace a standardy stahujte: www.fairtrade.net/standards.html

1. Obecné požadavky

Záměr a rozsah

Všichni provozovatelé, kteří vlastní fairtradové certifikované výrobky a/nebo manipulují s fairtradové cenou a prémiei jsou auditováni a certifikováni.

Tato kapitola se vztahuje na držitele certifikátu.

Tyto standardy se vztahují na nákup a prodej čerstvého ovoce v jejich základní podobě. To zahrnuje čerstvé ovoce na vývoz a čerstvé ovoce na prodej na další zpracování. Pro sekce v rámci certifikace a sledovatelnosti (pouze), standardy pokrývají také všechny zpracované produkty a deriváty. Standardy také pokrývají jejich sekundární produkty a deriváty. Definice sekundárních produktů je zahrnuta v Příloze 1 Obecných obchodních standardů. Nekompletní seznam produktů odpovídající definici sekundárních produktů je publikován na webové stránce Fairtrade International.

Pro vinné hrozny

Standard zahrnuje také na veškeré zpracované produkty.

1.1 Certifikace

1.1.1 Novinka 2018 pro banány: omezení velikosti pozemků

Maximální velikost pozemku, kde se pěstují banány je rovna nebo větší než 30 hektarů.

1.2 Etiketování a balení

Zde nejsou žádné další požadavky.

1.3 Popis produktu

Za fairtradové čerstvé ovoce jsou považovány všechny druhy čerstvého ovoce, pro které je stanovena fairtradová cena.

Citrusové ovoce zahrnuje rod *Rutaceae* a zahrnuje různé druhy ovoce jako: pomeranče, mandarinky, klementinky, satsumy, citrony, limetky a grapefruity

Pro „měkké ovoce“ existuje specifický popis produktu. „Měkké ovoce“ odazuje na citrusové plody pěstované z druhu *Citrus reticulata* Blanco. Tyto plody zahrnují satsumy (*Citrus unshiu* Marcow) klementinky (*Citrus clementina* Hort. Ex Tan.), mandarinky (*Citrus deliciosa* Ten. A *Citrus tangerine* Hort. Tan.) a jejich hybridy.

„Pomeranče na džusy určené ke zpracování ve spotřebitelských zemích“ jsou definovány jako pomerančové šťávy, které se prodávají a mají být vyvezeny do spotřebitelské země a následně v této zemi zpracovány na šťávy.

Pro „listnaté ovoce“ také existuje specifický popis produktu. Listnaté stromy jsou stromy, které kvetou na jaře a v létě a na podzim ztrácí všechny své listy

Vinné hrozny jsou plody *Vitis vinifera* L. vine.

1.4 Ostatní produktové požadavky

1.4.1 Pro banány: nároky na kvalitu

V přístavu nakládky mohou spojovatelé odmítnout tu část přepravy, která není v souladu s definicí jakosti, jak je popsáno ve smlouvě mezi dvěma stranami.

Dovozce může uplatnit nárok při problému s kvalitou do 48 hodin po příplutí do přístavu určení. Do 1 pracovního dne, musí být žádost předána prodejci. Ve všech případech může kupující uplatnit nárok jen vůči prodávajícímu v případě, že kupující může prokázat, že za vady nemůže. Výrobci nemohou být odpovědní za dodatečné náklady vyplývající z dopravy nebo z manipulací zásilek a jejich vady, které by byly za normálních okolností zjištěny již v přístavu nakládky nebo v přístavu určení. Některé defekty, zejména hniloba, plíseň atd. se vyskytují poté, co loď opustí přístav nakládky. V těchto případech může být ovoce odmítnuto v přístavu určení.

Oprávněná kontrola kvality v zemi určení

Oprávněná strana (kupující a / nebo dozrávání banánů), musí usnadnit tuto kontrolu do 5 dnů poté, co prodávající obdrží kvalitní nárok.

V případě, že prodávající nereaguje na zprávě o kvalitě ve stanovené lhůtě kupující (nebo dozrávání banánů), lze předpokládat, že prodávající přijímá odmítnutí ovoce.

1.4.2 Pro banány: Sdílení rizik v důsledku výpadků v prodeji

Část žádné zásilky nemůže být prodána V případě součást každé zásilky nemůže být prodáván jako Fairtrade v důsledku výpadků ve objednávkách od klientů Fairtrade plátce, Fairtrade může plátce uplatnit "non-Fairtrade podmínky" jak je uvedeno ve smlouvě o ovoce až do výše 10 % objemu zásilky. Veškeré finanční ztráty vztahující se k výpadkům nad toto procento musí být převzaty plátců Fairtrade

1.4.3 Pro banány: Non-Fairtrade-Sales

Fairtrade Plátce je povoleno pouze, že zaplatí producentovi za "non-Fairtrade podmínek" v případě krátkých klesajícího odbytu (viz 1.4.2 nástroje pro sdílení rizik v důsledku výpadků v oblasti prodeje), a případ problémů s kvalitou (viz 1.4.1 kvality Claims).

Ovoce vyplácí podle non-Fairtrade podmínek nesmí být prodáván jako Fairtrade. Provozovatelé musí jasně identifikovat ovoce jako "non-Fairtrade" na veškerou dokumentaci, nicméně Fairtrade odkazy na výrobku a balení mohou být drženy beze změny. Ovoce nemůže být prodán klientům (například maloobchodníci), které se zabývají banánů se značkou Fairtrade.

2. Obchod

Záměr a rozsah

Tato kapitola popisuje požadavky, které musí dodržovat prodejci Fairtrade výrobků.

Tato kapitola se vztahuje na Fairtrade produkt.

2.1 Sledovatelnost

2.1.1 Pro banány

Pro sledovatelnost každé krabice musí každá z nich uvádět balírnu, datum balení a identifikaci jednotlivých členů malé producentské organizace.

Pro pomeranče na šťávu

Procesor/vývozce musí vést záznamy o nakoupených a zpracovaných objemech pomerančů na šťávu z každé producentské organizace, datum dodání, množství 'prodáného pomerančového džusu.

2. 2 Složení výrobku

Zde nejsou žádné další požadavky.

2.3 Kontrakty

2.3.1 Kontrakty mezi producenty a kupujícími musí obsahovat následující informace:

- Provozovatelské FLO identifikační číslo, odkaz na Fairtrade je nedílná součást smlouvy, datum smlouvy, doba trvání zakázky, popis výrobku, specifikace kvality jednotlivých výrobků, specifické fairtradové ceny a prémie na každý produkt, dodací podmínky, objemy fairtradových produktů (minimální a maximální nebo stálý objem na týdenní bázi), odkaz na zdrojové plány, popis fungování systému objednávek, popis odpovědnosti jednotlivých stran a kontrola kvality a postup při reklamaci, popis mechanismů při řešení konfliktů, popis pre-finančních mechanismů nebo dohod.

Pro banány, smlouva mezi výrobcem a kupujícím musí obsahovat tyto další položky:

odpovědná strana zaplatí Fairtrade cenu a prémii vůči producentům, odkaz na plán získávání, včetně prahové hodnoty, při jejímž překročení lze zrušit závazek s minimálním objemem (% z ceny ovoce, které nesplňují požadavky na kvalitu), požadovaná minimální hmotnost s realistickým faktorem k dehydrataci pro každý produkt, pokud je to možné: odkaz na další nebo speciální obalové materiály a služby a související náklady nezahrnuté do Fairtrade minimální ceny (např "clusterbags" nebo "parafilmem ",), non-Fairtrade platební podmínky a další cenový mechanismus v případě krátkodobého klesajícího odbytu a problémy s kvalitou pro každý výrobek, pravidla pro mrtvý náklad, odpovědný subjekt pro značení výrobků

Pro **vinné hrozny**, nejsou přidáné žádné požadavky.

3. Produkce

Záměr a oblast působnosti

Tato kapitola popisuje etnické a udržitelné výrobní postupy, které stojí za každým Fairtrade produktem.

Tato kapitola se vztahuje na Fairtradové produkty.

3.1 Řízení výrobních postupů

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

3.2 Ochrana životního prostředí

3.2.1 **Platí pro banány:** Vy nebo vaši členové, kteří používají herbicidy ve výrobním procesu, musí implementovat tyto prvky integrovaného přístupu k řízení plevel:

- Znalost plevelů, které ovlivňují produktivitu plodin a podmínek, které favorizují a brání rozvoji plevelů.

- Znalost části polí, kde je plodina postižená plevelely

- Prevence šíření plevelů non-chemickými prostředky (pracovní síly, mechanické nebo termické prostředky)

- Využití alternativních kontrolních technik, hnojí nebo krycí plodiny za účelem kontroly a snížení plevele.

- Aplikace herbicidů musí být zaměřena na oblasti, kde jsou přítomny plevele a kde mají vliv na úrodu.

- Zákaz používání herbicidů v kanálech, v nárazníkových zón ochrany řeky nebo povodí a v chráněných nebo s vysokou ochrannářskou hodnotou areas 1 nebo v nárazníkových zón určených k ochraně zdraví lidí.

Pokyny: Doporučuje se otáčet účinné látky.

3.3 Pracovní podmínky

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

4. Obchod a rozvoj

Záměr a rozsah

Tato kapitola popisuje požadavky, které jsou specifické pro Fairtrade a pokládá základy na posílení producentů a rozvoj. Tato kapitola se vztahuje na držitele certifikátu.

4.1. Udržitelný obchod

4.1.1 Fairtradový plátcí musí zajistit plány pro zajišťování zdrojů buď na sezónu (pro sezónní ovoce) nebo na čtvrtletí (pro celoroční plodiny). Plány musí být obnoveny minimálně dva týdny před tím, než vyprší.

Pro vinné hrozny

Plány musí zahrnovat každoroční úrodu. Plány musí být obnoveny minimálně 3 měsíce před tím, než vyprší.

Pro banány

Dodavatelské plány musí určit celkové očekávané nákupy banánů se značkou Fairtrade a zdrojů (výrobce), od které je hodlá získat. Z dodavatelského plánu vyplývá povinnost kupujícího koupit alespoň minimální objem zadaný během čtvrtletí. Tato povinnost se zruší, pokud během čtvrtletí, ovoce nesplňuje požadavky na kvalitu kupujícího, jak je uvedeno ve smlouvě. V rámci smlouvy, objednávky na každou zásilku jsou umístěny následujícím způsobem: Objemy, které mají být dodávány je nutné objednat písemně alespoň 5-10 pracovních dní (podle zvyklostí ve výrobním zemi) před dnem, kdy nakládací lodi je plánováno.

4.2. Předběžné financování

Podmínky jsou sjednány mezi producentem a fairtradovým plátcem a jsou zahrnuté ve smlouvě.

Pro vinné hrozny

Na žádost producenta musí fairtradový plátec provést až do výše 60 % hodnoty zakázky v rámci předběžného financování kdykoliv po uzavření smlouvy. Předběžné financování musí být k dispozici nejméně šest týdnů před odesláním.

4.3 Stanovení ceny

4.3.1 Fairtrade minimální ceny (FMP) a úrovně Fairtrade Premium pro produkty Fairtrade jsou publikovány odděleně od standardů produktů.

Vymezení cenových hladin pro banány:

Ex Works úrovní je definován jako místo, kde výrobce paletuje banány a banány nejsou odbavené pro vývoz, a ne v každém sběrném vozidle načten. Na úrovni ze závodu, ceny zahrnují náklady na pracovní sílu pro výrobu obalů (včetně paletizace) pouze k přípravě banány pro načtení na sběrné vozidlo (nákladní či jiné nádoby). Ceny výrobního závodu nezahrnují žádný druh obalového materiálu.

Náklady na tyto standardní balení a paletizační materiály jsou pokryty vývozcem. Nicméně, služby vztahující se k balení (mzdové náklady) na výše definovaného standardu obalového materiálu je zahrnuta v cenách producenta.

Pro manga ze všech zemích, pro manga z Haiti, pro manga ze Západní Afriky a z Ghany, pro stolní hrozny z Namibie a Jižní Afriky, pro jablka na zpracování z Pákistánu, pro jablka a hrušky z Jižní Ameriky, pro ananasy, pro stolní hrozny z Chile, pro pomeranče na šťávu.

4.3.2 Sekundární produkty

Nejsou stanoveny fairtradové minimální ceny pro sekundární produkty a jejich deriváty. Prodejci výrobku a jeho další kupující musí vyjednat ceny pro sekundární produkty a jejich deriváty. Výchozí fairtradová prémie 15 % ze sjednané ceny musí být zapláceno navíc. Fairtrade International si vyhrazuje právo, stanovit fairtradové minimální ceny pro sekundární produkty a jejich deriváty v budoucnu.

4.3.3 Platební podmínky

Je-li ovoce přijato dovozcem po inspekci v přístavu určení, musí být platba provedena do sedmi dnů od doručení zásilky na místo určení. Pro nákupy uskutečněné na farmě, musí být platba provedena po obdržení produkty.

Příloha č. 4: Fairtrade standardy pro květiny a rostliny pro námezdní práci a obchodníky

FAIRTRADE STANDARD PRO KVĚTINY A ROSTLINY PRO NÁMEZDNÍ PRÁCI A OBCHODNÍKY

Aktuální verze: 01. 05. 2011

Očekávané datum další revize: 2016

Kontakt pro komentáře: standards.pricing@fairtrade.net

Pro další informace a standardy stahujte: www.fairtrade.net/standards.html

1. Obecné požadavky a závazky k Fairtrade

Záměr a rozsah

Všichni provozovatelé, kteří vlastní fairtradové certifikované výrobky a/nebo manipulují s fairtradové cenou a prémiei jsou auditováni a certifikováni.

Tato norma se vztahuje na nákup a prodej fairtradových květin a rostlin.

Standard také popisuje jeho sekundární produkty a jejich deriváty.

Neúplný seznam produktů spadajících do definice sekundárních produktů je zveřejněn na internetových stránkách Fairtrade International.

Tato kapitola se vztahuje na držitele certifikátu.

1.1 Certifikace

1.1.1 Vedení musí pravidelně sebehodnotit svou účinnost při implementování fairtrade. Vedení musí usilovat o vnější pomoc v případě, že implementace Fairtrade není dostatečně efektivní. Podle tohoto způsobu, zjištění a doporučení v rámci sebehodnocení musí být vše zdokumentováno a zpřístupněno certifikačnímu orgánu.

Certifikační orgán:

- kontroluje sebehodnocení společnosti
- může uložit další akce, pokud je to nutné
- může stanovit pokyny ukazatele pro sebehodnocení a hodnocení výsledků

1.2 Označování a balení

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

1.3 Popis produktu

Fairtradové květiny a rostliny jsou pěstovány ve sklenících nebo na otevřených plantážích.

Fairtradové standardy pro květiny a rostliny se vztahují na následující skupiny produktů:

Fairtradové řezané květiny zahrnují poupata čerstvě sklizené květiny pro dekorativní účely. Nezahrnují kořeny, ovoce nebo půdu, která je spojována s řezanými květinami. Fairtradové řezané květiny mohou být čerstvé, sušené, bělené, barvené, napuštěné nebo jinak upravené.

Fairtradové výplně do kytic (někdy nazývané greeny nebo řezané listoví) zahrnují větvičky, větve a jiný dekorační materiál z rostlin. Fairtradové výplně se obvykle neprodávají konečnému spotřebiteli samotné, jsou používány jako dekorativní doplněk do kytic při aranžování květin. Mohou být čerstvé, sušené, bělené, barevné, napuštěné nebo jinak upravené.

Fairtradové rostliny zahrnují hrnkové rostliny a sazenice, které jsou pěstované pro dekorativní účely, udržované jako živé rostliny a prodávané konečnému spotřebiteli s kořeny. Fairtradové rostliny mohou být obchodovatelné v hotové fázi (připravené k prodeji).

Fairtradové cibulky (zahrnují hlízy, hlízovité kořeny a oddenky) lze považovat za fairtradové rostliny, pokud jsou prodávány spotřebiteli jako hotový výrobek.

Fairtradový mladý rostlinný materiál je rostlina nebo materiál z rostliny, který je produkován fairtradovými producentními organizacemi a které dále rostou ve spotřebitelských zemích a prodávány spotřebitelům jako rostliny. Doba potřebná k výrobě mladého rostlinného materiálu (množení a růst matečné rostliny) je delší než doba potřebná pro pěstování rostlin z mladého rostlinného materiálu ve fázi konečného stupně. Fairtradový mladý rostlinný materiál obsahuje:

- **mladé rostliny**
- **rostlinné odřezky** (kořenovité a nekořenovité)
- **rákosí**

Poskládané produkty prezentované spotřebitelům:

Jednotlivé stonky řezaných květin, jsou řezané květiny prodávané konečným spotřebitelům za kus

Svazky květin, jsou skupiny řezaných květin stejného druhu nebo řezané listy úzce shromážděné.

Kytice, je ozdobně uspořádaná kytice složená z řezaných květin (stejně nebo různé druhy) s nebo bez výplní.

Rostliny mohou být prodávány od kusu nebo ve svazcích v cílové zemi.

Další definice:

Stonek je jednotka řezané květiny nebo řezané zeleně.

Druh (květin nebo výplní) se vztahuje na druhy (například *Gypsophila paniculata*) nebo na komerční odrůdy (například standardní nebo sprejované karafiáty), kde existuje několik komerčních odrůd, které patří ke stejnému druhu.

1.4. Další požadavky na produkt

Všechny květiny a rostliny, které se prodávají jako fairtradové, musí být certifikované fairtrade. Pro bukety platí, že 100 % jejich částí musí být certifikované jako fairtrade.

2. Sociální rozvoj

Záměr a rozsah

Tato kapitola popisuje požadavky, které jsou specifické pro Fairtrade a hodlá položit základy pro posílení producentů.

2.1. Řízení fairtradových premií

2.1.1 Prémiový výbor Fairtrade (FPC) musí pravidelně provádět sebehodnocení své účinnosti při provozu správy premií. Dále musí požadovat vnější pomoc v případě, že odpovědnost Fairtrade není dostatečně efektivní. Všechny způsoby, doporučení a sebehodnocení musí být zdokumentováno a zpřístupněno certifikačnímu orgánu.

2.1 Budování kapacit

Neexistují žádné další požadavky

3. pracovní podmínky

Záměr a rozsah

Tato kapitola má v úmyslu zajistit dobré pracovní podmínky pro zaměstnance. Pracovníci jsou definováni jako všichni, i migrující osoby, dočasné, sezónní i stálí zaměstnanci. Není omezeno ani na pracovník v terénu a zahrnuje i pracovníky, kteří pracují ve správě společnosti. Nicméně termín je omezen na personál, který může být sdružený.

3.1 Nediskriminace

Není dovoleno ukončit pracovní poměr ženy během těhotenství nebo na mateřské dovolené, s výjimkou důvodů nesouvisejících s těhotenství nebo narozením dítěte a jeho důsledky ošetřování. Aby se předešlo diskriminaci, zaměstnavatel zaručuje, že těhotné ženy udrží na stejné pozici a po návratu z mateřské dovolené jim místo zůstane.

3.2 Svoboda práce

Žádné další požadavky.

3.3 Dětská práce a ochrana dětí

Žádné další požadavky

3.4 Svoboda sdružování a kolektivního vyjednávání

Žádné další požadavky

3.5 Podmínky zaměstnání

3.5.1 Dovolená za kalendářní rok musí být nejméně 3 týdny placené dovolené

3.5.2 Platba se provádí pravidelně, včas, v zákonném platidle a je řádně zdokumentováno.

3.5.3 Zaměstnavatel musí zajistit, aby pracovníci byly zahrnuti v příslušném státě nebo v soukromém systému sociálního zabezpečení, pokrývající alespoň invalidity a zranění při práci, nemoci z povolání, mateřské a dávky ve stáří.

3.5.4 Zaměstnavatel zajistí, aby jeho zaměstnanci obdrželi bydlení nebo měli přístup k dopravě zdarma, tam kde není doprava ani bydlení v dostatečném množství a kvalitě.

3.6 Bezpečnost a ochrana zdraví

ILO úmluva 155 a další mezinárodně uznávané standardy ochrany zdraví a bezpečnosti, které pokrývají nakládání s pesticidy a chemikáliemi.

3.6.1 Zaměstnavatel musí zajistit, aby všichni pracovníci měli k dispozici pravidelné lékařské prohlídky na náklady zaměstnavatele.

3.6.2 Všichni pracovníci manipulující s agrochemikáliemi dochází na lékařská vyšetření lékařem každé 3 měsíce na náklady zaměstnavatele a výsledky šetření musí být sděleny pracovníkovi ve srozumitelné podobě. Společnost nesmí dovolit, aby člověk pracoval s agrochemikáliemi, pokud lékař dospěje na základě lékařských prohlídek k narušení zdraví a není tak vhodné, aby pokračoval v práci s nebezpečnými látkami.

3.6.3 Společnost zajišťuje, že každý rok reprezentativní skupina pracovníků pracujících jako námezdní síla s fairtradovými květinami a rostlinami při pěstování, sklizni a dokončovacích činnostech, se podrobí lékařskému vyšetření u lékaře.

3.6.4 Zdravotní stavy, které vyžadují zákroky na ochranu zdraví zaměstnance, musí být odsouhlaseny zaměstnancem a musí být hlášeny a provedeny s vědomím ze strany zaměstnavatele.

3.6.5 Trpí-li osoba onemocněním nebo pracovním úrazem, společnost zajistí, aby obdržel vhodnou léčbu a odškodnění.

3.6.6 Zaměstnavatel musí poradit, informovat a školit pracovníky a jejich zástupce v otázkách bezpečnosti a ochrany zdraví. Informační a vzdělávací kurzy se musí konat pravidelně (alespoň jednou za 12 měsíců).

3.6.7 Zaměstnavatel musí respektovat právo pracovníků vzdálit se od nebezpečí vyplývající z jejich pracovní činnosti, pokud mají rozumné zdůvodnění a domnívají se, že pro ně existuje bezprostřední a vážné riziko pro jejich bezpečnost a zdraví. V tomto případě musí své nadřízené o problémech informovat.

3.6.8 Zaměstnavatel se zavazuje, že zabezpečí vhodné opatření, aby zajistil, že děti pracovníků nejsou vystaveny nebezpečným materiálům.

3.6.9 Společnost musí zajistit, aby zaměstnanci bezplatně používaly vhodné nástroje v čisté uniformy.

3.6.10 Pracovníci musí být chráněni před kontaminací s pesticidy. Aplikace pesticidů ve sklenících je přísně zakázána, pokud jsou uvnitř nechráněni pracovníci.

3.6.11 Po postřiku pesticidy musí být dodržovány intervaly opětovného postřiku.

3.6.12 V případě, že obchody a jídelny nejsou k dispozici, musí firma zajistit pracovníkům a jejich rodinám přístup k dostatečnému množství potravin.

4 Rozvoj životního prostředí

4.1 Použití posklizňových pesticidů musí být v souladu s bezpečnostními pokyny výrobce.

4.2 Použití posklizňových pesticidů k prodloužení životnosti květín ve vázách musí být v souladu s bezpečnostními pokyny výrobce.

4.3 Společnost musí chránit životní prostředí u obytných domů pracovníků námezdní síly pracujících s fairtradovými květinami a rostlinami a jejich farmu a okolí od škodlivých vlivů.

4.4 (**Novinka 2014**) Nejméně 20 % z objemu růstového materiálu použitého pro fairtradové rostliny musí být z alternativních zdrojů. Tento požadavek platí pouze pro obchodníky.

4.5 (**Novinka 2014**) Společnost nesmí používat materiály uvedené v PML části Fairtrade International. Pouze pesticidy registrované pro použití v této zemi mohou být použity na fairtradové rostliny. Tento požadavek platí pouze pro obchodníky.

5. Obchod

Záměr a rozsah

Tato kapitola popisuje požadavky, které provozovatelé musí splnit, pokud prodávají fairtradové květiny a rostliny vypěstované pomocí námezdních pracovních sil.

5.1 Sledovatelnost

Žádné další požadavky.

5.2 Zajištění zdrojů

5.2.1 Plány na zajištění zdrojů se musí vztahovat na období minimálně 6 měsíců. Tyto plány musí být obnoveny minimálně 3 měsíce před tím, než vyprší.

5.2.2 V prvním roce nového obchodního vztahu, musí fairtradový plátce zakoupit nejméně 50 % z fairtradového objemu podle plánu na zajištění zdrojů. V následujících letech je třeba zakoupit alespoň 75 % z objemu fairtrade, jak je uvedeno v plánech.

5.2.3 V případě, že fairtradový plátce nakupuje méně než objemy uvedené v požadavku 5.2.2 je fairtradový plátce povinen informovat písemně o situaci certifikační orgán a poskytnout důkazy.

5.3 Smlouvy

5.3.1 Požadavky fairtradových standardů zde neplatí. Pro květiny a rostliny, lze plány na zajištění zdrojů považovat za smlouvy mezi výrobcem a kupujícím. Musí obsahovat indikátory kvality, ceny, platební podmínky, dodací podmínky a předpokládaný objem.

5.2.3 Konečné objednávky musí být potvrzeny písemně (například e-mailem nebo faxem).

5.4 Předběžné financování

5.4.1 Požadavky fairtradových standardů zde neplatí. Objednávky musí být písemně potvrzeny.

5.5 Cena a platební podmínky

Fairtradové minimální ceny a úrovně fairtradových prémie pro fairtradové produkty jsou publikovány odděleně od standardů.

5.5.1 Cena je dohodnuta mezi prodávajícím a kupujícím.

5.5.2 Neexistují žádné fairtradové minimální ceny pro sekundární produkty a jejich deriváty. Prodejci produktů a další kupující musí vyjednat ceny pro tyto sekundární produkty a jejich deriváty. Výchozí fairtradové prémie 15 % ze sjednané ceny musí být zaplacený navíc. Fairtrade International si vyhrazuje právo stanovit fairtradové minimální ceny pro sekundární produkty a jejich deriváty v budoucnu.

5.5.3 Platba musí být v hotovosti a součástí musí být dokumenty pro prezentování produktu. Dokumenty, které mají být předloženy budou stanovené ve smlouvě.

5.5.4 U přímých zakázek zahrnujících fairtradové plátce a producenty, musí být platba provedena v souladu s mezinárodními obvyklými podmínkami, a to nejpozději do 15 dnů od obdržení dokumentů k převodu vlastnictví.

Příloha č. 5: Fairtrade standardy pro čerstvé ovoce pro námezdní práci a obchodníky

FAIRTRADE STANDARD PRO ČERSTVÉ OVOCE PRO NÁMEZDNÍ PRÁCI A OBCHODNÍKY

Aktuální verze: 01. 05. 2011

Očekávané datum další revize: 2016

Kontakt pro komentáře: standards-pricing@fairtrade.net

Pro další informace a standardy stahujte: www.fairtrade.net/standards.html

1. Obecné požadavky a závazky k Fairtrade

Záměr a rozsah

Všichni provozovatelé, kteří vlastní fairtradové certifikované výrobky a/nebo manipulují s fairtradové cenou a prémiei jsou auditováni a certifikováni.

Tato norma se vztahuje na nákup a prodej fairtradových květin a rostlin.

Tento standard se vztahuje na nákup a prodej čerstvého ovoce v jeho základní podobě. To zahrnuje čerstvé ovoce na vývoz a čerstvé ovoce na prodej na další zpracování s výjimkou sušení. Čerstvé ovoce na sušení je přípustné pro banány pro všechny regiony, ananas, papáju, mango z Ghany, jablka, švestky, hrušky, tomely, meruňky a broskve z Jižní Afriky.

Standard také popisuje jeho sekundární produkty a jejich deriváty.

Neúplný seznam produktů spadajících do definice sekundárních produktů je zveřejněn na internetových stránkách Fairtrade International.

Tato kapitola se vztahuje na držitele certifikátu.

1.1 Certifikace

Zvláštní pravidlo pro Brazílii (s výjimkou čerstvých banánů)

1.2 Označování a balení

Žádné další požadavky.

1.3 Popis produktu

Shoduje se s kapitolou 1. 3 Popis produktu u Fairtrade standardu pro čerstvé ovoce pro malé producentské organizace

1.4 Ostatní produktové požadavky

Shodují se s kapitolou 1.4 Ostatními produktovými požadavky u Fairtrade standardu pro čerstvé ovoce pro malé producentské organizace.

2. Sociální rozvoj

Záměr a rozsah

Tato kapitola popisuje požadavky, které jsou specifické pro Fairtrade a hodlá položit základy pro posílení producentů.

2.1 Řízení fairtradových prémie

2.1.1 Zprávy o prémiech (vztahují se pouze na banány): Zprávy o využití fairtradových prémiech pro každý fairtradový projekt musí obsahovat minimálně tyto informace:

- a) Počáteční zpráva pro projekty ve fázi plánování (název a popis projektu, cílová skupina, odhadovaný počet příjemců, rozpočet projektu, zahájení a ukončení, datum schválení projektu)
- b) Následná zpráva o probíhajících projektech, kromě informací uvedených pod bodem a) (investované prémie, postup projektu, příjmy, hlavní problémy)
- c) Závěrečná zpráva hotových projektů, kromě informací uvedených pod body a) a b) (cílová skupina a počet příjemců, celkový rozpočet, zhodnocení účelu a cíle, kterého bylo dosaženo)

2.2 Budování kapacit

Žádné další požadavky.

3. Pracovní podmínky

Žádné další požadavky.

4. Rozvoj životního prostředí

4.1 Vztahuje se **pouze na banány**: Omezení používání herbicidů ve výrobním procesu.

5. Obchod

Záměr a rozsah

Tato kapitola popisuje požadavky, které jsou specifické pro Fairtrade a hodlá položit základy pro posílení producentů.

Tato kapitola se vztahuje na fairtradové produkty.

5.1 Sledovatelnost

5.1.1 Pro banány: Pro sledovatelnost každé krabice musí každá z nich uvádět balírnu, datum balení.

5.1.2 Pro pomeranče na šťávu: Procesor/vývozce musí vést záznamy o nakoupených a zpracovaných objemech pomerančů na šťávu z každé producentské organizace, datum dodání, množství 'prodaného pomerančového džusu.

5.2 Zajištění zdrojů

5.2.1 Fairtradoví plátcí musí zajistit plány na zajištění zdrojů buď na sezónu (pro sezónní ovoce) nebo čtvrtletí (pro celoroční plodiny). Tyto plány musí být obnovovány minimálně dva týdny před tím, než vyprší.

5.2.2 Pro vinné hrozny: Plány na zajištění zdrojů se musí týkat každoroční úrody a musí být obnoveny minimálně 3 měsíce před tím, než vyprší.

5.2.3 Pro banány: Plány na zajištění zdrojů musí specifikovat celkové očekávané nákupy fairtradových banánů a zdroje (producenty) od kterých je v úmyslu je získat.

5.3 Smlouvy

5.3.1 Smlouvy mezi producenty a kupujícími zahrnují specifické informace, které jsou odlišné pro banány, vinné hrozny a pomeranče na šťávy.

5.4 Předběžné financování

5.4.1 Podmínky jsou sjednány mezi producentem a fairtradovým plátcem a jsou zahrnuté ve smlouvě.

5.4.2 Pro vinné hrozny: Na žádost producenta musí fairtradový plátcé provést až do výše 60 % hodnoty zakázky v rámci předběžného financování kdykoliv po uzavření smlouvy.

5.5 Cena a platební podmínky

Fairtradové minimální ceny a úrovně fairtradových prémie pro fairtradové produkty jsou publikovány odděleně od standardů.

5.5.1 Je-li ovoce přijato dovozcem po inspekci v přístavu určení, musí být platba provedena během sedmi dnů po příchodu zásilky na místo určení.

5.5.2 Kapitola zahrnuje vymezení cenových limitů pro banány, 5.5.3 Ex Works ceny banánů, 5.5.4 FOB ceny pro banány, 5.5.5 pro manga, 5.5.6 pro vinné hrozny, 5.5.7 pro stolní hrozny z Namibie a Jižní Afriky, 5.5.8 pro stolní hrozny z Chile, 5.5.9 pro jablka a hrušky z Jižní Ameriky, 5.5.10 pro ananasy, 5.5.11 pro pomeranče na šťávy, 5.5.13 pro sekundární produkty.

FAIRTRADOVÉ ČERSTVÉ OVOCE A KVĚTINY

Dobrý den, jmenuji se Alena Neuwirthová a studuji 3. rokem na Jihočeské univerzitě. Ke své bakalářské práci na téma „Fairtradové ovoce a květiny na českém trhu“ provádím dotazníkové šetření zaměřené na spotřebitele. Výsledky dotazníků poslouží ke zpracování praktické části mé práce. Tímto Vás prosím o vyplnění mého dotazníku.



OVOCE

1. Máte rád/a čerstvé ovoce?
 Rozhodně ANO
 Spíše ANO
 Spíše Ne
 NE (pokračujte otázkou č. 3)
2. Vyberte jeden druh ovoce, který máte nejraději:
 Pomeranč
 Ananas
 Mandarinka
 Banán
 Grapefruit
 Mango
 Hroznové víno
 Avokádo
3. Nakupujete ovoce?
 ANO
 NE (pokračujte otázkou č. 7)
4. Jak často ovoce nakupujete?
 Každý den
 Několikrát za měsíc
 Několikrát do týdne
 Jen sezónně
5. Kde nejčastěji ovoce nakupujete?
 Supermarkety, hypermarkety
 E-shopy
 Specializované prodejny
 Ochody se zdravou výživou
 Jinde
 Tržnice
 /ovoce – zelenina/

6. Uveďte, prosím, do jaké míry jsou pro Vás důležité při výběru ovoce tyto faktory: cena, zeměpisný původ, vzhled, čerstvost, chuť a ekologický původ.

(1 – velmi důležité, 5 – zcela nedůležité)

Cena	1	2	3	4	5
Zeměpisný původ	1	2	3	4	5
Vzhled	1	2	3	4	5
Čerstvost	1	2	3	4	5
Vůně	1	2	3	4	5
Ekologický původ	1	2	3	4	5

7. Které certifikace ovoce znáte? (možnost více odpovědí)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Bio | <input type="checkbox"/> Rainforest Alliance |
| <input type="checkbox"/> Global G.A.P. | <input type="checkbox"/> Žádnou z uvedených |

KVĚTINY

8. Máte rádi květiny?

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Rozhodně ANO | <input type="checkbox"/> Spíše NE |
| <input type="checkbox"/> Spíše ANO | <input type="checkbox"/> NE (pokračujte otázkou č. 10) |

9. Vyberte jeden druh řezaných květin, který máte nejraději:

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Gerbera | <input type="checkbox"/> Karafiát |
| <input type="checkbox"/> Růže | <input type="checkbox"/> Jiné |
| <input type="checkbox"/> Lilie | |

10. Nakupujete květiny?

- | | |
|------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ANO | <input type="checkbox"/> NE (pokračujte ot. č. 14) |
|------------------------------|--|

11. Jak často květiny nakupujete?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Několikrát týdně | <input type="checkbox"/> Příležitostně (svátky, narozeniny, Valentýn...) |
| <input type="checkbox"/> Několikrát za měsíc | |

12. Kde květiny nejčastěji kupujete?

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Supermarkety, hypermarkety | <input type="checkbox"/> E-shopy |
| <input type="checkbox"/> Květinářství | <input type="checkbox"/> Jinde |
| <input type="checkbox"/> Tržnice | |

13. Uved'te, prosím, do jaké míry Vás při výběru květin ovlivňují tyto faktory: Cena, zeměpisný původ, vzhled, čerstvost, vůně, ekologický původ.

(1 – velmi důležité, 5 – zcela nedůležité)

Cena	1	2	3	4	5
Zeměpisný původ	1	2	3	4	5
Vzhled	1	2	3	4	5
Čerstvost	1	2	3	4	5
Vůně	1	2	3	4	5
Ekologický původ	1	2	3	4	5

14. Znáte některé certifikace květin? (možnost více odpovědí)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Florverde | <input type="checkbox"/> Kenya Flower Council |
| <input type="checkbox"/> Fairness in Flowers | <input type="checkbox"/> Žádnou z uvedených |

FAIR TRADE

15. Se kterým tvrzením o fair trade nejvíce souhlasíte?

- A) Pojem fair trade znám velmi dobře
- B) Pojem fair trade znám
- C) O fair trade jsem jen slyšel/a, ale příliš o něm nevím
- D) Fair trade neznám

U odpovědí C) a D) si, prosím, přečtete text na konci dotazníku a pokračujte ot. č. 27 pod ním.

16. Označte, prosím, které místo máte nejvíce spojené s prodejem fairtradových produktů

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Supermarkety, hypermarkety | <input type="checkbox"/> Fairtrade kavárny |
| <input type="checkbox"/> Prodejní automaty | <input type="checkbox"/> Specializované e-shopy |
| <input type="checkbox"/> Fairtrade obchůdky (Jeden svět, NaZemi, Fair&Bio) | <input type="checkbox"/> Obchody zdravé výživy |
| | <input type="checkbox"/> Ostatní |

FAIRTRADOVÉ OVOCE A KVĚTINY

17. Máte povědomí o systému fair trade ve spojení s ovocem a květinami? (více odpovědí)

- ANO, vím o fairtradovém ovoci.
- ANO, vím o fairtradových květinách.
- NE, nikdy jsem o fairtradovém ovoci a květinách neslyšel/a.

18. Nakoupil/a jste někdy ovoce či květiny s označením Fairtrade na českém trhu nebo v zahraničí?

- ANO, ovoce.
- ANO, květiny.
- NE

19. Pokud jste nakoupil/a ovoce či květiny s označením Fairtrade, uveďte, prosím, o jaký druh se jednalo a kde jste ho koupili.

.....

Fairtradové ovoce a květiny jsou na českém trhu velmi málo dostupné. Následující otázky zkoumají, zda byste o tyto produkty měl/a zájem v případě, že by se u nás více rozšířily.

20. Zakoupil/a byste fairtradové ovoce?

- Rozhodně ANO
- Spíše ANO
- Spíše NE
- NE

21. Zakoupil/a byste fairtradové květiny?

- Rozhodně ANO
- Spíše ANO
- Spíše NE
- NE (pokračujte ot. č. 21)

22. Z jakého důvodu byste nakupoval/a fairtradové ovoce/květiny? (Zaškrtněte max. 2 odpovědi)

- Lepší kvalita (chuť, vůně...)
- Ohled na životní prostředí
- Nesouhlasím s dětskou prací a nedůstojnými pracovními podmínkami
- Chci pro pěstitele spravedlivou cenu
- Podpora komunit (vzdělávání, infrastruktura)
- Jiné důvody

23. Proč byste nenakupoval/a fairtradovém ovoce/květiny? (Zaškrtněte max. 2 odpovědi)

- Vysoká cena
- Nedůvěra ve fair trade
- Nedostupnost
- Nezajímá mě to
- Nevím, kde nakupovat
- Jiné důvody

24. Měl/a byste zájem se zúčastnit Férové snídane, při příležitosti Světového dne pro fair trade? (více informací o Férové snídani na webu www.ferovasnidane.cz)

- ANO
- NE

ZÁKLADNÍ OSOBNÍ ÚDAJE

25. Pohlaví:

- Muž Žena

26. Věk:

- Do 18 let 36–49 let
 19–26 let 50–64 let
 27–35 let 65 let a více

27. Nejvyšší dosažené vzdělání:

- Základní Vyšší odborné (VOŠ)
 Odborné s výučním listem Vysokoškolské
 Středoškolské (s maturitou)

28. Společenský status:

- Student Na mateřské/rodičovské dovolené
 Zaměstnanec Nezaměstnaný
 OSVČ
 Důchodce

Otázka č. 29 a tento text jsou určeny pro ty již vybrali odpovědi C) a D) u otázky č. 15.

Fairtrade je způsob obchodu, který podporuje znevýhodněné pěstitele, řemeslníky a zaměstnance z Afriky, Asie a Latinské Ameriky. Nabízí tak spravedlivé obchodní podmínky, možnost vymanit se z chudoby, žít důstojný život. Výrobky s označením Fairtrade prošly spravedlivými a ekologicky šetrnými výrobními podmínkami a jsou tak velmi kvalitní. (Více informací na www.fairtrade.cz)

29. Na základě informací z textu uveďte, zda byste podpořil/a fair trade nákupem výrobků s tímto označením?

- Rozhodně ANO
 Spíše ANO
 Spíše NE
 NE

→ pokračujte otázkou č. 23

