

Průvodce spotřebitele



SDRUŽENÍ ČESKÝCH
SPOTŘEBITELŮ, Z. Ú.
CZECH CONSUMER
ASSOCIATION
www.konzument.cz

SPOTŘEBITELSKÉ DESATERO PRO VÝBĚR KVALITNÍ POTRAVINY

Libor Dupal, Irena Michalová



Na základě čeho se rozhodujeme při výběru potravin?

Spotřebitelské DESATERO vlivů a faktorů, které nás ovlivňují při výběru kvalitních potravin

Kvalita je pojem velmi relativní, každý jedinec ji vnímá odlišně a z osobního – subjektivního pohledu. Potraviny kupujeme prakticky denně, proto se i cítíme být odborníky. A přesto si někdy (a možná často) nedokážeme dostupné informace a své – obvykle mnohaleté – zkušenosti vyhodnotit tak, abychom si vybrali výrobek, který by zcela splnil naše očekávání.

Je celá řada aspektů, které spotřebitel při koupi potravin bere v úvahu. Jeho rozhodování ovlivňují vědomé, ale často i podvědomé aspekty. V této publikaci si chceme formou „desatera“ přiblížit skutečnosti, které mohou spotřebitele ovlivnit při jeho nákupu.

Publikaci tak chceme podpořit náš obecný záměr naplňovaný po řadu let, pomoci spotřebitelům, aby se dokázali lépe rozhodovat na základě složení a kvalitativních ukazatelů potravin a nenechali se ovlivňovat pouze cenou nebo reklamou. Jsme přesvědčeni, že na našem trhu je široká nabídka potravin – od domácích producentů i z dovozu – jak nadstandardních a vysoce kvalitních, tak nepochybně i méně kvalitních. Za naprosto tendenční a zavádějící proto považujeme zlehčující, ba dehonestující invetivu, že naše země je „popelnicí Evropy“. V obrovské škále nabídky nejrůznějších potravin není snadné se orientovat. I touto publikací se SČS snaží podporovat orientaci spotřebitelů na trhu potravin. Jsme si vědomi mnoha aktuálních problémů souvisejících s kvalitou potravin. Je na spotřebiteli, aby je uměl vyhodnotit a aby byla kvalita na trhu lepší a ještě lepší, protože je to spotřebitel, kdo svojí poptávkou nabídku, a tedy i kvalitu na trhu ovlivňuje.

Vydání publikace podpořila ze svého rozpočtu MČ Praha 10, za což děkujeme.
Přednostně je proto tato publikace prezentována právě v Praze 10.



**Městská
část
Praha 10**

OBSAH

- 1 OZNAČENÍ
- 2 ZNAČKY KVALITY
- 3 BALENÍ A VZHLED OBALU
- 4 PŮVOD
- 5 CENA
- 6 MEDIÁLNÍ KAUKY
- 7 MÝTY, BLUDY A FÁMY
- 8 REKLAMA
- 9 ZKUŠENOST
- 10 ???

ISBN 978-80-87719-64-0 (Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.)

Na základě čeho se rozhodujeme při výběru potravin? V následujícím souhrnu nabízíme spotřebitelské **DESATERO vlivů a faktorů, které nás ovlivňují při výběru kvalitních potravin**. Pořadí dále uvedených aspektů není relevantní vzhledem k jejich důležitosti, neboť každý to vidíme trochu jinak. Ale i tomu se budeme v publikaci věnovat.

1 OZNAČENÍ

Na obalu se můžeme setkat s mnoha sděleními, základem je zaměřit se především na složení výrobku. Různé doplňující informace mohou být i matoucí či zavádějící.

Povinnosti, co a jak musí být na baleném výrobku uvedeno, ukládají české a evropské právní předpisy. **Obecně platí, že informace uváděné na potravinách:**

- Nesmějí uvádět spotřebitele v omyl, pokud jde o charakteristiky potravin, nesmějí uvádět účinky nebo vlastnosti, které dotčená potravin nemá, a nesmějí vyvolávat dojem zvláštnosti, zejména výslovným zdůrazňováním přítomnosti nebo nepřítomnosti určitých složek nebo živin, pokud se stejnými charakteristikami vyznačují všechny podobné potraviny.

Příkladem posledně uvedeného je klamavé označení „mléko (máslo, tvaroh, bílý jogurt) neobsahuje konzervační látky“, „neobsahuje barviva“. Na základě takové informace se spotřebitel domnívá, že na trhu může koupit též mléko, máslo, tvaroh nebo bílý jogurt s konzervačními látkami nebo barvivy. To však není pravda, je to klamání spotřebitele, neboť všechny srovnatelné výrobky nesmí takové látky obsahovat a neobsahují je.

- Musí být čitelné, přesné, jasné, spotřebitelům snadno srozumitelné.
- Nesmějí připisovat potravině vlastnosti (nebo na ně odkazovat) umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, a to s výjimkou přírodních minerálních vod a potravin „určených pro zvláštní výživu“, které podléhají zvláštním předpisům.

- Údaje musí být v České republice uvedeny v českém jazyce.

Legislativa stanovuje, které údaje musí být uvedeny povinně – název výrobku, složení, obsah/objem, nutriční hodnoty, obsah alkoholu, původ, případně další údaje. Pro každou skupinu jsou stanoveny konkrétní požadavky. Nepovinné, dobrovolné údaje (např. bez lepku, bez konzervačních látek, bez přidané soli...) nesmí překrývat údaje povinné.

Ne každý můžeme být zbožiznalcem ve všech komoditách potravin. Chceme-li se ale orientovat v označení potravin a v jejich kvalitě, platí, že jen poučený spotřebitel se dokáže účinně chránit.

2 ZNAČKY KVALITY

K usnadnění orientace ohledně kvality výrobků a služeb na trhu mají spotřebiteli napomoci značky kvality. Skutečnost je ovšem taková, že důvěryhodnost některých takových značek je různá. Spotřebitel se není schopen v přemíře značek orientovat.

V dalším jen stručně informujeme zejména o značkách na potravinách, které spravují veřejné instituce na národní či evropské úrovni, což jim dává významný stupeň kredibility.

KLASA – národní značka kvalitních potravin



Již patnáct let uděluje ministr zemědělství kvalitním domácím potravinářským a zemědělským výrobkům národní značku kvality KLASA. Tuto značku spravuje Státní zemědělský intervenční fond (SZIF).

Požadovanou kvalitu a složení výrobků posuzuje odborná komise složená ze zástupců státních a dozorových orgánů, vysokých škol a výzkumných institucí, výrobců potravin a spotřebitelů. Spotřebitele zastupuje v této komisi Sdružení českých spotřebitelů. Kvalitu výrobků se značkou KLASA v tržní síti kontroluje Státní zemědělská a potravinářská inspekce.

Následně uvedené značky se vztahují k původu (region, zeměpisné označení). Vnímány jsou ovšem jako značky kvality, neboť kvalitativní aspekt u nich má zásadní důležitost.

Regionální potravina

Projekt Regionální potravina je celostátním projektem ministerstva zemědělství na podporu malých a středních pěstitelů a výrobců v krajích České republiky. Na projektu se podílejí mj. Agrární komora a Potravinářská komora. Ocenění Regionální potravina obdrží každoročně kolem stovky výrobců ze všech regionů ČR a jejich výrobky jsou propagovány jak v regionu, kde byly vyrobeny, tak na akcích celorepublikového charakteru.



Výrobky s chráněným zeměpisným označením

Evropská značka „Zeměpisné označení“ zahrnuje „**Chráněné označení původu**“ (CHOP) anebo „**Chráněné zeměpisné označení**“ (CHZO). Evropská unie spravuje rejstříky zeměpisných označení pro zemědělské produkty a potraviny, vína a lihoviny.



Aby mohl být název výrobku zapsán jako CHOP, musí všechny fáze produkce (např. získávání surovin, dozrávání, zpracování, příprava finálního produktu atd.) proběhnout v dané zeměpisné oblasti a vlastnosti produktu musí výlučně nebo v podstatné míře vycházet z jeho zeměpisného původu. Například: Všecká cibule, Chamomilla Bohemica, Český kmín, Nošovické kysané zelí, Pohořelický kapr, Žatecký chmel.

Aby mohl být název zapsán jako CHZO, musí se alespoň jedna fáze produkce uskutečnit

v dané oblasti a spojení s dotyčnou oblastí může být odůvodněno zvláštní jakostí, pověstí nebo jinou vlastností spojenou s touto zeměpisnou oblastí. Například: Olomoucké tvarůžky, Jihočeská Niva, Březnický ležák, Mariánskolázeňské oplatky, České pivo, Hořické trubičky, Pardubický perník, Třeboňský kapr, Lomnické suchary, Štramberké uši a další.

Zaručená tradiční specialita

Další evropskou značkou je „**Zaručená tradiční specialita**“ (ZTS). Rozumí se jí názvy zemědělských produktů nebo potravin, které jsou produkovány za použití tradičních surovin nebo tradičními způsoby produkce nebo které mají tradiční složení. Například: Špekáčky, Liptovský salám, Spišské párky, Lovecký salám.



Vyrobeno podle České cechovní normy

Poslední zde uváděná značka je příkladem značky kvality spravované profesním svazem výrobců – Potravinářskou komorou. Spotřebitelé se s ní mohou setkat u vybraných výrobků, kde výrobce deklaruje shodu s normou zavedenou oborově Potravinářskou komorou. Se značkou „Vyrobeno podle České cechovní normy“ se můžeme setkat u různých výrobků masných, mléčných, lahůdkářských a dalších. Jako spotřebitelé si můžeme přát, aby cechovní normy byly co nejpřísnější.



Značky, o nichž nevíme, kdo je jejich správcem či garantem (na rozdíl od výše uvedených), vnímejme velmi obezřetně. Každá značka má svá specifika, nemusí však nutně znamenat vyšší kvalitu potraviny.

3 BALENÍ A VZHLED OBALU

Obal musí výrobek chránit, být funkční, splňovat požadavky na bezpečnost a poskytovat nezbytné informace dle legislativních požadavků. Většinu spotřebitelů obal svým grafickým zpracováním, formou, upoutávkami atp. nepochybně významně ovlivňuje.

Vnímáme ale také některé nešvary, které nesvědčí o řádném přístupu producentů k udržitelné společnosti – na mysli zde máme praktiku balení, kdy do objemné krabice je vložen malý sáček s vlastní potravinou. Spotřebitel zvažuje i praktické aspekty balení. Takovým je například snadnost otevírání obalu.

I v technologii balení by měl spotřebitel do budoucna více uplatňovat své zájmy a utvářet poptávku tak, aby se nabídka výroby a prodeje přizpůsobila jemu, a nikoli on nabídce.

Oceňujme hezký, přitažlivý a praktický obal. Nenechme se ale manipulovat. Atraktivní obal neznamená sám o sobě kvalitní výrobek.

4 PŮVOD

Údaj o původu potraviny je uváděn z důvodů zamezení klamání a zlepšení informovanosti spotřebitele, není však povinnost uvádět ho u všech potravin. Údaj o původu potraviny se obecně nemusí uvádět vždy, ale jen v těch případech, kdy by mohla vzniknout domněnka, že původ potraviny je jinde, než odkud ve skutečnosti pochází, a u komodit, kde je povinnost uvedení země původu přímo stanovena právním předpisem.

Povinnost uvádět zemi původu je stanovena například pro čerstvé ovoce a zeleninu, vepřové, hovězí, skopové, kozi a drůbeží maso – a to pro čerstvé, chlazené nebo zmrazené; povinné označení původu se týká také vajec (označeno na vejci – nikoliv obalu), medu, ryb a extra



panenského a panenského olivového oleje. Povinnost označit původ potraviny se obvykle netýká zpracovaných výrobků. Na mléčném či masném výrobku není uvedeno, odkud pochází mléko (na sýru) či maso (na konzervě či klobáse), ale kdo provedl konečnou úpravu, byť i třeba jen hotový výrobek zabalil.

U nás je obecně vysoká důvěra spotřebitelů ve výrobky českého původu, což Sdružení českých spotřebitelů vítá a podporuje. Připomínáme, že použití označení Česká potravina je legislativně upraveno. Není to značka kvality, ale slouží pro podporu konkurenceschopnosti českých výrobců a k posílení rovných podmínek pro podnikání na trhu v Evropské unii.

Takto lze označit nezpracované potraviny (ovoce, zeleninu, luštěniny), mléko a víno, které ze 100 % pochází z České republiky a kde prvovýroba, porážka zvířat a všechny fáze výroby proběhly na území České republiky. Pro zpracované potraviny (masné, mléčné, ovocné, zeleninové, pekárenské a další výrobky) sestávající z více složek platí, že součet hmotnosti složek pocházejících z České republiky musí tvořit nejméně 75 % celkové hmotnosti a musí být vyrobeny na území České republiky.

Doporučujeme, abyste se v aspektu původu řídili svou zkušeností a nepodléhali reklamě anebo fámám. Je především na nás, abychom si vyhodnotili důležitost původu potraviny při jejím výběru.

5 CENA

Cena je pro nás faktor velmi podstatný, ale ani ten bychom neměli přeceňovat. Spotřebitel stále mnohdy vybírá výrobek, ale i službu podle ceny (rozuměj podle ceny co nejnížší). Dostaneme ale za nadstandardní cenu nadstandardní kvalitu? Bohužel i za vysokou cenu můžeme obdržet běžnou (a i podřadnou) potravinu. U ceny musí být spotřebitel obezřetný a brát v potaz další souvislosti.

I za nízkou cenu rozhodně musíme obdržet potraviny zdravotně nezávadnou a odpovídající všem platným předpisům, které se na ni vztahují. S nízkou cenou se můžeme setkat z více důvodů:

- doprodej zboží (blíží se konec doby trvanlivosti),
- nižší obsah rozhodné složky,
- náhrada dražší složky levnější,
- množstevní sleva,
- nižší množství potraviny ve srovnatelném či velmi podobném balení (např. máslo 250 g a 200 g).

Je proto na nás spotřebitelích umět si vyhodnotit svá očekávání a posoudit, jak je daný výrobek a popř. i služba za danou a konkrétní cenu naplní.

Zřejmě budeme zklamaní, pokud vyberáme podle nejnižší ceny. Ale zklamáný bude bohužel také ten, kdo neváží všechny vlivy a aspekty při nákupu potraviny a kdo se domnívá, že za vysokou či tu nejvyšší cenu na trhu získá současně i tu nejvyšší kvalitu.

6 MEDIÁLNÍ KAUZY

Média na nás působí prostřednictvím reklamy placené výrobcem, prodejcem, poskytovatelem služby. K tomu viz i výše.

Někdy ale média rozkrývají anebo ve vztahu k bezpečnosti a kvalitě potravin i rozpitvávají některé kauzy. Z minulých let vzpomeňme např. methanolovou aféru, kauzu používání technické soli v potravinách, záměny masa (koňské maso vydávané za hovězí apod.).

Média nás takto při rozhodování velmi ovlivňují, bohužel nikoliv ale vždy nezbytně ku prospěchu skutečně racionálního pohledu na věc. Je to stále o tomtéž: spotřebitel má zvažovat různé informace a svobodně, uvědoměle a s odstupem s nimi nakládat – včetně např. otázek spojených s dvojitou kvalitou výrobků prodávaných u nás a v jiných členských státech EU.

I naše dosavadní zkušenost totiž může být mediálně zviditelněnou kauzou výrazně poznamenána. Není pro nás jednoduché adekvátnost, úplnost a objektivitu informací šířených v médiích posoudit, ale při našem rozhodování jim určitě musíme věnovat zvýšenou pozornost.

7 MÝTY, BLUDY A FÁMY

Nabízení potravin (a otázky výživy obecně) je provázáno mnoha mýty, fámami, bludy a nyní je „in“ požívat i výraz hoax. Díky elektronickým médiím je dnešní doba pro jejich šíření ideální.

Základní praktika autorů hoaxů a oslovení čtenářů je obvykle jednoduchá. Vychází z hlubokého (a ne zcela neoprávněného) předpokladu, že většina české populace nerozumí odborným či i „vědeckým“ argumentům a důkazům, které informace provázejí a odkazují na ni. A bohužel nezdědka tyto nesmyslné „výroky odborníků“ posvěcují i osoby s lékařským či jiným akademickým titulem. Existuje řada zdrojů, kde lze snadno dohledat vyvratitelnost šířených scestných informací o potravinách, a i my se snažíme na toto téma na stránkách <http://spotřebitelzakvalitou.cz/bludy-a-famy.php> přispívat.

Jak si ověřit pravdivost informací, které nám nejruznější „doktoři“ a „odborníci“ nabízejí? Podívejme se na důvěryhodné stránky, např. <http://www.bezpecnostpotravin.cz/> a jiné.

8 REKLAMA

Reklama se stala fenoménem dnešní doby. Je všude, kam se podíváme. Je proto iluzí se domnívat, že se jí nepodřizujeme.

Reklama podléhá jednoduché regulaci evropské i vnitrostátní. Několik zásad reklamy je však potřeba znát a zapamatovat si je:

- Reklama musí být pravdivá, nesmí nás klamat zejména ve velikosti či složení, stejně jako ve výživových a zdravotních tvrzeních.

- Reklama nesmí zpochybňovat zdravý a vyvážený způsob stravování, zdravý a aktivní životní styl.

- A potraviny, které nejsou náhradou celého jídla, by neměly být za takovou náhradu vydávány.

Velmi často se setkáváme s nekalými praktikami – jako například s použitím neschváleného zdravotního tvrzení. Státní zemědělská a potravinářská inspekce každoročně zjišťuje desítky případů porušení zákona u reklamních praktik, a jejich počet se bohužel zvyšuje. Dnešní reklama prodává (často) nikoliv produkt, ale přímo uspokojení z něj. Ukazuje, jak snadno si můžeme uspokojit konkrétní potřebu, a navíc se dokonce snaží onu naši potřebu vyvolat nebo zvýšit její relativní naléhavost.

Jedinou cestou, jak se nenechat nepřiměřeně ovlivňovat, je zachovat si při našem rozhodování vůči reklamě přiměřený odstup.

9 ZKUŠENOST

Jak vlastně reálně nakupujeme?

I sebeopatrnější a sebevzdělanější zákazník, který v supermarketu nakupuje větší nákup, nemůže pečlivě přečíst a vyhodnotit všechny údaje, které najde o potravině na obalu. Detailně číst etiketu (údaje na obalu) jsme schopni pouze u několika potravin, které nás nějakým způsobem upoutaly nebo na které si dáváme pozor, a dále u potravin, které jsme dosud nekupovali a neznáme je.

ZKUŠENOST – vlastní, rodiny a blízkých, známých, či s využitím aplikací internetového sdílení – to je dnes jeden z nejdůležitějších nástrojů uplatňovaných při nákupu. Většinu výrobků, které nakupujeme pravidelně, „důvěrně“ známe, víme, co od nich očekávat, a jsme citliví na jejich změnu.

Jistě však sáhneme i po výrobku, který nás něčím upoutá – atraktivním balením, reklamou, zajímavou cenou. Při výběru nového výrobku je na místě zvýšená obezřetnost. Uplatnit mů-

žeme vše, co bylo řečeno i naznačeno v předchozích kapitolách.

Zkušenost vlastní, blízkých i jiných důvěryhodných osob je obvykle spolehlivým a také neobvyklejším faktorem při nakupování. Neměli bychom se ale obávat zkoušet nové věci.

10 ???

Co se skrývá jako překvapení za otazníky posledního bodu spotřebitelského desatera? Prvotně je to pro čtenáře hádanka, kterou ale rychle zodpovíme...

Je to totiž OSOBNOST každého z nás, každého spotřebitele.

Výběr potraviny nelze zjednodušit na použití jen jednoho nástroje či aspektu z uvedeného desatera vlivů a faktorů, které nás ovlivňují při nákupu potravin.

Zdůraznili jsme využití zkušenosti, která už v sobě zahrnuje všechny předchozí momenty rozhodování a vlivy na ně. Aktuálně (ale i dlouhodobě) může naše rozhodnutí ovlivnit např. probíhající mediální „skandál“ ve vztahu k našemu oblíbenému výrobku či výrobci, reklama, nová věrohodná i méně věrohodná informace. Ostatně i mezi tzv. „výživovými poradci“ je mnoho těch, kteří šíří nesmysly. Výživový poradce není činnost vázaná, tzn. že se jím může stát kdokoliv – i zcela bez patřičného vzdělání a znalostí. Několikadenní kurz a je tu „odborník“.

Odolávat těmto aspektům můžeme jen díky naší osobnosti.

Informovanost a edukace nám v rozhodování napomohou. Konečná volba ale zůstává na každém z nás.

Přáním autorů a celého Sdružení českých spotřebitelů je, abyste si dokázali vybrat ze široké škály potravin právě takové, které splňují vaše očekávání a které vám prospívají.

Vydání publikace podpořila ze svého rozpočtu MČ Praha 10, za což děkujeme.



**Městská
část
Praha 10**



ČESKÝ INSTITUT PRO AKREDITACI
obecně prospěšná společnost


GARAMON
vydavatelství a tiskárna

Garamon, s.r.o., Wonkova 432, 500 02 Hradec Králové
tel./fax: 495 217 101, e-mail: garamon@garamon.cz
příjem inzerce: 495 499 086, e-mail: radnice@garamon.cz



SDRUŽENÍ ČESKÝCH
SPOTŘEBITELŮ, z. ú.
CZECH CONSUMER
ASSOCIATION
www.konzument.cz

Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.
Pod Altánem 99/103, 100 00 Praha 10 – Strašnice
tel.: +420 261 263 574, e-mail: spotrebitel@regio.cz, **www.konzument.cz**

PUBLIKACE SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ

Spotřebitelské desatero pro výběr kvalitní potraviny, edice Průvodce spotřebitele, svazek č. 34,
1. vydání, autor © Ing. Libor Dupal, Ing. Irena Michalová, vydalo © Sdružení českých
spotřebitelů, z. ú., červen 2018. Obálka a grafická úprava Kateřina Tomášková – ktdesign.
Vytiskla tiskárna Studio 66 & Partners s. r. o.

ISBN 978-80-87719-64-0 (Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.)