

Do ČR dorazily "ekobanány" s logem žabičky. Málokdo ho zatím zná

ekolist.cz/cz/zelena-domacnost/rady-a-navody/na-trhu-jsou-banany-s-logem-tropicke-zabicky-spotrebitele-ho-ale-neznaji

15. dubna 2011


zprávy o přírodě, životním prostředí a ekologii

[/ zelená domácnost / rady a návody](#)
[rozšířené vyhledávání](#)

ekolist.cz

Přihlášení

15.4.2011 06:00 | PRAHA ([Ekolist.cz](#))

Zdá se, že doba je potravinám z certifikovaných farem nakloněna. Licence |  [Některá práva vyhrazena](#)

Zdroj | [Chiquita](#)
Milovníci banánů si toho možná už všimli. Banány značky Chiquita mají na sobě ekoznačku – zelené logo s



žabičkou. Česká republika je první zemí v rámci střední a východní Evropy a desátou na světě, kde Chiquita logo se žabkou představuje.

Víme, reklamy jsou otravné. A respektujeme, že je máte vypnuté :-) Budeme rádi, když nás podpoříte jinak.

Prosíme, zvolte výši svého daru.

Děkujeme

Kč

Nejčtenější články.

Martin Šnobl:
Jak Praha „modernizovala“ cyklostezku v Podolí

Diskuse: 19
Jakub Hruška:
Jak původně dobrou myšlenku ošvejkovat do téměř nefunkčního nesmyslu?

Diskuse: 22
Slovenská policie propustila Čechy, kteří převáželi nelegálně ulovenou medvědicí

Diskuse: 1

Pro skrytí reklam se prosím přihlašte

Oblíbené banány

Banány se v ČR těší velké oblibě. Se spotřebou 12 kilogramů na osobu a rok patří ČR k evropským velmocím. Přitom ještě v roce 1982 byla spotřeba desetkrát menší a v roce 1995 snědl každý Čech asi 2,5 kg banánů za rok, říká Miroslava Škrabalová z Chiquity. Připomíná, že po revoluci byly banány vnímány jako kapitalistický výrobek, byly považovány ne za ovoce, ale spíš za sladkost. Podle Škrabalové máme v ČR přes velkou spotřebu pouze úzký „banánový“ sortiment. Ve světě jsou dostupné desítky druhů banánů, které se používají i jako přílohy k jídlům.

Certifikát vydává americká nezisková organizace Aliance deštných pralesů (Rainforest Alliance) a kupujícím má dát jistotu, že banány, ale i další potraviny jako ananasy, káva, čaj, čokoláda, ale také dřevo či květiny byly vypěstovány na farmách ekologicky šetrným a společensky zodpovědným způsobem. Chiquita má certifikaci Rainforest Alliance na všechny své farmy více než 10 let. Aktivně začala logo používat až letos. Kromě banánů má Chiquita certifikaci také na ananasy.

Podle George Jaksche z Chiquity je Rainforest Alliance jedna z nejrespektovanějších environmentálních organizací na světě. „Posláním aliance je působit na firmy, které podnikají v tropickém zemědělství, aby hospodařily a zároveň chránily místní přírodu a lidi,“ vysvětluje Miroslava Škrabalová, marketingová manažerka společnosti Chiquita.

S tímto certifikátem je u nás (a na Slovensku) dostupná i káva u McDonald's. Certifikované kávy nabízí také kavárny Gloria Jean's Coffees. Dagmar Večerková, která tyto kavárny v ČR zastupuje, říká, že noví zákazníci většinou neví, co certifikace znamená. Poté, co zjistí princip, rádi se vracejí. Certifikovaná je také káva od Costa Coffee. V každém šálku směsi Mocha Italia je prý sto procent kávy z certifikované plantáže. Logo Rainforest Alliance mají i všechny v západní Evropě prodávané čaje Lipton Yellow Label. Tato čajová společnost si dala závazek, že do roku 2015 budou z certifikovaných zdrojů všechny její čaje.

Je tu taky fair trade

„Seriózní snahy firem zlepšit environmentální a sociální profil svých dodavatelských řetězců vítáme,“ řekla nám koordinátorka kampaně Za férové banány! Barbora Mrázková z organizace NaZemi - společnosti pro fair trade. „Certifikaci Rainforest Alliance lze považovat za vykročení správným směrem a za záruku, že nejhorší praktiky v environmentální oblasti nejsou při produkci banánů přítomny.“ Podotýká ale, že u nás jsou více známé a lépe dostupné výrobky označené jako fair trade, které také garantují k lidem i přírodě šetrné výrobní podmínky. „Výrobek fair trade lze poznat podle modrozelené známky přímo na obalu. Tato známka zaručuje, že výrobek byl certifikovaný podle standardů organizace Fairtrade International. Označují se jí především potraviny.“

Pár kladivoušů staví v pražské zoo obří hnízdo se vstupní chodbou a střechou

Výrobce medu: Za letošní zimu v ČR uhynula asi polovina včelstev, tedy 300.000

Diskuse: 9 NKÚ: Stát si v ochraně přírody dává cíle bez šance na splnění

Diskuse: 15 V papouščí zoo v Bošovicích otevřeli dětskou zoo

reklama

V rámci kampaně Za férové banány! byly loni u nás prodávané banány pod drobnohledem. Ukázalo se, že žádnou „etickou“ variantu banánů tehdy ještě koupit možné nebylo. Dobrovolníci z NaZemi - společnosti pro fair trade se prý nejčastěji v ČR setkali se značkami banánů Chiquita, Amigo, SCB Premium, COBANA a Banane de Guadeloupe&Martinique.

V současnosti lze koupit certifikované banány od Chiquity a také Fairtrade banány, které lze sehnat v některých prodejnách řetězce Interspar a biobanány, které jsou dostupné v některých prodejnách Billa. Certifikát bio však nijak nezohledňuje pracovní podmínky lidí, zaměřuje se jen na ekologický aspekt pěstování.

Impuls k rozšíření banánů s certifikátem Fairtrade musí dát zákazníci. Licence | Všechna práva vyhrazena. Další šíření je možné jen se souhlasem autora



Foto | Barbora Mrázková / NaZemi -

společnost pro fair trade

Barbora Mrázková říká, že kampaň Za férové banány! bude pokračovat i letos. Zaměří se na prodejce, kteří zatím banány s certifikací nenabízejí. „V minulém roce totiž z našeho výzkumu vyšlo, že největší firmy obchodující s banány jako například Čerozfrucht, Efes, Hortim banány s certifikací nenabízejí proto, že je po nich jejich nejvýznamnější zákazníci – supermarkety – nepožadují,“ shrnuje výsledky průzkumu Mrázková. Podle ní je potřeba získat pro supermarkety důkazy o tom, že čeští zákazníci certifikované banány na jejich regálech chtějí.“ I podle společnosti Chiquita záleží především na konečných zákaznících, aby přesvědčili své prodejce, že certifikované banány chtějí.

Zdá se dokonce, že doba je potravinám z certifikovaných farem nakloněná. Význam ekologického chování a ochrany přírody totiž mezi spotřebiteli roste, byť v samotných nákupech se to projevuje málo. Vyplývá to alespoň z aktuálního výzkumu společnosti STEM/Mark: pro více než 95 % Čechů je důležité chovat se šetrně k přírodě. Ekologicky vyrobené potraviny preferuje 70 % dotazovaných. „Potvrdilo se nám, že v obecné rovině jsou lidé environmentálně založení. V hlavách máme: 'Chovejme se ekologicky', ale v našem chování se to objevuje méně,“ říká k výsledkům nezávislý konzultant Václav Forst. Češi se údajně v odpovědích příliš nelišili od zbytku Evropy.

Ukázalo se také, že sociálně zodpovědný přístup není pro dotazované tak důležitý. „Pro Čechy je podstatnější a důležitější ekologie. Ne že by sociálně odpovědný přístup nebyl důležitý, ale je až na druhém místě,“ komentuje výsledek Forst. Pouze necelá pětina dotazovaných sleduje označení o způsobu produkce na potravinách. Zákazníci, kteří se v ekoznačkách orientují, jsou ochotní si připlatit. Nákup potravin s garantovaným způsobem výroby je prý důležitější pro mladší a vzdělanější spotřebitele, žijící převážně ve větších městech.

Z výzkumu dále vyplývá, že loga Rainforest Alliance a Fairtrade spotřebitelé skoro neznají, lépe je na tom logo biopotravin. Ale i u značky bio polovina dotazovaných logo nezná nebo neví přesně, co znamená. Polovina respondentů, kteří certifikáty znají, uvedla, že tyto potraviny kupují pouze občas, v případě Fairtrade a Rainforest Alliance dokonce třetina tyto produkty nekupuje vůbec, u značky bio je to 18 %.

Nejen jídlo

Kromě potravin se Rainforest Alliance angažuje také v certifikaci výrobků ze dřeva, pro kterou používá certifikát Forest Stewardship Council (FSC). Tento „dřevařský“ certifikát je podporovaný například nábytkářskou společností IKEA, byť ona samotná certifikát nemá. Podílí se ale například na projektu FSC v Číně, díky němuž získávají tamní klíčoví odborníci školení, nástroje a materiály, jejichž cílem je zvýšit povědomí o udržitelném lesním hospodářství.

reklama

Vydání tohoto textu bylo podpořeno z Revolvingového fondu Ministerstva životního prostředí ČR. Za obsah je zodpovědná výhradně redakce serveru Ekolist.cz a nelze jej v žádném případě považovat za názor MŽP.

Tento text vznikl v rámci projektu Environmentální občanské poradenství, který je realizován díky finanční podpoře SFŽP a MŽP.

Online diskuse

Redakce Ekolistu vítá čtenářské názory, komentáře a postřehy. Tím, že zde publikujete svůj příspěvek, se ale zároveň zavazujete dodržovat pravidla diskuse. V případě porušení si redakce vyhrazuje právo smazat diskusní příspěvek

Do diskuze se můžete zapojit po přihlášení

*Zapomněli jste heslo? Změňte si je.
Přihlásit se mohou jen ti, kteří se již zaregistrovali.*

Ekolist.cz je vydáván občanským sdružením BEZK. ISSN 1802-9019. Za webhosting a publikační systém TOOLKIT děkujeme Ecn studiu. Navštivte Ecomonitor.

Copyright © BEZK. Copyright © ČTK, TASR. Všechna práva vyhrazena. Publikování nebo šíření obsahu je bez předchozího souhlasu držitele autorských práv zakázáno.