

Na míru zemědělcům i spotřebitelům

V roce 2022 spatřila světlo světa iniciativa společnosti makro ČR s názvem České pole. O rok později již byla vyhlášena Inovací roku 2023 v prestižní soutěži Mastercard Obchodník roku 2023. Cílem této iniciativy je podporovat a rozvíjet tradiční produkty českého zemědělství a společně usilovat o jejich místo v české kultuře a gastronomii. S touto vizí se zástupci makro ČR opět prezentovali také na veletrhu Czech Food Expo v Českých Budějovicích, kde návštěvníkům své expozice přiblížili myšlenku propojení české zemědělské tradice s moderním obchodem a gastronomií. Čeští farmáři pro České pole hospodaří na více než 6000 hektarech.

Barbora Venclová

Společnost makro ČR dlouhodobě podporuje regionální pěstitele a ve svých třinácti prodejnách dává prostor lokálním produktům specifickým pro daný kraj. V roce 2022 ale přišel nový impulz, vrátit na české stoly tradiční domácí plodiny. Autorem myšlenky je Jan Jindra, ředitel nákupu a člen představenstva společnosti makro ČR, který iniciativu koncepčně rozvinul. Vedením projektu byla pověřena Tereza Srncová, která má v rámci společnosti na starosti nákup čerstvých potravin a zajišťuje propojení se zemědělskými partnery i odběrateli z oblasti HoReCa.

manažer iniciativy České pole Roman Vrzák.

Tradiční plodiny, nové příležitosti

Od svého vzniku přispěla iniciativa České pole k vypěstování více než 300 tun českých brambor na hranolky. Tím ale výčet nekončí. Jak uvádí Roman Vrzák, mezi první komodity patřily také české odrůdy česneku a křen, jejichž produkce už se rovněž počítá na tuny. Česnek odrůdy Topaz pěstuje pro Makro Roman Hurt z firmy Česnekárna, s. r. o. Křen pochází z polí společnosti Český chřest v Ho-

kmín. „Chceme dodávat kuchařům i běžným spotřebitelům pravý český dvouletý kmín s výrazným aromatem,“ říká Karel Jonák, ředitel spolku Český kmín a dodavatel tohoto koření. Zároveň připomíná význam práce šlechtitelů dvouletého kmínu, jako byli František Procházka nebo manželé Josef a Ludmila Kameníkoví.

A co dál? Podle Jonáka má potenciál celá řada dalších plodin – například mák, lebeda, český hrášek, slunečnice a další tradiční, dnes však často opomíjené české plodiny.

Není desatero jako desatero

Za každou recepturou, výběrem nového produktu i jeho finálním zpracováním stojí Makro Akademie, která úzce spolupracuje s interním týmem kvality a nákupu společnosti makro ČR. Celý proces se řídí tzv. „desaterem“ iniciativy, jehož hlavní zásadou je odrůda nebo plemeno historicky vyšlechtěné v České republice, resp. Československu. Pokud tato podmínka nemůže být splněna, je hlavním kritériem český původ produktu – tedy surovina vypěstovaná či zvíře odchované v České republice. Důležitým kritériem je rovněž vhodnost pro segment HoReCa – tedy profesionální gastronomii (hotely, restaurace, catering).

„V současnosti máme pro každou komoditu určeného jednoho dodavatele,“ vysvětluje Roman Vrzák. Makro ČR od svých partnerů požaduje certifikaci IFS nebo HACCP. Pokud ji zemědělec nemá, může využít zpracovatele či subdodavatele, který tuto garanci převezme.

Klíčoví partneři iniciativy

Iniciativa České pole má celou řadu partnerů napříč sektorem zemědělství i gastronomie. Počáteční memorandum podepsalo Ministerstvo zemědělství, Český bramborářský svaz a Zelinářská unie Čech a Moravy. Postupně se přidali i další partneři, Česká zemědělská univerzita v Praze a nadace Food n' Beverage Foundation. Nejnovějším signatářem je společnost Zátíší Group, která je hlavním ambasadorem projektu pro letošní rok, jehož cílem je dostat produkty České pole do gastronomie. Podniky zapojené do programu ponesou označení



Expozice lákala k nahlédnutí

Foto Barbora Venclová

v podobě samolepky se sloganem: „Vaříme z českých surovin – České pole – chuť, která má kořeny.“ „Když zákazník vstoupí do restaurace, měl by vědět, že kuchyně pracuje s ověřenými, kvalitními surovinami z lokální produkce. Naším cílem je, aby spotřebitel tuto značku poznal, vyhledával a preferoval podniky, které vaří z produktů České pole,“ dodává Vrzák.

Součástí iniciativy je například i spolupráce se středními gastronomickými školami. Studenti zde dostávají příležitost vařit s profesionálními kuchaři, využívat suroviny iniciativy České pole, ale také produkty s dalšími značkami kvality, jako je Regionální potravina. Makro tak podporuje vzdělávání s praxí a podporuje výchovu nové generace

kuchařů, kteří budou ctít lokální původ a kvalitu surovin.

Další kroky a možnosti zapojení

Jak nastíní Roman Vrzák, v rámci iniciativy České pole se připravuje rozšíření sortimentu o kořenovou zeleninu, ovocný program a tzv. convenience produkty – tedy potraviny, které šetří čas při přípravě pokrmů. Příkladem jsou loupány česnek nebo strouhaný křen, určené jak pro gastronomické provozy, tak pro domácnosti. Do budoucna se iniciativa hodlá zaměřit i na živočišné produkty, zejména ryby, drůbež či zvěřinu. „Naši partneři Ministerstvo zemědělství i Česká zemědělská univerzita v Praze disponují vlastními honitbami,

nabízela by se tedy možnost získávat zvěřinu právě od těchto partnerů,“ doplňuje Vrzák.

Do projektu se může zapojit každý zemědělec, který nabízí tradiční české produkty, jež byly často vytlačeny levnějšími dovozy. Jedním z klíčových benefitů je zkrácení dodavatelského řetězce – právě tuto výhodu v rámci rozhovoru na veletrhu Czech Food Expo zdůraznil i Karel Jonák, který se v gastronomii pohybuje již řadu let. Přímá cesta kvalitní tuzemské suroviny z pole až do kuchyní restaurací je podle něj stále slabým místem českého trhu, a iniciativa České pole se to snaží změnit. Spolupráce přináší zemědělcům nejen jistotu odbytu, ale i celou řadu dalších benefitů včetně zvýšené prestiže. ■



Roman Vrzák (vlevo) a Karel Jonák hovořili na veletrhu Czech Food Expo o iniciativě České pole

Foto Barbora Venclová

Jako první se iniciativa České pole zaměřila na brambory, konkrétně odrůdu Agria, ideální pro přípravu hranolek. Jak zaznělo i na veletrhu Czech Food Expo, až 40 % brambor v Česku se konzumuje ve formě hranolek, přičemž více než 95 % brambor pro jejich výrobu pochází ze zahraničí. Makro se rozhodlo tuto bilanci změnit – dovozy z Nizozemska částečně nahradilo bramborami z Vysočiny, konkrétně z rodinné firmy EURO AGRAS, s. r. o. Ta se šlechtěním a propagací brambor zabývá již po několik generací, v současnosti pod vedením Vlastimila Rasochy. Podíl českých brambor určených na hranolky dnes dosahuje ve velkoobchodech Makro 43 % z celkového prodeje.

Projekt má kromě nabídky kvalitní lokální produkce i výrazný environmentální přínos. „Za dobu trvání jsme díky nahrazení dovozu ušetřili zhruba 35 000 kilometrů přepravy,“ uvedl na veletrhu projektový

stíně u Vojkovic, kde Jiří Šafář vrací do krajiny tradiční plodiny – vedle známého českého chřestu v posledních letech právě i křen.

Dalšími produkty v sortimentu je banánová šalotka, kterou dodává Antonín Hořejší z firmy CF Trading, s. r. o. Dále jde o červené a bílé zelí, určené ke krouhání – speciální odrůdy pro tento účel pěstuje Jaroslav Zeman ze společnosti Agrokomplex Ohře, a. s., z Bohušovic nad Ohří.

K významným přírůstkům iniciativy České pole patří okurky a kmín. Okurky nakládačky odrůdy Rubato pěstuje u Pohořelic na jižní Moravě Tomáš Zoufalý. Díky pečlivému načasování ruční sklizně si okurky zachovávají typickou křupavost. Zpracování pak zajišťuje společnost Efko, která je nakládá podle tradiční české receptury vyvinuté speciálně pro Makro. Ve výčtu nesmí chybět ani dvouletý kmín, který v roce 2008 získal chráněné označení původu Český

inzerce