

Jak rozvíjet trh s místními potravinami a krátké dodavatelské řetězce v Kraji blanických rytířů

Seminář MAS Blaník a Celostátní sítě pro venkov, Spolkový dům Vlašim 22.2.2022

ZÁPIS

(28 účastníků – viz [prezenční listina zde](#))

Shrnutí důležitých bodů z prezentací:

Ing. Ivo Šašek, CSc. (Turistická oblast Pošumaví), Ing. Radana Šašková (Úhlava o.p.s.):

- důležitost Krátkých dodavatelských řetězců: narušení neotřesitelného postavení globalizovaného trhu v posledních letech v souvislosti s pandemií, ale také v souvislosti s vývojem moderního pohledu na fungování světa a udržitelnosti z hlediska životního prostředí, i s ekonomickou zátěží související s transportem zboží
- Podpora krátkých dodavatelských řetězců: podpora z EU i z národních institucí pomocí značek regionálních potravin a lokálních značek kvality a pomocí projektů financovaných z PRV, CSV, Interreg ad.
- **Podpora prodeje ze dvora:** výjimky z evropské i české legislativy pro prodej potravin v místě produkce
- **Důležitost spolupráce** různých organizací (příklad: [MAS Pošumaví](#) + [Úhlava o.p.s.](#) + [Turistická oblast Pošumaví](#) + [DCK West, družstevní cestovní kancelář](#))
- **regionální značky** jako nástroj místního marketingu (soutěž Regionální potravina kraje vs. certifikované reg.potravin jako značka KBR), podpora formou dárkových košů s regionálními potravinami (pozor na komplikovanou logistiku)
- **Veřejné akce na podporu místních potravin:** soutěže jedlíků, historické akce, městské slavnosti, **dárkové koše s regionálními potravinami** – komplikovaná logistika, Problém centralizace – trhy s potravinami v rámci akcí, např. Plzeň Město kultury – tendence dovážení do velkého centra vs. žádoucí budování návyku spotřebitele dojíždět za potravinou do místa, kde vzniká

Ing. Tomáš Zelený ([Šumavaprodukt s.r.o.](#)):

- Vytvoření **e-shopu s regionálními produkty** v rámci Interreg projektu LIVERUR
- Od listopadu 2020 pokrývá okres Klatovy, plán zahrnout další okresy v Plzeňském kraji
- Objednávky a rozvoz 1x týdně, vlastní doprava dvěma auty s chladicími boxy, předávání vratných obalů
- Důraz na kultivaci vztahů se spotřebitelem na lokální úrovni
- Výhody pro dodavatele – nafocení, marketing, podpora budování značky, rychlé doručení zákazníkovi vlastní dopravou → výrobce se může soustředit čistě na výrobu kvalitních produktů, není třeba se smluvně zavázat k dodání určitého objemu produktů jako u řetězců
- selekce: je potřeba vybrat jen některé producenty/dodavatele, aby měli z eshopu větší odběr, nejde odebírat od všech
- 20-25 objednávek za týden, pokryje se provoz, bilance je na nule
- spuštěna [Mapa produktů a lokálních producentů](#), včetně těch, kteří nedodávají své zboží na eshop



- platformu regionalnispéciality.cz vytvořila společnost Wireless Info a záměrem je nabízet platformu do dalších k regionů, ovšem je potřeba lokalizace a SW úprava dle vlastních potřeb (na Pošumaví trvalo téměř rok a vyžaduje investici)

Zajímavé body z diskuse účastníků:

- regionální potravina je druhý **nejčastější suvenýr z cest** (propojení cestovního ruchu s tématem podpory místní produkce)
- využití **výdejních/prodejních automatů** v prodeji místních potravin (uváděné příklady z farem z Rakouska a Anglie: 1. na venkově u restaurace chladicí box se sortimentem – prodej se uskutečňuje přímo v restauraci, 2. samoobslužný kontejner – bezkontaktní prodej - zákazník nakoupí, zaplatí, odejde, pořizovací cena cca 1 mil., 3. zákazník si z chladicího automatu vyzvedne potraviny a peníze dá do kasičky), česká firma SIXTA nabízí automaty na farmářské produkty (využito např. Farmářský dům ve Vrchlabí jako výdejní místo eshopu, první automaty pořízeny z dotace PRV)
- **farmářské trhy pořádané přímo na farmě**, někdy nazývané mini tržnice, spolupráce a sdílení nákladů přítomných zemědělců/producentů – příklad občasných mini tržnic na Farmě Stehlík v Chodouni (video z poslední minitržnice z prosince 2021) + uspořádat doprovodný program na trzích (osvědčené: kuchař, který vaří z nabízených/prodáváných produktů – ukázka využití produktů a seznámení s nimi, navíc to voní a zpříjemňuje atmosféru)
- je potřeba podpořit **vzájemnou spolupráci zemědělců-zpracovatelů-výrobců v regionu**, 1. krok: vědět o sobě navzájem, protože tomu tak aktuálně není
- potřeba vzdělávání? spíše jako inspirace, jak dělat věci jinak, inovace (informační zdroje pro malé zpracovatele např. zde na webu MAS Blaník)
- **podpora prodeje ze dvora**, někdy je problém, že zákazníci jezdí kdykoliv a bere to farmářům moc času
- shoda na potřebě vzdělávání zákazníků: budování návyku spotřebitele dojíždět za potravinou do místa, kde vzniká, a to v určený čas (inspirace např. z Asociace místních potravinových iniciativ)
- debata o dodávkách masa – u menšího farmáře maso není na skladě, nelze dodávat ihned, ale na objednávku, je potřeba vychovat zákazníky
- v regionu není zastoupen model KPZ – komunitou podporované zemědělství, jinde existuje a je funkční (přehled a informace na KPZinfo)

Výstupy/úkoly plynoucí z diskuse:

1) Vznik **pracovní skupiny** pro rozvoj místního trhu: MAS Blaník (koordinátor), Kraj blanických rytířů, ČSOP, MAS Voticko, Bezobalu a další, kdo se chce připojit

2) **Tvorba seznamů** regionálních zemědělců, zpracovatelů, producentů a prodejců regionálních potravin

- pro spolupráci a dodávky (propojování místních zemědělců, zpracovatelů a výrobců potravin)
- pro turisty (podpora agroturistiky, infocentrum má zájem)
- pro místní zákazníky (podklad pro mapu prodeje místních potravin – zejména prodejů ze dvora)
- pro obesílky od pořadatelů akcí a trhů (požadavek z Louňovic)

3) **Mapa prodeje místních potravin**



- inspirace z mapy Pošumaví – [odkaz](#)
- definovat, co má obsahovat (kontakt, otevírací dobu, objednávky...)
- úkol pro pracovní skupinu
- možné financování ze strany Celostátní sítě pro venkov
- možné propojení s mapou Kraje blanických rytířů

4) **Dotazník** na zemědělce a producenty místních potravin

- vytvoří MAS Blaník (konzultace v pracovní skupině)
- cílem je zjistit kontaktní informace a přesné požadavky a možnosti místních zemědělců a producentů pro definování dalších kroků rozvoje místního trhu

5) **výchova zákazníků**

- poznej svého dodavatele (PR, veřejné prezentace, medailonky, fotky), environmentální a sociálně-ekonomická osvěta (proč, jak a co nakupovat lokálně)
- aktuálně sběr inspirace, návrhy aktivit a spolupráce

Kontakt:

Tomáš Kramár

MAS Blaník

tel.: 703355807

email: kancelar@masblanik.cz

www.masblanik.cz