



# PŘÍBĚH TROPICKÉHO OVOCE

---

## PŘÍBĚH TROPICKÉHO OVOCE



Vydala:

*Ekumenická akademie*

*Sokolovská 50, 186 00 Praha 8*

*www.ekumakad.cz, info@ekumakad.cz*

*Texty: Barbora Trojak, Tomáš Bílý*

*Odborné konzultace: Jiří Hejkrlík*

*Druhé vydání, náklad 1000 výtisků*

© **Ekumenická akademie, 2017**

*Tvorba publikace byla financována z prostředků Evropské komise a Ministerstva zahraničních věcí ČR*

**ISBN 978-80-87661-32-1**



Tento materiál byl vytvořen v rámci projektu Global Fairness s podporou Evropské unie a z prostředků z prostředků Ministerstva zahraničních věcí ČR v rámci Programu zahraniční rozvojové spolupráce ČR. Obsah dokumentu je zcela na odpovědnosti Ekumenické akademie a nemůže tak být považován za stanovisko Evropské unie.





Co vás napadne, když se řekne banány, mango nebo ananas? Teplo? Vůně? Sladko? Život pěstitelů a pracovníků, kteří pro nás tohle exotické ovoce pěstují, je ale pořádně hořký. Pracují v nedůstojných a často nebezpečných podmínkách za mizerné peníze a nemají moc možností, jak se bránit. Pěstování tropického ovoce je zároveň obrovskou zátěží pro životní prostředí, a to hlavně kvůli vysoké spotřebě pesticidů a umělých hnojiv.

Velkou roli v téhle neudržitelné hře hrají evropské supermarkety, které zneužívají svého významného postavení na většině evropských trhů s potravinami. Svým dodavatelům můžou diktovat téměř jakékoli podmínky, přenáší na ně obchodní rizika a tlačí je k extrémně nízkým cenám. Nejhůře na tuto situaci doplácí ti, kdo jsou na samém začátku dodavatelského řetězce - pěstitelé a pracovníci.

V dodavatelském řetězci banánů můžeme dopady neférových obchodních praktik pozorovat velmi snadno - především díky změně, kterou celé odvětví prošlo. Za posledních dvacet let se totiž výrazně zmenšil význam ovocnářských firem a supermarkety začaly nakupovat ovoce přímo v zemích produkce. Zhoršení či zlepšení podmínek pro pracovníky i pěstitele je tedy snáze zaznamenatelné.

S naší brožurou můžete opravdu nahlédnout pod slupku a prozkoumat všechna zákoutí banánového světa. Snad se vám ta cesta bude líbit!

Za Ekumenickou akademii  
Barbora Trojak

## OBSAH

---

1. Největší bylina na světě .....	3
2. Kde se vzaly banány .....	5
3. Trocha statistiky .....	9
4. Divoká pětka se množí .....	14
5. Moc obchodních řetězců .....	17
6. Cena a hodnota aneb jak se dělí banán .....	21
7. Český trh s banány .....	25
8. Co se skrývá pod slupkou? .....	28
9. Jak nakupovat ovoce odpovědně? .....	35
10. A co další tropické ovoce? .....	45
11. Kampaň Za férové banány! .....	48

1

NEJVĚTŠÍ

BYLINA

NA SVĚTĚ





## NEJVĚTŠÍ BYLINA NA SVĚTĚ

Banánovník je největší bylinou na světě, dorůstá až 15 metrů. Kmen banánovníku je tvořen stočenými listy, takže jde vlastně o nepravý kmen. A banán je – asi překvapivě – bobule.

Banánovníky rostou v pásu mezi 30 stupni severní a jižní zeměpisné šířky. Existují dva základní typy - sladké a slané, neboli plntejny, které se díky velkému obsahu škrobu trochu podobají našim bramborám. A velmi podobně se i využívají v kuchyni. Počet jednotlivých druhů není přesně znám, ale odhaduje se na stovky. Odrůda, se kterou se v drtivé většině setkáme na pultech obchodů, se jmenuje Cavendish, a protože jsou její plody bezsemenné, rozmnožuje se pouze vegetativně, řízkováním.

Banány se sklízí po celý rok, od zasazení/vyrašení nového oddenku do sklizně uplyne téměř přesně 9 měsíců.



***Banánovníky se nevyžívají pouze k jídlu - některé druhy slouží jako stavební materiál, jiné (např. banánovník textilní neboli manilské konopí) se používají na výrobu textilních vláken a provazů. Možná je znáte z křížovek, kde se tato vlákna z listů a řapíků objevují pod označením abaka.***

Na každém stonku vykvétá jedno velké květenství. Plody dozrávají v dlouhém trsu, jenž může vážit i 70 kg. Jeho jednotlivým částem, menším trsům, se říká „manos“ neboli ruce. Poté, co se velký trs sklídí, usekne se celý stonek mateřské rostliny. V té chvíli na ní totiž už vyrůstá její potomek (španělsky „hijo“ - syn), který bude plodit, stará rostlina by již nevykvetla. Jsou-li banány určeny pro domácí spotřebu, sklízí se plně zralé, žluté. Pokud je ale chceme exportovat, musí se sklídit za zelena, aby přežily transport

na chladicí lodi či v chlazeném kontejneru (aby cestu vydržely, potřebují teplotu okolo 14 stupňů). Cesta do Evropy jim trvá 10 až 20 dní. Po vyložení v přístavu (v Evropě nejčastěji Hamburk, Bremerhaven, Antverpy, Portsmouth, Marseille) putují banány v chladicích vlcích nebo kamionech. Ve své cílové destinaci se pak nechávají dozrát v dozrávárnách, a to přesně do té míry, jakou požaduje zákazník. Pro stupeň dozrání existuje číselné označení a obchodníkům tedy stačí pouze nahlásit číslo, dozrávárna už si poradí se zbytkem.

Pokud je o banánovník dobře postaráno, může plodit i 20 let.



Stočené listy nepravého kmenu banánovníku.

2

KDE

SE VZALY

BANÁNY





## KDE SE VZALY BANÁNY

Přestože slovo „banán“ je afrického původu, pochází toto tropické ovoce původně z jihovýchodní Asie. V průběhu věků se ale dostalo na africký kontinent a odtud s objeviteli zámoří i do Karibiku - např. španělský objevitel Tomás de Berlanga přistál v roce 1516 na Hispaniole, dnešním Haiti, i s banány! Prameny hovoří o opravdu prastaré historii banánů, jež čítá na sedm tisíc let. Některé studie také tvrdí, že Adam a Eva se neskrývali pod fíkovým, ale pod banánovým listem. Dávalo by to smysl, protože banánové listy se dokáží krásně obtočit kolem čehokoli. Navíc jsou i mnohem větší, takže by cudnosti napomohly o něco více.



***V mnoha zemích Latinské Ameriky se banánům říká „guineo“ jako odkaz na africkou Guineu, odkud se sem toto ovoce dostalo.***

Anglie a Francie dovážely banány tradičně z ostrovů v Antilách, kde je nařídil sázet již královský dekret z roku 1736. Od roku 1920 jsou pro Francii nejdůležitějšími dodavateli ostrovy Guadeloupe a Martinique - i dnes tvoří třetinu francouzské spotřeby. Pro Británii se stala na začátku 20. století hlavním dodavatelem Jamajka a po roce 1940 i Návětrné ostrovy v Karibiku. Pro Německo byly zase důležité africké země (Němci zakládali před první světovou válkou první plantáže v Kamerunu) a pro Holandsko zase jihoamerický Surinam.



***Na přelomu 19. a 20. století byl na obalu banánů i manuál, jak je správně jíst. Maje na paměti falický symbolismus ovoce, firma doporučovala americkým dámám, aby se banánů nedotýkaly ústy ani prsty, a raději je krájely na kousky nožem a vidličkou.***

Tím, kdo stvořil obchod s banány na export tak, jak jej známe nyní, byla na přelomu 20. století firma United Fruit Company (dnes Chiquita). Z mnoha odrůd, jež existují, vybrali tu, která byla nejvhodnější - plody neměly nejedlá semena, každý byl stejný, byly dost velké a měly tlustou slupku, takže se během transportu







*Nakládka banánů na vlak United Fruit Company v Kostarice, 1915, Paul Popper / Getty Images*

nepoškodily. Jmenovala se Gros Michel neboli Velký Michal. United Fruit Company ji jako první začala pěstovat ve velkém, v prvních monokulturních plantážích, kde nenajdete žádné jiné rostliny. Ani moc malý, ani moc velký, akorát sladký, akorát žlutý. A hlavně každý stejný, s minimálními odchylkami, a to i váhovými. Za pár let už si všichni pod pojmem banán vybavili právě tenhle plod a žádný jiný.

Kromě United Fruit Company, jež vznikla v roce 1899, byla na začátku banánového byznysu významným hráčem i Standard Fruit Company, dnešní Dole. Obě ovocnářské firmy budovaly v některých zemích,

především ve Střední Americe, velmi intenzivní infrastrukturu (železnice a přístavy) a zaměstnávaly velké množství pracovníků. Měly tak významné postavení a tak velký vliv na státní sféru, že se těmto státům začalo říkat „banánové republiky“ (především Guatemala, Honduras a Nikaragua). Tento vliv se nejvíce projevoval ve chvílích, kdy země zažívaly politické krize a firmy se neostýchaly v takových okamžicích zasáhnout a obrátit situaci ve svůj prospěch.

V roce 1960 se začaly banány exportovat v dobře známých krabicích, ve kterých tak rádi stěhujeme. I tady se projevila důležitá vlastnost exportních

odrůd, tedy že každý banán vypadá velmi podobně. Každá krabice totiž musí vážit stejně, 18,14 kg.

Velký Michal podlehl v padesátých letech Panamské nemoci zamezující rostlině čerpat vodu z půdy. Nahradil jej Cavendish, odrůda, která dnes tvoří 97 % exportních banánů a jen málokterý spotřebitel si banán vůbec představí nějak jinak.

Cavendish i další odrůdy nejvíce ohrožují nemocí Černá Sigatoka a Fusarium Wilt TR4, což je kmen Panamské nemoci způsobené houbou *Fusarium oxysporum*. TR4 je zatím přítomná na Filipínách, Taiwanu, v Číně a Austrálii. V roce 2013 se již objevila i v Mozambiku a vědci i obchodníci z ní mají opravdu velké obavy. Mohla by totiž připravit statisíce lidí o živobytí i o základ jídelníčku.

A proč je banánovník tak náchylný na nemoci? Podle časopisu *New Scientist* je to proto, že se již tisíce let rozmnožuje řízkováním (řízek je kousek uříznutý z rostliny) a ne semeny. Jeho geny se tedy neadaptují na nové podmínky, nevyvíjí se. To je i případ současné nejrozšířenější exportní odrůdy, Cavendishe. Zároveň z tohoto důvodu není možné vyšlechtit odrůdy rezistentní proti nemocem, jedinou možností by bylo využít genového inženýrství. Otázkou je, jak by se na geneticky modifikované banány dívali spotřebitelé.

Kromě nemožnosti adaptovat se je ale důležitým faktorem pro šíření nemocí a škůdců i samotný způsob pěstování banánů. Na monokulturních plantážích jsou totiž velmi snadnou kořistí a vinou nízké biodiverzity škůdcům nestojí v cestě téměř žádná překážka.



*List banánovníku napadeného Černou Sigatokou.*

3

# TROCHA STATISTIKY





## TROCHA STATISTIKY

Banány se pěstují ve 135 státech světa v tropické a subtropické oblasti, ročně se jich podaří vyprodukovat asi 144 milionů tun. Ani ne pětina všech banánů, které se na světě vypěstují, ale jde na export. Čtyři pětiny se totiž sní „doma“, kde je lidé používají jako základ svého jídelníčku – 82 % všech sladkých banánů a 98 % slaných banánů plántejnů.

Podle FAO<sup>1</sup> jsou banány čtvrtou nejdůležitější plodinou co do hodnoty vyprodukované plodiny, a to po rýži, mléku a pšenici.

Banány jsou také jednou z nejdůležitějších plodin z hlediska potravinové suverenity, na čemž má lví podíl právě plántejn, připomínající chutí i škrabovitou strukturou naše brambory. Například ve Rwandě dodávají místním obyvatelům banány pětinu celkového příjmu energie a toto číslo se citelně zvyšuje ve chvíli, kdy ostatní plodiny postihne neúroda.



***V roce 2013 snědl průměrný Evropan 10,8 kg banánů. Největšími jedlíky v Evropě jsou severské státy (15-20 kg/hlavu/rok) a Velká Británie (17 kg). Světovými rekordmany jsou ovšem obyvatelé Ugandy se spotřebou 250 kg/hlavu/rok.***

Co se týče hodnoty, je banán nejdůležitějším ovocem na světovém trhu – před jablky, pomeranči nebo ananasem. Pro některé země jsou příjmy z exportu banánů naprosto zásadní – v Ekvádoru se například pohybují okolo desetin, v Kostarice kolem 7 %, v Guatemale 4,5 % celkové hodnoty vývozu ze země. Podíly za poslední desetiletí ale klesají s tím, jak se ze zemí začaly vyvážet produkty s vyšší přídavnou hodnotou - např. textil.

<sup>1</sup> Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) – Organizace pro výživu a zemědělství. [www.fao.org](http://www.fao.org)

## Spotřeba ovoce v Evropské unii

Zdroj: FAO, Eurostat, Rok: 2010-2011

Ovoce	%	počet kg na osobu
Jablka	18 %	18,30
Banány	10 %	10,00
Citrusy	30 %	30,00
Hrozny	8 %	7,60
Hrušky	4 %	4,40
Broskve	4 %	3,50
Jiné ovoce	26 %	26,20
	100 %	100,00

Statistické úřady do spotřeby většinou zahrnují i tzv. výrobní spotřebu – např. množství jablek, ze kterých se vyrobí dětská výživa, nebo pomeranče, ze kterých se vymačká džus. Lepší by tedy bylo sledovat data o prodeji ovoce, tato data ale nejsou pro ČR k dispozici a žádný státní orgán je nesleduje.

*Mezinárodní obchod s banány zahrnuje celkem asi 15,5 milionů tun exportního ovoce ročně a je rozdělen na několik importních zón, z nichž největší tvoří Evropská unie se spotřebou 4,8 – 5 milionů tun, následují Spojené státy americké a Kanada (4,1 – 4,4 milionů tun, ovoce pouze ze Střední a Jižní Ameriky), Rusko a nečlenské státy východní Evropy (1,5 milionů tun, ovoce pocházející především z Ekvádoru), Asie včetně Japonska (2,1 milionů tun, ovoce především z Filipín). Zbývající čtvrtinu obchodu si rozděluje několik dalších, menších trhů.*

*Zhruba 46 % exportních banánů pochází ze Střední Ameriky, 30 % z Jižní Ameriky, 15 % z Asie a 3 % z Afriky. Mezi 5 nejvýznamnějších vývozců patří Ekvádor, Filipíny, Guatemala, Kostarika a Kolumbie, jejich export tvoří společně 80 % světového trhu. Banány se pěstují i na některých územích, jež náleží evropským státům - například na Guadeloupe a Martiniku, Kypru, Krétě, Kanárských ostrovech, Azorských ostrovech nebo Madeiře. Evropská produkce činí asi 600 – 700 000 tun ročně a prodá se v rámci zemí EU, především ve Francii a Španělsku.*

### Podíl dovozců banánů na trhu v Evropské unii

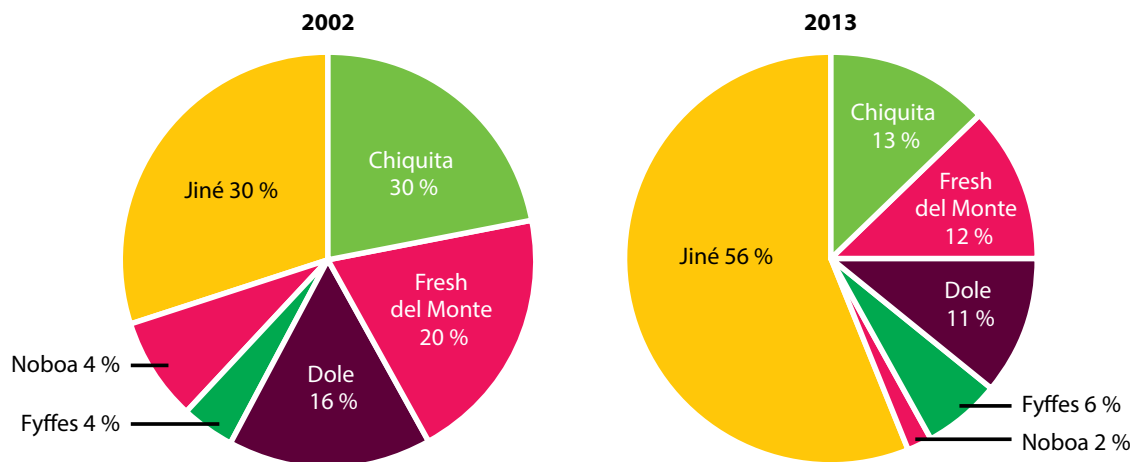
Zdroj: Evropská komise (Fúze společností Chiquita a Fyffes) Rok: 2014

Ovoce		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Objem</b> (v milionech krabic po 18,5 - 18,75 kg)	Chiquita	52	51	48	43	39,5	39	37	32
	Dole	40	35	36	26	25,5	20	20	20
	Fyffes	31	36	36	35	36	40	41	42
	Del Monte	28	23	20,5	22	23	20	18	19,5
	Ostatní	116	134	155	148	152	159,5	160	176
<b>%</b>	Chiquita	19 %	18 %	16 %	16 %	14 %	14 %	13 %	11 %
	Dole	15 %	13 %	12 %	9 %	9 %	7 %	7 %	7 %
	Fyffes	12 %	13 %	12 %	13 %	13 %	14 %	15 %	15 %
	Del Monte	10 %	8 %	7 %	8 %	8 %	7 %	7 %	7 %
	Ostatní	43 %	48 %	52 %	54 %	55 %	57 %	58 %	61 %

## Vybrané společnosti podle podílu na trhu v globálním exportu banánů, podle objemu

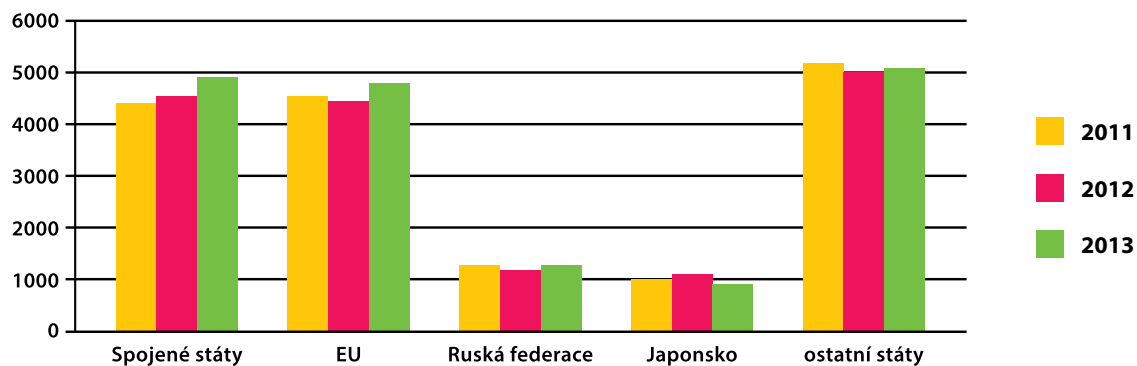
Zdroj dat za rok 2002: „The World Banana Economy“, FAO 2003.

Zdroj dat za rok 2013: Výpočet vycházející z výročních zpráv a prezentací jednotlivých společností. Pro společnost Noboa byla použita data z AEBE ([www.aebe.com.ec](http://www.aebe.com.ec))



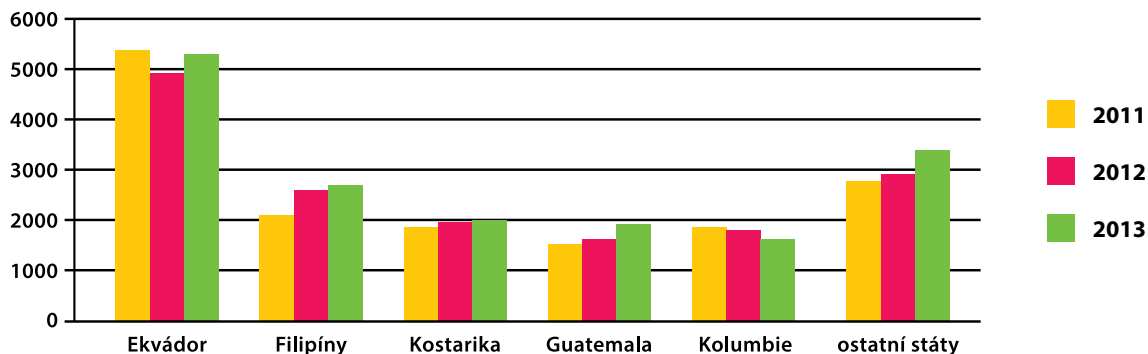
## Dovozy banánů

(v tis. tun)



## Vývozy banánů

(v tis. tun)



### CLA

Výše cel na dovoz banánů byla důvodem pro vleklý spor mezi USA a EU, často nazývaný „banánové války“. Ten ukončilo až rozhodnutí Světové obchodní organizace a následná Ženevská úmluva z roku 2010. Podle ní se budou cla postupně snižovat až na úroveň 114 eur/tuna v roce 2019.

Bývalé kolonie některých států EU, tzv. země ACP (např. Kamerun, Pobřeží Slonoviny, Ghana, Belize, Surinam) byly od cel osvobozeny již od počátku a EU je od roku 2010 finančně podporuje ve speciálním programu, aby byly na trhu konkurenceschopnější. EU také uzavřela několik mezinárodních ekonomických smluv a partnerství se zeměmi, jež produkují banány, například s Kolumbií nebo Peru. Největší světový exportér, Ekvádor, byl dlouho jedinou zemí bez jakékoli smlouvy či výhody, což se změnilo v roce 2016, kdy se dohodl na připojení ke stávající smlouvě mezi EU, Peru a Kolumbií.

# 5,2

**5,2 milionů tun  
banánů se dovezlo  
do EU v roce 2015**



4

BANANAS  
(FRESH PRODUCE)

NET WT 100LBS

Farm Fresh  
BANANAS  
69¢

DIVOKÁ  
PĚTKA  
SE MNOŽÍ





## DIVOKÁ PĚTKA SE MNOŽÍ

Obchod s banány ovládalo od počátku pouze několik velkých firem. Nejvýznamnější byly nechvalně proslulé United Fruit Company (Chiquita) a Standard Fruit Company (Dole), o kterých jsme již hovořili. Mezi další silné hráče patřily firmy Del Monte, Fyffes, Compagnie Fruitière či Noboa. Velmi často se o nich psalo právě jako o „wild bunch“, tedy divokém trsu, divoké pěticsi těch nejsilnějších, kteří vládnu celému odvětví a mají obrovskou vyjednávací sílu. Tyto firmy byly tzv. vertikálně integrované, což znamená, že vlastnily a ovládaly víceméně všechny články dodavatelského řetězce, od plantáží, přes přístavy či flotily chladících lodí, až po dozrávárny a distribuci. Platilo to od roku 1960, kdy byla vypravena první dodávka banánů v klasických banánových krabicích, a především dominance v oblasti dopravy byla velkou konkurenční výhodou velké pětky. V roce 1980 činil podíl tří největších firem (Chiquita, Dole, Del Monte) téměř dvě třetiny světového obchodu s banány.

Na začátku nového tisíciletí se ale situace začala měnit. Firmy se již v 90. letech začaly zbavovat přímého vlastnictví plantáží, protože pro ně pak bylo jednodušší odmítnout odpovědnost za špatné pracovní podmínky nebo poškozování životního prostředí. V mnohých zemích také začaly fungovat silnější vlády vyžadující dodržování legislativy. Ovocnářští giganti tedy raději nakupovali od nezávislých, menších producentů a věnovali se jiným částem dodavatelského řetězce (např. logistice, distribuci nebo marketingu). Některé firmy také špatně odhadly vývoj spotřeby, která nakonec spíše stagnovala a nevyvíjela se pro ně tak příznivě. Investice tedy nebylo z čeho zaplatit a firmy byly nuceny prodat část flotil či jiného vlastnictví.

S deregulací evropského banánového průmyslu v roce 2006<sup>1</sup> se firmám začalo dařit ještě hůře a na trh začínají postupně vstupovat noví hráči. V roce 2013 činil podíl tří největších firem na trhu pouze

o něco více než jednu třetinu a podíl pěti největších ani ne polovinu, pouze 44,4 % (o deset let dříve ovládalo pět největších firem 70 % trhu).

Co se týče přímého vlastnictví plantáží, Chiquita na nich vyprodukuje max. 40 % svých banánů, stejně jako Del Monte vlastníci farmy v Guatemale, Kostarice a Kamerunu. Dole má plantáže v Ekvádoru, Kostarice a Kolumbii a Fyffes nevlastní žádné.

Nejdůležitějším faktorem, který banánový trh rozkolísal, byl ale vstup nových hráčů - obchodních řetězců. Ty velmi dobře vědí, že banány patří mezi tzv. known value items, tedy výrobky, u nichž si spotřebitelé pamatují cenu. A podle ceny těchto výrobků, mezi které patří třeba půlka chleba, litr mléka nebo kilo Eidamu, pak hodnotí cenovou hladinu v celém obchodě. Cílem obchodníků tedy bylo (a je) srazit cenu kila banánů na co nejnižší úroveň (a to i za cenu toho, že na nich nevydělají vůbec nic), nalákat tak zákazníky a přesvědčit je, že i ostatní ceny v obchodě jsou nízké a vyplatí se přihodit do košíku i něco dalšího. Supermarkety si velmi rychle uvědomily, že

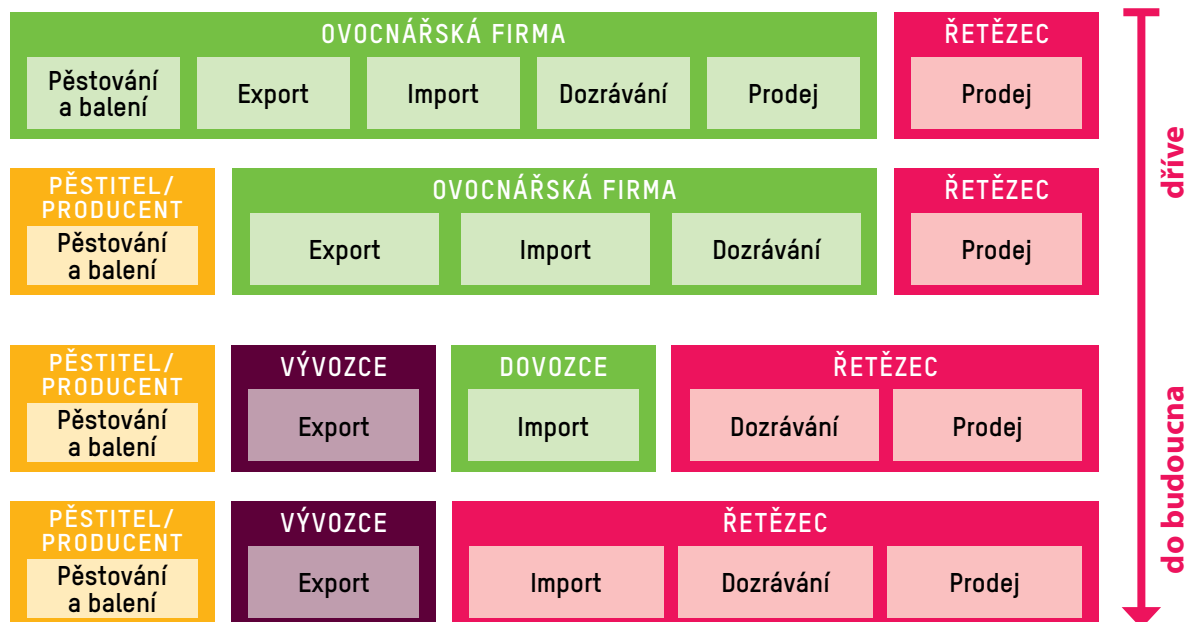
<sup>1</sup> 1.1. 2006 přešla EU na systém tarifů, přestala regulovat množství dovezených banánů a začala snižovat výši cel pro banány z tzv. dolarových zemí.

u banánů spotřebitelé nehledí příliš na značky, a rozhodly se, že cenu sníží právě tím, že budou banány nakupovat přímo od nezávislých pěstitelů.

V oblasti dopravy se situace také změnila, a to s příchodem kontejnerů. Ty umožňují velkou flexibilitu, na loď můžete naložit různé druhy zboží podle momentální potřeby a nemusíte ji například celou zaplnit banány. Všechny tři největší dopravní firmy na světě (Maersk, MSC a CMA CG) dnes nabízí dopravu v chlazených kontejnerech na svých lodích za velmi dobré ceny. Takový způsob dopravy snižuje náklady a řetězcům samozřejmě usnadňuje situaci.

Nadnárodní banánové firmy musely začít přehodnocovat svoje strategie - namísto marketingových kampaní a budování značky tak teď spíše investují do snižování nákladů a snaží se hledat svou konkurenční výhodu například v certifikačních systémech, jako je certifikace Rainforest Alliance. Řetězce dnes v mnoha zemích světa ovládají významnou část či většinu trhu s potravinami a mají tak velmi exkluzivní postavení. Zároveň je ale jasné, kdo je zodpovědný za pracovní podmínky na plantážích a ochranu životního prostředí. Jsou to právě řetězce, kdo má největší moc a může svým dodavatelům diktovat podmínky - a to nejen ty finanční, ale i ty, jež se týkají způsobu produkce.

### Struktura obchodu s banány se postupně mění



5

MOC

OBCHODNÍCH

ŘETĚZCŮ



## MOC OBCHODNÍCH ŘETĚZCŮ

V rámci zemí EU se v hypermarketech, supermarketech a diskontech (všechny dohromady můžeme nazvat obchodními řetězci) prodá 54 % všech potravin.<sup>1</sup> V roce 2012 činil podíl pěti největších řetězců v EU v průměru 83 %, od 68 % v Maďarsku po 97 % v Litvě. Podíl deseti největších řetězců činil 50 %. V ČR má podle údajů společnosti INCOMA Gfk deset největších řetězců 66% podíl na trhu.

Takto se může zdát, že koncentrace trhu není nikterak vysoká. Pokud však zohledníme i hlavní místo pro nákup potravin, čísla se zásadně mění. Podle údajů INCOMA Gfk je pro 85 % českých domácností hlavním místem nákupu potravin nějaký typ obchodního řetězce. Pro mnohé výrobce potravin je tedy prodej prostřednictvím řetězců zásadní pro to, aby na trhu přežili, popř. pro to, aby nemuseli výrazně snižovat objem své výroby. Vinou koncentrovaného trhu (skupinu řetězců můžeme s klidným svědomím přirovnat k oligopolu) mají výrobci jen velmi omezené možnosti, jak prodat své zboží jinak, mimo řetězce.

Představíme-li si trh s potravinami jako přesýpací hodiny, v nichž jsou na jedné straně miliony spotřebitelů a na straně druhé tisíce výrobců - dodavatelů, pak řetězce najdeme právě veprostřed, v oné nejužší části. Nejužší, ale nejdůležitější. Právě řetězce totiž fungují jako „vrátní“, kteří hlídají, jaké zboží se ke spotřebitelům dostane. Takového exkluzivního postavení mohou řetězce zneužívat a také se tomu tak děje, jak v ČR, tak v dalších zemích EU. Svým dodavatelům často vnucují velmi nevýhodné obchodní podmínky, přenášejí na ně obchodní rizika a tlačí je k extrémně nízkým cenám. Označujeme to jako „neférové obchodní praktiky“ (unfair trading practices) a jejich škála je opravdu velmi široká, od placení

poplatků za prostor v regále, po zrušení objednávky bez udání důvodu. Nejhůře na tuto situaci doplácí ti, kdo jsou na samém začátku dodavatelského řetězce - pěstitelé a pracovníci. Snižují se mzdy, množí se krátkodobé smlouvy, šetří se na pracovních pomůckách, potlačují se odbory.



<sup>1</sup> Metrikou je hodnota prodaných potravin. Planet Retail, European Grocery Retailing, květen 2014

## ZKUŠENOSTI ČESKÝCH DODAVATELŮ S ŘETĚZCI:

### TLAK NA DODAVATELE

*„Tlak je takový, že každý se snaží udělat ten výrobek co nejlevnější.“*

*“Ono se o tom nesmí mluvit, ale řídí se tím <vysát, ale nezabít>.”*

### VYJEDNÁVÁNÍ SMLUV

*„Smlouvu nevidíte do té doby, než si vás tam pozvou. Nesmíte si ji vzít s sebou. Nesmíte opustit ty jejich místnosti, ve kterých sedíte, a buď to podepíšete, nebo ne. (...) V momentě, kdy nesouhlasíte s jejich smlouvou, tak nedodáváte.“*

### VYNUCENÉ POPLATKY

*„V podstatě si to vynutí. Pokud oni chtějí, pak si placení inzerce vynutí. Aniž bychom my chtěli.“*

*„Často býváme žádáni, abychom platili náklady, nad kterými nemáme žádnou kontrolu.“*

### AKCE

*„Stává se, což je velká potíž, že zruší domluvenou akci na poslední chvíli... i výrobení primitivního výrobku našeho portfolia trvá minimálně týden. A oni zruší akci 2-3 dny před začátkem.“*

### NEROVNÉ POSTAVENÍ

*„Celý systém obchodování s řetězci je ten, že oni nám předurčují a staví podmínky, které my musíme dodržovat, bez pardonu. Neexistuje, že bychom udělali chybu, to je hned pokuta. (...) Ale když se stane chyba na druhé straně, tak pro ně neplatí nic, oni nic nemusí.“*

(zpracováno podle výzkumu Ekumenické akademie, odkaz najdete ve zdrojích na konci publikace)

Neférové obchodní praktiky ale dopadají i na spotřebitele - v dlouhodobém hledisku se hovoří o vyšších cenách a omezené nabídce. Jde především o situaci, kdy dodavatelé už nezvládnou tlak na snižování nákladů a obchod s řetězci je pro ně dlouhodobě nevýhodný. Zkrachují nebo trh opustí ještě před krachem a nabídka se tak zužuje.

Pro dodavatele pak neférové obchodní praktiky znamenají omezení inovací a investic, protože si je zkrátka v situaci, kdy musejí šetřit na vyrovnávání ztrát způsobených řetězci, nemohou dovolit.

U některých firem to znamená, že si nemohou koupit ani tak základní vybavení, jako je nový chladicí vůz.

Přístupy, jak situaci řešit, se liší. Některé státy využívají legislativu: soutěžní nebo smluvní právo, které ale není příliš vhodné, protože stěžovateli nezaručuje anonymitu. Jiné státy a také třeba Evropská unie jako celek vkládají důvěru do samotných obchodníků a dodavatelů a spoléhají se na jejich sliby, že si situaci vyřeší sami mezi sebou (jde o tzv. Voluntary initiatives). Obě možnosti se také dají kombinovat, což praktikuje například Velká Británie.

## Koncentrace pěti největších maloobchodních řetězců na trhu s potravinami

Zdroj: Ekonomický dopad moderního maloobchodu na výběr a inovace v evropském potravinovém sektoru, Evropská komise. Rok: 2014. Zahrnuje pouze jídlo.

	2004	2006	2008	2010	2012
Bulharsko	5 %	7 %	10 %	17 %	19 %
Rumunsko	4 %	7 %	10 %	15 %	20 %
Itálie	19 %	19 %	20 %	21 %	21 %
Kypr	10 %	14 %	17 %	21 %	25 %
Řecko	18 %	21 %	25 %	26 %	28 %
Maďarsko	26 %	29 %	30 %	30 %	30 %
Polsko	13 %	16 %	23 %	28 %	32 %
Velká Británie	46 %	44 %	42 %	42 %	39 %
Irsko	36 %	37 %	37 %	37 %	39 %
Slovensko	19 %	31 %	39 %	41 %	42 %
Lotyšsko	27 %	33 %	39 %	43 %	43 %
Česká republika	26 %	32 %	38 %	41 %	44 %
Chorvatsko	17 %	20 %	31 %	40 %	44 %
Evropský průměr	37 %	38 %	41 %	43 %	45 %
Španělsko	34 %	38 %	45 %	45 %	46 %
Finsko	46 %	43 %	45 %	48 %	50 %
Švédsko	52 %	51 %	48 %	49 %	50 %
Slovinsko	34 %	43 %	48 %	51 %	51 %
Portugalsko	37 %	38 %	44 %	49 %	54 %
Lucembursko	54 %	55 %	55 %	56 %	54 %
Dánsko	51 %	50 %	54 %	57 %	58 %
Nizozemí	51 %	47 %	46 %	53 %	58 %
Belgie	51 %	55 %	57 %	58 %	59 %
Francie	56 %	57 %	58 %	59 %	60 %
Litva	49 %	49 %	53 %	58 %	60 %
Německo	52 %	57 %	57 %	60 %	61 %
Rakousko	62 %	62 %	66 %	66 %	67 %
Estonsko	48 %	59 %	73 %	71 %	76 %



# 6 | CENA A HODNOTA ANEB JAK SE DĚLÍ BANÁN

---



## CENA A HODNOTA ANEB JAK SE DĚLÍ BANÁN

S příchodem ekonomické krize v roce 2009 začali být evropští spotřebitelé stále citlivější na cenu a častěji vyhledávají akční zboží. Podle agentury INCOMA GfK je pro 68 % Čechů hlavním kritériem při nákupu právě fakt, že je zboží ve slevě. Banány se mezi ním objevují velmi často, protože je řetězce využívají jako lákadlo. Výsledkem je, že stojí v průměru o 25 % méně než jablka – nejvíce spotřebovávané lokální, evropské ovoce. Banány se přitom dovážejí přes půl světa! V České republice stál v roce 2014 kilogram jablek průměrně 1,36 eur a kilogram banánů 1,24 eur.



***Všimli jste si, že ovoce je vždy na začátku obchodu, aby zákazníci získali dojem, že vše v obchodě je pěkné a čerstvé?***

Prodejní cena banánů zůstává od roku 2001 na víceméně podobné hladině, a to ve všech zemích EU.<sup>1</sup> V případě většiny hlavních exportních zemí ale cena v okamžiku dovozu do evropského přístavu<sup>2</sup> klesla za stejné období o 20 % a velkoobchodní ceny klesly o 25 %. To znamená, že se řetězcům stále daří zvyšovat svůj podíl na zisku.



V následující grafice můžete pozorovat rozdělení hodnoty banánu vypočítané pro hlavní exportní země, Ekvádor, Kolumbii, Kostariku, Dominikánskou republiku, Kamerun a Pobřeží slonoviny. Výpočet využívá tzv. hodnotové jednotky. Od velkoobchodní ceny banánů odečetl institut BASIC náklady na dovoz do EU, pojištění, cenu dopravy po EU a konzervativní odhad marží největších dovozců založený na jejich zveřejněných ziscích. Částka, která zůstane, představuje hodnotovou jednotku zahrnující kromě marže výrobce i náklady na produkci (agrochemikálie, obaly, platy zaměstnanců, spotřebu energií) a případnou dopravu do exportního přístavu. Jde o hodnotu, která zůstává v zemi produkce.


<sup>1</sup> S výjimkou Velké Británie, kde zuří cenové války mezi supermarkety, cena banánů tu klesla na polovinu.

<sup>2</sup> Tzv. CIF cena - v okamžiku, kdy loď přistane v evropském přístavu, ale ještě není zapláceno clo.



V grafu níže je vidět, že pokles ceny banánů v okamžiku dovozu se přenáší dodavatelským řetězcem až do zemí produkce. Zde se v případě všech hlavních exportních zemí snížila hodnota zboží o 20 - 50 %. Zaměstnanci plantáží dostávají v průměru 5 - 9 % celkové hodnoty banánů, zatímco řetězce 36 - 43 %.

## Jak se dělí banán



	Ekvádor	Kolumbie	Kostarika	Dominikánská republika	Kamerun
maloobchodník	42,4 %	36,8 %	40,7 %	43,4 %	41,6 %
dozrávárna	10,6 %	10,6 %	10,6 %	10,6 %	10,6 %
clo	8,6 %	8,6 %	8,6 %		
dopravní firma a dovozce	20,4 %	20,2 %	18,3 %	18,1 %	17,1 %
vývozce	4,3 %	4,3 %	4,3 %	4,3 %	4,3 %
majitel plantáže	6,8 %	10,5 %	10,5 %	16,5 %	21,2 %
pracovník na plantáži	6,9 %	9,8 %	7,0 %	7,1 %	5,2 %

Pro pochopení skutečného dopadu na pěstitele a zaměstnance je ale důležité vnímat i stále vyšší náklady na produkci a život. Ty se totiž zvyšují ve většině pěstitelských zemí v Latinské Americe a Africe. Zatímco tedy na jedné straně hodnota zanechaná v místě produkce klesá, náklady rostou a pěstitelům a zaměstnancům zbývá ještě méně.

**Mezi lety 2001 a 2015 se v průměru zvýšily náklady:**

- na dopravu po moři o **233 %**
- na hnojiva a pesticidy o **195 %**
- na obalový materiál o **150 %**
- na základní životní potřeby (jídlo, zdravotní péče, vzdělání, bydlení, doprava, komunikace)
  - o **92 %** v Kolumbii,
  - 129 %** v Ekvádoru,
  - 218 %** v Kostarice,
  - 278 %** v Dominikánské republice

*(Vypočítáno podle národního indexu spotřebitelských cen, zdroji informací jsou Ekonomická komise pro Latinskou Ameriku - ECLA a Mezinárodní měnový fond)*

Náklady na produkci se také zvýšily v souvislosti s většími požadavky na hygienické, kvalitativní a environmentální standardy, které řetězce od dodavatelů vyžadují. Například u certifikátu GLOBALG.AP udává dopadová studie,<sup>3</sup> že počáteční náklady představují pro drobné pěstitele 11 % jejich ročních tržeb a pro velké plantáže 4 %.

<sup>3</sup> IIED and NRI, Standard bearers: Horticultural exports and private standards in Africa, 2008

Jak je vidět, tlak řetězců na slevy, nízké ceny a přenašeni nákladů a obchodních rizik na dodavatele má nejhorší dopad v zemích produkce, tedy u těch článků dodavatelského řetězce, které mají nejmenší sílu vyjednávat či změnit svoje postavení. Drobní pěstitelé a zaměstnanci, nejslabší aktéři s velmi malým či žádným zastáním, trpí nejvíce. Taková situace má samozřejmě vliv i na jejich rodiny, komunity a lokální ekonomiku.

Z tohoto důvodu by bylo rozhodně dobré, aby Evropská unie (na jejímž území řetězce operují a kde mají svá sídla) přijala taková opatření, která by dodavatele z tzv. rozvojových zemí chránila před tlakem řetězců a neférovými obchodními praktikami. V současné době to totiž vypadá, že svoji snahu o prosazování udržitelného rozvoje a boj proti chudobě nebere EU až tak vážně - na jedné straně sice poskytuje velké prostředky na rozvojovou spolupráci, na druhé straně ale nebrání okrádání dodavatelů řetězci.

**Paradoxní je, že společnost Logio spočítala, že když obchodníci jako Tesco, Kaufland, Lidl a další umístí zboží do slev, lidé ovlivnění reklamou nakupují zlevněné zboží a už nekoupí jiné. Obchodníci kvůli tomu mají nakonec nižší celkové tržby a zisky. Polovina obchodníků kvůli špatně nastaveným slevám podle Legia prodělává. Účastníci konference Retail Summit 2016 se shodli, že hlavní překážkou ukončení slevové mánie je, že se těžko na trhu najde obchod, který na slevy zapomene jako první.**



# 7 | ČESKÝ TRH S BANÁNY



## ČESKÝ TRH S BANÁNY

Celková velikost trhu s banány v ČR se odhaduje na 111 000 tun či 6 milionů banánových krabic ročně.<sup>1</sup> 80 % banánů do naší republiky doveze těchto 5 společností: Compagnie Fruitière (45 %), Chiquita (asi 15 %), Bonita (10 %), Fyffes (asi 5 %).<sup>2</sup> Řetězec Tesco nakupuje pro své české obchody banány přímo od pěstitelů (asi 5 %). V posledních letech také velmi roste význam polské firmy Citronex. Dozráváren je v ČR poměrně dost a dovozci i řetězce si mezi nimi mohou vybírat.

Průměrná cena banánů v ČR je velmi podobná té německé, okolo 1,2 eur/kg v roce 2014. Průměrné ceny v obou těchto zemích patří mezi ty nejnižší

v Evropě a, pokud je přizpůsobíme inflaci, během posledního desetiletí mírně klesaly. Velkoobchodní ceny v posledních 10 letech také mírně klesají, s výjimkou drobného výkyvu v roce 2005, kdy skončil systém množstevních kvót na dovoz banánů. Jak je vidět, zvyšující se rozdíl mezi spotřebitelskými a velkoobchodními cenami nahrává řetězcům. Vývoj dovozních cen má také klesající tendenci, v roce 2014 šlo o zhruba polovinu ceny prodejní - 0,67 eur/kg.

<sup>1</sup> Údaje vycházejí z Eurostatu a Comtrade, jež zohledňují i reexport v rámci zemí EU. Český statistický úřad oproti tomu reexport nezohledňuje, čísla týkající se spotřeby tak mohou vyjadřovat vyšší a liší se i informace o státech, odkud se k nám zboží dováží. Kromě toho pracujeme i s daty francouzského institutu CIRAD, který trh s banány dlouhodobě sleduje.

<sup>2</sup> Údaje pro rok 2014.

### Objemy banánů dovezených do ČR podle zemí (2000 - 2014)



Zemí, odkud nejčastěji pocházejí banány prodávané v ČR, je Ekvádor. Následují Kolumbie, Kostarika, Kamerun a Panama. Situace s Kamerunem je v evropském kontextu poněkud specifická a je dána především tím, jak důležitým dovozcem je francouzská Compagnie Fruitière - ta v africké zemi vlastní velké plantáže.

Třetina banánů dovezených do ČR je označena evropskou zemí původu - Francií, Belgií nebo Nizozemím. Jde samozřejmě o již zmiňovaný případ reexportu, v těchto zemích se nacházejí významné přístavy, kam banány připlouvají a „vstupují“ na evropské území.<sup>3</sup>

Institut BASIC vypočítal rozložení hodnoty banánu na příkladu středně velké ekvádorské farmy - menší farma by vykazovala jiné výsledky u podílu zaměstnanců, protože práci tu z velké části vykonávají členové rodiny. Jak je vidět, největší podíl na výsledné ceně banánu má doprava a náklady spojené s dovozem banánů. Zaměstnanci plantáže mají zhruba osmiprocentní podíl.

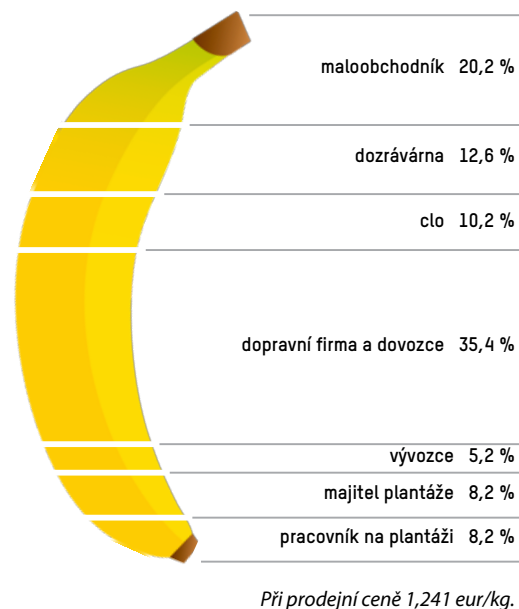
<sup>3</sup> Kromě Francie, jejímž zámořským územím je Guadeloupe i Martinik, na obou ostrovech se banány pěstují.

### Podíl dovozců banánů na českém trhu

Zdroj: Evropská komise (Fúze společností Chiquita a Fyffes). Rok: 2014

Compagnie Fruitière	45 %
Chiquita	15 %
Bonita (Noboa)	10 %
Fyffes	5 %
Tesco	5 %
Jiné	20 %

### Jak se dělí banán dovezený do ČR (příklad banánu z Ekvádoru)



# 9,9 kg

banánů sní průměrný  
Čech za jeden rok

8

CO SE

SKRÝVÁ

POD SLUPKOU?



## CO SE SKRÝVÁ POD SLUPKOU?



Banány má většina z nás spojené s něčím pozitivním - teplo, slunce, sladko... Pro ty, kdo na plantážích pracují nebo žijí v jejich okolí, znamenají banány mnohdy něco úplně jiného. Pracovníci často nedostávají za svou práci důstojně zapláceno a produkce banánů ničí kvůli vysoké spotřebě chemikálií životní prostředí.

### LIDSKÁ PRÁVA

**Lidé pracující na banánových plantážích se potýkají s:**

- diskriminací a sexuálním obtěžováním

Ženy představují v některých zemích pouze 7 % všech pracovníků, protože jejich zaměstnávání na plantážích je vnímáno jako vysoce rizikové a nákladné. Ty, které na plantážích pracují, čelí v mnoha případech sexuálnímu obtěžování a diskriminaci. Většinou je ale nikde nenahlásí, protože se bojí, že by přišly o zaměstnání. Ženy z plantáží často kvůli extrémně dlouhé pracovní době vůbec nevidí své děti. Brzy ráno vstanou a nachystají jim jídlo na celý den. Předají je příbuzným nebo sousedkám a ještě, než se děti probudí, odjíždějí do práce. A večer se z ní vrací už v okamžiku, kdy děti spí.

- porušováním práva na jistotu zaměstnání

Na banánové plantáže jsou často najímáni pracovníci, kteří se sem stěhují za prací. Porušování jejich práv je velmi snadné, často nemají legální status, mohou být kvůli čemukoli snadno propuštěni nebo je majitelé plantáží jednoduše znovu nenajmou. Mezi důvody pro výpověď patří nejčastěji snaha pracovníků sdružovat se do odborů. Dalším problémem je, že pracovníci jsou často najímání třetí stranou (tedy ne přímo majitelem plantáže), což vede

k ještě většímu tlaku na snižování mzdy a ztěžuje to možnosti sdružování v odborech. Na plantážích se rozmáhají krátkodobé smlouvy (většinou na tři měsíce), jež udržují pracovníky v nejistotě a poslušnosti. Jakákoli stížnost nebo protest je důvodem smlouvu neprodloužit. V jednotlivých zemích fungují tzv. blacklisty, sdílené mezi zaměstnavateli. Jakmile se na takový seznam dostanete, například kvůli obraně svých práv, na zaměstnání na plantážích můžete zapomenout.

*„V létě roku 2014 jsme na naší plantáži založili odbory, protože naše pracovní podmínky byly příšerné. V říjnu nás všechny vyhodili. Potom jsem v Peru na jedné konferenci vyprávěl o našem případě a když jsem se vrátil domů, začaly mi chodit výhrůžky, volal mi můj bývalý šéf. Dlouho jsem se pak kvůli tomu skrýval a v březnu 2015 jsem podal žalobu. Dodnes nemám žádnou odpověď.“*  
*Isidro Ochoa (50), Ekvádor*



- porušováním práva na svobodu sdružování v odborech

Majitelé plantáží používají různé způsoby, kterými potlačují či přímo znemožňují práci odborů. Těm, kteří se chtějí k odborům přidat, vyhrožují výpovědí, výjimkou nejsou ani útoky na předáky či přímo vraždy, jako se tomu děje v Guatemale či Kolumbii. Pro pracovníky je přitom možnost práce odborů a společné vyjednávání o dodržování jejich základních pracovních práv jednou z mála možností, jak zlepšit své životní a pracovní podmínky.

- porušováním práva na bezpečnost práce

Na banánových plantážích se používá velké množství agrochemikálií - pesticidů a hnojiv. Krátkodobý i dlouhodobý kontakt s tak nebezpečnými látkami má přitom vážné zdravotní následky. Proto je používání ochranných pomůcek extrémně důležité.

## ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

Pro přírodu může být pěstování banánů opravdovou hrozbou - co se tedy skrývá pod žlutou slupkou?

- velké množství odpadu, především plastových sáčků
- eroze půdy a s ní spojené vyšší riziko záplav
- odlesňování
- snižování úrodnosti půdy
- snižování druhové rozmanitosti

Banánové plantáže jsou v drtivé většině monokultury – pěstuje se na nich pouze jeden druh plodin, což významně zvyšuje rychlost šíření všech nežádoucích organismů, ať už jde o plísň, bakterie, parazity nebo hmyz. Banány se staly po bavlně druhou chemicky nejošetřovanější plodinou na světě a spotřeba pesticidů, tedy látek hubících různé druhy organismů, se stále zvyšuje. Jde o stálý koloběh, protože organismy jsou schopné stát se vůči pesticidům odolnými (zvyšovat svou rezistenci). Kromě nežádoucích látek ničí ale pesticidy i řadu dalších, které jsou v přírodě důležité. Narušují se tak přirozené ekologické vztahy.

## Život s chemií

Agrochemikálie (tedy pesticidy a hnojiva) se hromadí v těle lidí i zvířat, znečišťují půdu a především vodní zdroje. Lidé bydlící v okolí plantáží tak nemají přístup k nezávadné vodě a na pití, vaření a umývání používají vodu kontaminovanou chemikáliemi. Pracovníci na plantážích přicházejí do styku s chemikáliemi denně – když je na rostliny aplikují, často bez řádných ochranných pomůcek, nebo při postřících plantáží z letadel.

## Proč jsou pesticidy nebezpečné?

Je dokázáno, že pesticidy přispívají ke vzniku rakoviny a poruchám rozmnožování. Jedním z mnoha případů je kauza ze 70. let minulého století, kdy desítky tisíc pracovníků banánových plantáží v Nikaragui ztratily plodnost poté, co pracovaly s pesticidem DBCP. Důsledky působení pesticidů jsou různé – kromě ztráty plodnosti může jít o kožní a oční nemoci, dýchací problémy, rakovinu nebo i smrt.





Na následky otrav pesticidy zemře na 300 000 lidí ročně a v 99 % případů se tomu tak děje v rozvojových zemích. Život či práce v pesticidy zamořeném prostředí po dlouhou dobu může znamenat i vážné duševní poruchy, jako je schizofrenie či deprese. Velkým problémem je zde samozřejmě nedostatek ochranných pomůcek, které by pracovníky na plantážích před chemikáliemi ochránily, ale také vysoká negramotnost – lidé si nedokážou přečíst varování či návod k použití na obalu.

### **JSOU PESTICIDY V OVOCI?**

*Hladina pesticidů se pravidelně měří hygieniky a výsledky ukazují, že rezidua sice v ovoci jsou, nepřekračují ale v drtivé většině povolené množství. Nikdy ovšem nevíme, jaký důsledek může mít kombinace jednotlivých pesticidů, tzv. chemický koktejl, a fakt, že jsme mu většinou vystaveni dlouhodobě. Nejčastěji se mezi rezidui objevují Imazalil, Chlorpyrifos a Thiabendazol.*

## BANÁNOVÉ ZEMĚ

### PERU

Peruánský banánový průmysl patří mezi ty nejrychleji rostoucí, v roce 2015 se zde očekával vývoz 190 000 tun banánů, z nichž je drtivá většina certifikovaná jako bio. Banány v Peru většinou pěstují majitelé menších pozemků (průměrně 1,2 ha), kteří dříve fungovali jako nezávislí dodavatelé větších firem. Mnoho z těchto menších podniků se v posledních letech stalo i vývozci. V Peru panují velmi napjaté vztahy mezi majiteli plantáží a zaměstnanci, především kvůli nízkým mzdám, příliš dlouhé pracovní době a diskriminaci.

### EKVÁDOR

Ekvádor je nejvýznamnějším vývozcem banánů, v roce 2013 odsud putovalo do světa 5,3 milionů tun tohoto ovoce. Produkce banánů je zde velmi různorodá, zhruba třetina producentů jsou drobní pěstitelé vlastníci méně než 5 hektarů půdy a polovina majitelů plantáží pak vlastní více než 10 hektarů pozemků. Odbory jsou v Ekvádoru poměrně slabé a mají málo členů a členek. Vláda Ekvádoru ustanovila oficiální minimální cenu pro krabici banánů, aby chránila pěstitelé před výkyvy trhu a tlakem nákupčích. Podle neoficiálních zpráv se ale pravidla často obcházejí a pěstitelé jsou nuceni část peněz exportérům nelegálně vracet. Ekvádorská vláda také usiluje o to, aby místní zaměstnanci dostávali důstojně zaplacenou za svou práci, a Ekvádor se tak stal jednou z mála zemí na světě, kde minimální zákonná mzda pokrývá náklady na důstojný život. Velkým problémem pro odvětví je fakt, že mladá generace opouští kvůli špatným výdělkům zemědělství a odchází za prací do měst.

### KOLUMBIE

V Kolumbii se banány pěstují na téměř půl milionu hektarů půdy (především v regionech Antioquia, Urabá a Magdalena) a v roce 2013 se odsud vyvezlo 1,6 milionu tun tohoto ovoce. Banánový průmysl má v Kolumbii velmi specifickou historii, práci na plantážích totiž v rámci demilitarizačního procesu dostávali velmi často bývalí příslušníci místních guerrill - ozbrojených skupin. Odbory jsou zde velmi silné s mnoha členy a po dlouhá léta tak místní pracovní podmínky patřily ve srovnání s ostatními exportními zeměmi mezi nejlepší. V současnosti ale místní zaměstnanci zažívají velký tlak na to, aby se kvůli snižování nákladů svých práv vzdali, a na plantážích roste napětí.

### KOSTARIKA

Banány jsou pro Kostariku vedle kávy a ananasů nejdůležitějším vývozním artiklem a pěstují se na 51 800 hektarech plantáží. Odvětví charakterizuje velmi silný odpor vůči sdružování zaměstnanců v odborech. Odboráři čelí diskriminaci, vyhazovům a v zemi fungují i blacklisty, tedy seznamy „nežádoucích“ lidí, kterým nikdo nechce dát práci, protože si dříve stěžovali nebo byli aktivní v odborech. Oficiální předpisy týkající se mezd a systému sociálního zabezpečení jsou progresivní a jsou nastavené vůči zaměstnancům příznivě. Jen málo těch, kdo pracují na banánových plantážích, ale ve skutečnosti takového systému využije. Velkou část pracovníků totiž tvoří migranti z Nikaragui a Panamy, kteří do něj nespádají. Vzhledem k tomu, že jsou mnohdy v zemi ilegálně, jsou častou obětí porušování pracovních práv. Produkci banánů v Kostarice také provází častá diskriminace žen (jejichž počet na plantážích stále klesá) a velké množství agrochemikálií.

## GUATEMALA

Guatemalský banánový průmysl je na velkém vzestupu a země tak v roce 2013 dokonce předběhla Kolumbii a poskočila na její třetí místo v rámci exportů z Latinské Ameriky. Objemem vyvezených banánů se dnes velmi blíží Kostarice, jež zaujímá místo druhé.

Většina guatemalských banánů putuje do USA, část z nich ale nakupuje pro trhy střední Evropy Tesco a dostávají se tak i do České republiky. Banány se v Guatemale pěstují v regionu Izabal na pobřeží Karibiku a na opačné straně země, na pobřeží Pacifiku. Pacifická strana je velmi problematičná, protože tu kvůli násilí, výhrůžkám, únosům i vraždám nefungují odbory. I odboráři na karibské straně se potýkají s násilím, na druhou stranu ale byli schopni vyjednat se zaměstnavateli dobré pracovní podmínky.

## DOMINIKÁNSKÁ REPUBLIKA

Dominikánská republika je jednou z mála karibských zemí, která vyváží větší množství banánů, v tomto případě především organických. Banány jsou pro Dominikánci druhou nejdůležitější vývozní plodinou a také důležitým zdrojem výtěžku pro pěstitelů i zaměstnance. 90 % pěstitelů jsou drobní farmáři obhospodařující méně než 2,5 hektaru.

Produkcí tu ohrožují časté hurikány a velmi nízké výkupní ceny, mnoho pěstitelů tak odvětví opouští. Dvě třetiny zaměstnanců tvoří migranti ze sousedního Haiti a část z nich je v zemi ilegálně - o to snazší je tedy porušování jejich práv. V roce 2015 se ale podařilo (i díky tlaku Fairtrade International a dalších nevládních organizací) rozjet proces legalizace pracovníků. Ti postupně dostávají pracovní povolení a další doklady. Banány se nyní začínají pěstovat i u sousedů na Haiti.

## FILIPÍNY

Filipíny jsou druhým největším vývozcem banánů na světě, v roce 2013 jich odsud odplulo 2,7 milionu tun. Exportní banány představují asi čtvrtinu produkce, zbývající část sní sami Filipínci. Odrůda Cavendish se tu objevuje jen na polovině plantáží, na té druhé byste našli kultivary, jako je Saba, Lakatan nebo Latundan. Filipínské banány putují zejména na asijské trhy a jen malá část z nich je vypěstovaná v bio režimu.

## POBŘEŽÍ SLONOVINY a KAMERUN

Vývoz banánů z afrických zemí stále roste, v roce 2013 dosáhl 665 000 tun. V Pobřeží slonoviny se banány pěstují na 439 000 hektarů a v Kamerunu na ještě větší ploše, na 600 000 hektarů. Vinou soustřežení s Latinskou Amerikou se stále zvětšuje tlak na výkupní ceny, což má negativní vliv na pracovní podmínky zaměstnanců. Jejich pracovní doba je velmi dlouhá a mzdy mizerné, stejně jako bezpečnost a ochrana zdraví při práci - a to přesto, že se při ní používá velké množství nebezpečných pesticidů. V roce 2013 vznikly v Kamerunu odbory na plantážích největší místní exportní společnosti a i v Pobřeží slonoviny byl v roce 2015 založen svaz čtyř odborových organizací.

## UGANDA

Uganda je hned v závěsu za Indií, kde se vypěstuje nejvíce banánů na světě. Toto ovoce, které tvoří základ místního jídelníčku, pěstuje více než 75 % všech ugandských zemědělců. Záleží na regionu, ale Ugandané sní i kilogram banánů denně! Jde však hlavně o slané banány plantejny. Ve své knize „Má africká cesta“ napsal Winston Churchill, že Kampala, hlavní město Ugandy, není pro samé banánové listy téměř vidět.

## ROZHOVOR

### Jaká je situace žen pracujících na banánových plantážích ve tvé zemi?

#### Adela Torres, Kolumbie, organizace SITRAINAGRO

Manažeři plantáží u nás v Kolumbii nechtějí ženy zaměstnávat, říkají, že by museli platit mateřskou a že ženy vyžadují víc volna. Jednoduše se nechtějí ženami vůbec zabývat. Pro Kolumbijky je opravdu strašně těžké získat práci v tomhle sektoru. Snažíme se to změnit prostřednictvím naší práce v odborech, přeci jen je produkce banánů oblast, kde by spousta žen mohla najít práci. Zatím je to ale pořád tak, že práci dostávají muži.

#### Fatima Del Rosario Herrera Olea, Peru, organizace SITAG

Ženy v Peru často pracují více než 10 hodin denně, ale dostávají zapláceno jen za 8 hodin. Zůstávají v práci déle než muži, protože se bojí ozvat. Kromě toho mají menší platy než muži. Nejsou tak průbojné, mají strach hájit svoje práva. A když se přidají k odborům, často zažívají šikanu.

#### Gloria Garcia, Honduras, organizace COSIBAH

Mezi tím, jaká je situace žen v Hondurasu, je velký rozdíl - a to především v tom, jestli mluvíme o ženách, které jsou v odborech, nebo ne. Pokud jsou zapojené do odborů, mají většinou docela dobré živobytí. Pokud ne, a to většinou pracují pro tzv. nezávislé výrobce, kteří dodávají větším firmám, jako je např. Dole nebo Chiquita, tak ty se tak dobře nemají, jejich práva neustále někdo porušuje. Nemají vůbec žádnou jistotu, často jim neplatí ani minimální mzdu a když otěhotní, dostanou vyházov.

#### Selfa Sandoval, Guatemala, organizace SITRABI

Mám to štěstí, že pracuji na plantáži, kde jsme všichni v odborech a máme kolektivní smlouvu. Jsme na to velmi pyšní, naše odbory fungují už 65 let! Díky tomu se nám podařilo vyjednat spoustu důležitých věcí, které ženy jako zaměstnankyně potřebují. V Guatemale se ale pěstují banány i na pobřeží Pacifiku a tam odbory vůbec neexistují. Situace žen je tam velmi těžká, nemají žádnou jistotu a jsou zneužívány. Když si představím, jak vysoké nároky na nás klade náš zaměstnavatel, jak nás honí kvůli kvalitě a produktivitě, jak je na nás tvrdý... jak to tedy může vypadat tam, kde nejsou odbory!

#### Mireya Rodriguez, Kostarika, organizace COSIBA/SITRAP

Zásadní problém žen v Kostarice je, že jim jejich zaměstnavatelé brání organizovat se, neexistuje tady svoboda sdružování. Mnohé ženy přijdou o zaměstnání, když otěhotní. Sexuální obtěžování je taková stálice... manažeři a majitelé ženám nabízejí práci na plantáži nebo prodloužení smlouvy výměnou za sexuální služby. Pro ženy obecně vůbec není snadné najít práci. Když už ji najdou, musejí za ní často cestovat velmi daleko. A kvůli dlouhé pracovní době nemají šanci trávit čas se svou rodinou.

9

JAK

NAKUPOVAT

OVOCE ODPOVĚDNĚ?





## JAK NAKUPOVAT OVOCE ODPOVĚDNĚ?

### LOKÁLNÍ OVOCE

Roman Vaněk z Pražského kulinařského institutu s oblibou říká, že nám supermarkety vzaly čtyři roční období. Je to pravda a zároveň ani není moc o co stát. Spousta ovoce z řetězců totiž postrádá jakoukoli chuť a vůni. Vzpomínáte na ty jahody z Maroka, kterým jste v březnu neodolali? Opravdu vám připomněly chuť slunce a vůni léta? Chcete-li nakupovat odpovědně, je dobré sledovat, jaké ovoce zrovna dozrává, a konzumovat to sezónní. Úplně ideální je pak nákup sezónního ovoce přímo od pěstitelů, kteří jsou vašemu bydlišti co nejbližší. Odpadají tak negativní dopady dopravy a navíc investujete do lokální ekonomiky. Nejsnáze ho pořídíte na farmářských trzích, pomocí bedýnkového systému nebo přímo ze dvora.

#### Užitečné adresy:

[www.naovoce.cz](http://www.naovoce.cz)

[www.adresarfarmaru.cz](http://www.adresarfarmaru.cz)

<http://biospotrebitel.cz/bio-poradna/jak-na-eko-domacnost/ovoce-zelenina-a-pesticidy>

Kdy dozrává ovoce?	
Květen	jahody
Červen	jahody, třešně, višně
Červenec	angrešt, broskve, letní hrušky a jablka, jahody, maliny, meruňky, rybíz, švestky, třešně, višně
Srpen	angrešt, broskve, letní hrušky a jablka, jahody, maliny, meruňky, rybíz, švestky, ostružiny, hroznové víno
Září	angrešt, broskve, zimní hrušky a jablka, jahody, maliny, melouny, ostružiny, švestky, hroznové víno
Říjen	broskve, zimní hrušky a jablka, ostružiny, švestky, víno

### NAKUPOUJTE PŘÍMO OD PĚSTITELE, STAŇTE SE ČLEMEM KPZKY!

*Komunitou podporované zemědělství (KPZ) je systém založený na vzájemném vztahu mezi spotřebiteli a producenty potravin, kteří společně sdílejí bohatství úrody i riziko neúrody. KPZ je založeno na partnerství, které je často formálně stvrzeno smlouvou mezi podílčníky a producenty. Toto partnerství je spojeno se závazkem po určitou dobu dodávat a odebírat produkty – obvykle od několika měsíců až po několik let. Členství v komunitou podporovaném zemědělství vychází ze snahy spotřebitelů mít možnost v budoucnu ovlivňovat nabídku potravin - je rozhodnutím získat zpět ztracenou potravinovou suverenitu. Vychází také ze snahy sedláků převzít odpovědnost za vlastní budoucnost a vymanit se ze závislosti na dotacích či globalizovaném trhu.*

*Více zde: [www.kpzinfo.cz/co-je-kpz](http://www.kpzinfo.cz/co-je-kpz)*

## CERTIFIKOVANÉ OVOCE

### BIO certifikace

Certifikace ekologického či organického zemědělství vám jako zákazníkovi zaručuje, že ovoce bylo vypěstováno především s ohledem na životní prostředí. Na certifikovaných plantážích se nepoužívají syntetické pesticidy či hnojiva (uměle vyrobené chemikálie). Problémy se škůdci se řeší především preventivně (mechanicky, střídání a vhodné kombinace plodin) a přírodními látkami (např. česnek, chilli, citrusové oleje). Hnojí se kompostem, zeleným hnojením a hnojem hospodářských zvířat.

Výrobci musejí také šetrně nakládat s vodními zdroji nebo odpadem. Koupíte-li si organický banán, máte jistotu, že neutrpěla příroda - žádnou záruku důstojných pracovních podmínek nebo spravedlivých výkupních cen ale nedostanete.



Označení bio certifikace existuje mnoho, protože každý stát má většinou své vlastní. Fungování je ale víceméně stejné, v zemi existuje zákon o ekologickém zemědělství, je určeno, kdo dodržování pravidel kontroluje, a každý výrobek, jenž má na obalu slova „bio“ nebo „eko“, by měl být označen kódem (slouží pro dohledání kontrolní organizace) a oficiálním logem (u nás jde o zelenou zebra). V Evropě podléhá také evropské legislativě a biopotravinu poznáme podle evropského „lístečku“.

### Jak poznáte biovýrobek?



Česká republika



Evropská unie



USA



Rakousko



Německo

## Certifikace Fairtrade

Certifikace Fairtrade spotřebitelům zaručuje, že produkce výrobku proběhla podle principů spravedlivého obchodu. Patří mezi ně například zákaz dětské práce, zákaz nucené práce, vyplácení dostatečně vysokých mezd a spravedlivých výkupních cen, rovnost a demokracie, ochrana životního prostředí a dlouhodobé a transparentní obchodní vztahy. Certifikaci mohou nést buď plantáže (v tomto případě se nejvíce kontroluje bezpečnost práce, dodržování práv zaměstnanců, dostatečné mzdy atd.) nebo drobní pěstitelé sdružení do družstev, zde je nejdůležitější vyplácení spravedlivých výkupních cen. Důležitým principem je vyplácení tzv. fairtradového/sociálního příplatku, jehož cílem je rozvoj komunity. Pěstitelé a zaměstnanci plantáží mohou tuto prémii využít k vybudování infrastruktury, opravám cest,

zajištění elektřiny, pitné vody nebo zdravotní péče, ke školení a vzdělávání nebo jako mikropůjčky.

Dodržování pravidel kontroluje nezávislá třetí strana, společnost FLOCERT.

Co se týká ovoce, je v České republice zatím možné koupit jen fairtradové banány (Marks and Spencer, Freshbedýnky, Sklizeno) a někdy i ananas (Freshbedýnky). Poznáte je podle modrozelené známky na obalu výrobku. Ochranná známka je vlastnictvím nevládní organizace Fairtrade International, která zároveň vyvíjí standardy pro jednotlivé produkty.



### Fairtradové banány v číslech

	2012 - 2013	2011 - 2012
Počet zaměstnanců a pěstitelů certifikovaných plantáží a družstev	27 100	24 500
Počet certifikovaných hektarů	38 700	33 000
Množství certifikovaných banánů	793 800 tun	623 200 tun
Množství certifikovaných banánů vyprodukovaných v režimu BIO	291 800 tun	290 800 tun
Procentuální poměr bio banánů v certifikované produkci	37 %	47 %
Množství banánů prodaných na fairtradovém trhu	406 000 tun	342 300 tun
Jaké procento certifikovaných banánů se prodá skutečně na fairtradovém trhu (zbytek se prodá na běžném trhu)	62 % (certifikovaná družstva) 69 % (certifikované plantáže)	61 % (certifikovaná družstva) 65 % (certifikované plantáže)
Kolik peněz dostaly certifikované plantáže a organizace v rámci vyplácení tzv. fairtradového premia (sociálního příplatku)	17,014,600 EUR	16,248,000 EUR

(Zdroj: Fairtrade International, Monitorovací zpráva 2014. Data nejsou úplná, nezahrnují údaje od nově certifikovaných organizací a od organizací, které je nebyly schopny dodat do termínu uzavření reportingu).



## JAKOU ČÁST TRHU TVOŘÍ FAIRTRADOVÉ BANÁNY?

*V roce 2014 se banány s certifikací Fairtrade poprvé přiblížily hranici půl milionu tun - prodalo se jich totiž více než 400 000 tun, o 10 % více než v roce 2013. Nejvíce fairtradových banánů nakoupili Britové (30 % banánů prodaných ve Velké Británii nese certifikaci Fairtrade) a Švýcaři (ve Švýcarsku jde o více než 50 %). Každý čtyřicátý banán na světě nese certifikaci Fairtrade a třetina z nich byla zároveň vypěstována v bio režimu. V roce 2014 nejvíce rostly trhy v Německu, Francii a Nizozemí. Ve Francii se prodalo v roce 2014 19 000 tun fairtradových banánů (místní trh vyrostl o 140 %), především díky tomu, že řetězec Carrefour začal prodávat banány s certifikací Fairtrade a bio. Německý trh dosáhl v roce 2014 51 000 tun a rostl o 50 %, hlavně díky aktivitě řetězců Lidl a Aldi, a odhaduje se, že fairtradové banány tvoří asi 8 % německého trhu.*

*V rámci certifikace Fairtrade funguje v současnosti 113 certifikovaných organizací ve 12 zemích Latinské Ameriky, Karibiku a Afriky, 63 z nich jsou pěstitelská družstva a 50 plantáže. 70 % prodeje fairtradových banánů pochází od družstev sdružujících drobné pěstitele.*

## Ovoce od 100% fairtradových společností

Stoprocentní fairtradové společnosti jsou ty, které neobchodují s žádným jiným zbožím než s tím, které pochází ze systému spravedlivého obchodu. Jsou členy World Fair Trade Organization (WFTO - Světové fairtradové organizace) a právě toto členství zaručuje, že jejich produkty vznikají ve spravedlivých podmínkách. Kontrola dodržování pravidel je méně administrativně a organizačně náročná a tedy i levnější než u systému certifikace Fairtrade. Probíhá především pomocí křížového hodnocení, ale WFTO v současnosti zavádí i systém pro anonymní příjem stížností a kontrolu zpříšňuje.

Do České republiky se nejčastěji dostávají banány od fairtradového družstva UROCAL, které k nám dováží německé firmy Bana Fair a Agrofair. Data o prodejích bohužel nejsou k dispozici.



NATÜRLICH FAIR



**CO JE TO FAIR TRADE?**

*Fair trade je způsob obchodu, který dává pěstitelům, zaměstnancům a řemeslníkům ze zemí Latinské Ameriky, Afriky a Asie možnost užít se vlastní prací za důstojných podmínek. To není v mnoha zemích světa stále samozřejmostí, naopak zemí, kde lidé za svou práci nedostávají spravedlivě zapláceno, neustále přibývá.*

*Fair trade vznikl nejdříve jako snaha církevních organizací, které dovážely do Evropy řemeslné výrobky. Pilířem spravedlivého obchodu se staly organizace, které neobchodovaly s ničím jiným než s fairtradovými výrobky – dnes jim říkáme tradiční stoprocentní fairtradové společnosti. I v současnosti ale vzniká mnoho takových firem.*

*V 90. letech pak přišla i certifikace Fairtrade zavádějící jednotné logo označující fairtradové výrobky. Odpověděla tak na potřebu zákazníků rozeznat snadno a rychle produkt vyrobený podle principů spravedlivého obchodu. Zatímco v systému certifikace Fairtrade se dnes nejvíce obchoduje s potravinami (káva, kakao, třtinový cukr, banány) a řezanými květinami, systém tradičních fairtradových společností (které jsou členy Světové fairtradové organizace) je především doménou řemeslných výrobků.*

**Rainforest Alliance**

Certifikace Rainforest Alliance vznikla v roce 1990, kdy byl vytvořen standard pro první produkt - banány. Následovaly káva a citrusy a dnes nese certifikační známku se žabičkou mnoho dalších zemědělských produktů a dřevěných výrobků. Již od začátku své existence se Rainforest Alliance dařilo parterství s velkými značkami (Mars, McDonalds, Kraft apod.) a nadnárodními korporacemi, což umožnilo její rozvoj a velké rozšíření. Většina produktů pochází z plantážních systémů velkých společností, protože na rozdíl od Fairtrade International nepreferuje drobné pěstitele. Nemá definovanou žádnou minimální cenu, platby předem, dlouhodobé obchodní vztahy ani příplatek na rozvoj komunity (sociální prémium). Vyžaduje ale přísnější kritéria pro ochranu vodních zdrojů, biodiverzity a půdy. Z 94 environmentálních a sociálních kritérií je pouze 14 povinných k získání certifikátu. Celkově ale musí být splněno 80 % všech kritérií.

Kontrolu dodržování pravidel může provádět více certifikačních firem, díky čemuž mají pěstitelé možnost vybrat si nevhodnější firmu.

Za mínus se dá rozhodně považovat, že stačí, aby výrobek obsahoval pouze 30 % certifikované suroviny, a již může být označen certifikační značkou. To nám může být sice v případě banánů jedno, u ostatních produktů jde ale o důležitý aspekt.

V České republice se můžete nejčastěji setkat s banány značky Chiquita, které nesou certifikaci Rainforest Alliance, prodává je například řetězec Globus a Albert.



## Ovoce v koši

Podle průzkumu iniciativy Zachraň jídlo se v ČR nejčastěji vyhazují pečivo a ovoce a zelenina. Podobně je na tom třeba i Velká Británie (tam nejčastěji končí v koši chléb, ovoce a zelenina a mléko). V zemích EU se takto vyhodí celkem 100 milionů tun jídla a 30 % půdy na celém světě produkuje jídlo, které nikdo nikdy nesní.

ČR se řadí do tzv. „rozvinutého“ světa, kde se jídlo vyhazuje především proto, že lidé nakoupí příliš potravin a pak je nejsou schopni spotřebovat - v angličtině se takové plýtvání označuje jako „food waste“. V tzv. „rozvojovém“<sup>1</sup> světě se jedná o něco trochu jiného, zde jde o ztráty způsobené často nedostatečnou infrastrukturou (chybějící vybavení v domácnosti nebo obchodě, během transportu apod. - může jít třeba o to, že místní nemají způsob, jak udržet potraviny v chladu). Angličtina pro to má označení „food loss“, protože nejde o záměrně vyhozené jídlo.

Velkými „plýtváči“ jsou v zemích globálního Severu obchodní řetězce (supermarkety, hypermarkety a diskonty). Kromě toho, že velké množství potravin samy vyhazují, způsobují plýtvání na straně dodavatelů - pěstitelů. Jde o extrémní nároky na vzhled plodin. Řetězce se často brání požadavky samotných spotřebitelů. Mnoho z nich ale v průzkumech udává, že by si pokroucené či „nestandardní“ potraviny klidně kupovali, pokud by byly levnější, a ve Francii si to ostatně mohli zákazníci sami vyzkoušet. Kampaň řetězce Intermarché s názvem „Ošklivé ovoce“ ukázala, že spotřebitelé mají křivé mrkve či strupatá jablka

velmi rádi. Ostatně, proč by se z nich nemohly dělat přímo v prodejnách smoothie nebo čerstvé džusy? Druhou obrannou strategií řetězců je únik k regulacím Evropské unie. V České republice, která má velkou tradici ve vytváření euromýtů, to obzvláště rezonuje. Jak je to tedy doopravdy? EU neřeší v rámci standardů zakřivenost banánů ale jejich minimální velikost. Banány pro evropský trh také nesmí být zdeformované a mít abnormální zahnutí. Tyto standardy se ale týkají pouze banánů prodávaných jako 1. jakost (extra class). Jednotný vzhled banánů je tedy mnohem více praktickou otázkou - musí se zkrátka vejít do uniformní krabice, která má vždycky stejnou váhu. V tomto případě řetězce až tak důležitou roli nemají.

U některých dalších druhů ovoce a zeleniny evropské marketingové standardy existují (jablka, citrusové plody, kiwi, saláty, broskve a nektarinky, hrušky, jahody, papriky, stolní hroznové víno a rajčata) a u jiných (meruňky, artyčok, chřest, lilek, avokádo, fazole, růžičková kapusta, mrkev, květák, třešně, cukety, okurky, houby, česnek, zelí, pórek, melouny, cibule, hrášek, švestky, celer, špenát a další) byly zrušeny právě proto, aby se zamezilo plýtvání. Evropská komise ale zároveň dává jednotlivým národním státům možnost, aby podle svého uvážení osvobodili ovoce a zeleninu od marketingových standardů v rámci konkrétních národních tržních specifik. V případě těchto druhů ovoce a zeleniny je tedy velký prostor, ať už na straně státu, nebo na straně supermarketů, aby vyhazování dobrého a použitelného jídla zabránily.

Řetězce můžeme ale vnímat i jako aktéra, který plýtvání podněcuje - například velkými baleními výrobků, slevovými akcemi a podobně. Spotřebitelům se tak snadno stane, že nakoupí něco, co vlastně vůbec koupit nechtěli, a nebudou si s tím umět v kuchyni poradit.

<sup>1</sup> Protože věříme, že pohled na rozvoj může být opravdu různý a nedá se měřit pouze penězi, najdete v našich publikacích spíš označení globální Sever („rozvinutý“ svět) a globální Jih („rozvojový“ svět).

## PŘES OCEÁN ZA DOBRÝMI BANÁNY (Tomáš Bílý)

V následujícím článku bychom vám rádi ukázali několik zajímavých příkladů dobré praxe v banánovém průmyslu. Začneme v Panamě, ve které se za posledních 25 let zmenšil objem produkce banánů asi na jednu třetinu a mnoho pěstitelů muselo s pěstováním banánů skončit. Pokračovat budeme v Ekvádoru, který je naopak na vrcholu exportovaného množství banánů a tématy jsou zde bio kvalita či důstojná mzda. Na závěr se ještě podíváme do země, o které mnoho lidí ani neslyšelo – na Návětrné ostrovy, jejichž banány jsou certifikované Fairtrade z více než 85 %, což místním obyvatelům pomohlo překonat živelné katastrofy posledních let.

### Panama

Během posledních 25 let klesly exporty banánů z Panamy zhruba na jednu třetinu původního množství a mnoho banánových plantáží tento zásadní pokles nepřežilo. To se ale netýká družstva Coobana (Cooperativa Bananera del Atlantico R.L.), které funguje od roku 1992. Čítá asi 500 pracovníků, z nichž 220 je přímo členů družstva. Všichni zaměstnanci jsou také členy nezávislých odborů (SITRAPBI), se kterými družstvo dojednává kolektivní smlouvu. Zvláštností družstva je, že jej tvoří hlavně bývalí pracovníci společnosti Chiquita.

V letech 2009-2010, kdy hodně lidí pochybovalo o banánové budoucnosti Panamy, se Coobaně podařilo navázat partnerství se dvěma důležitými společnostmi z Evropy. Šlo o Cooperative Group of Supermarkets in the U.K., jednoho z průkopníků fair-

tradových banánů v Británii. Společnost se zavázala nejen ke stálému odběru banánů od Coobany, ale také k finanční podpoře družstva ve výši 400.000 dolarů. Jejím cílem byl hlavně sociální rozvoj komunit pěstitelů - zvyšování kapacit zaměstnanců v oblasti organizace a managementu, zavedení obnovitelných zdrojů energie či zlepšení kvality sanitace a přístupu k vodě. Díky podpoře dalších donorů se farmáři z Coobany také začali učit, jak pěstovat banány v souladu s principy udržitelného rozvoje.

Druhým zásadním partnerem pro Coobanu byl holandský Agrofair, 100% fairtradová společnost obchodující s čerstvým ovocem. Tohle partnerství družstvu zajistilo stabilní odbyt, téměř celou svoji produkci prodá na fairtradový trh, pod označením Fairtrade, což je u fairtradových družstev spíše výjimkou. Coobana se navíc stala vlastníkem akcií Agrofair a místní zastoupení firmy poskytuje pěstitelům také poradenství, a to v oblasti kvality a certifikací, produktivity a efektivity, organizace a managementu a dlouhodobé udržitelnosti.

Coobana se stává vzorem pro celé banánové odvětví a dokazuje, že i v dnešním banánovém průmyslu, který je velmi dravý a nelitostný, je možné přežít a přitom poskytovat důstojné pracovní podmínky zaměstnancům a sociální rozvoj.

### Ekvádor

Z Panamy se přesuneme do Jižní Ameriky, konkrétně do Ekvádoru. V roce 2013 se jen ze sociálního příplatku v systému Fairtrade podařilo ekvádorským fairtradovým družstvům nashromáždit prostředky ve výši 67 tisíc dolarů (asi 1,6 milionu korun). Tyto

prostředky byly, stejně jako v jiných případech, použity především na zlepšování životních podmínek pěstitelů, komunitní rozvoj, vzdělávání a zdravotní péči a školení pro farmáře.

UROCAL je jedním z ekvádorských svazů fairtradových družstev. Zahrnuje 10 menších družstev a celkem asi 600 pěstitelů banánů a kakaá.



**„V současnosti jsou našimi hlavními výzvami zvýšení produktivity, biologické ošetřování půdy pro předcházení nemoci Sigatoka a přístup na trh,“ shrnuje aktuální situaci unie její předseda, Joaquin Vásquez.**

UROCAL se také zasazuje o férový rozvoj banánového průmyslu v celém Ekvádoru, například zprostředkovává dialog mezi drobnými pěstiteli a ekvádorskou vládou. Podle Joaquina Vásqueze se za poslední roky zvýšil životní standard u zhruba 80 % drobných pěstitelů. Od roku 2004 existuje v UROCALu také speciální program pro potravinovou soběstačnost farmářů. Spolu s rostoucí poptávkou po bio výrobcích po celém světě se daří zvyšovat i počet zapojených pěstitelů a stoupá i produktivita plantáží. Zlepšují se i schopnosti pěstitelů čelit nástrahám ekologické produkce, která je u banánů obzvláště náročná.

V Ekvádoru ještě chvíli zůstaneme. Zdejší vládě se totiž podařila ve světě nevídaná věc, a sice zavedení tzv. důstojné mzdy pro ekvádorské pracovníky. Důstojná mzda, neboli „living wage“, je pojem, který označuje takovou mzdu, ze které je možné vyžít a zajistit důstojný život pro sebe a svoji rodinu. Výpočet důstojné mzdy ale není jednoduchý a metodik je mnoho. Nejznámější z nich je již pár let ozkoušená metodika Asia Floor Wage používaná v oděvním

průmyslu. V Ekvádoru zvolili svoji vlastní metodiku založenou na ceně spotřebního koše a počtu vydělávajících osob v domácnosti. Jak se důstojná mzda v Ekvádoru osvědčí a jaký dopad bude mít na velké množství zaměstnanců v banánovém průmyslu, to teprve ukáže čas. Je také potřeba mít stále na mysli, že důstojné pracovní podmínky neznamenaají pouze důstojnou mzdu - konkrétně v případě banánů je například dost důležité, aby lidé pracovali v opravdu bezpečných podmínkách. Ekvádor ale každopádně vykročil správným směrem.

### Návětrné ostrovy

Také Návětrné ostrovy<sup>2</sup> prošly během posledních 25 let zásadní proměnou. V roce 1992 tu bylo vypěstováno 274 tisíc tun banánů a například v Británii tvořily místní banány asi 60 % trhu. V té době bylo v banánovém průmyslu zaměstnáno až 50 % obyvatel Návětrných ostrovů a vývoz banánů tvořil asi 50 % celkového příjmu státu z exportu. V roce 2013 tu ale bylo vypěstováno jen 25 tisíc tun banánů a podíl na britském trhu klesl na 9 %.

Jedním z hlavních důvodů takového poklesu je liberalizace světového trhu s banány, v tomto případě konec podpory EU pro dovoz banánů z bývalých kolonií některých evropských zemí. Banány z těchto oblastí tak v posledních letech nahradilo ovoce z obřích plantáží Jižní Ameriky a západní Afriky, jejichž pěstování je levnější.

<sup>2</sup> Souostroví je součástí Malých Antil v Karibiku a zahrnuje ostrovy Svatá Lucie, Svatý Vincenc, Grenadiny, Grenada, Dominika a Martinik.

Zvláštností je, že více než 85 % banánů, které se na Návětrných ostrovech vypěstují, má dnes certifikaci Fairtrade. Díky tomu se daří posledním místním pěstitelům - sdruženým do družstva WINFA - bojovat se stále komplikovanějším prostředím mezinárodního trhu s banány. Výhodou systému Fairtrade je, že pěstitelé dostanou takovou výkupní cenu, která pokryje jejich náklady na produkci, a navíc ještě za každou krabici banánů získají sociální příplatek ve výši 1 dolaru. Díky těmto prostředkům se v posledních letech podařilo zafinancovat několik rozvojových projektů, například vybavení pro zdravotnická zařízení, investice do vzdělávání, zlepšení místní infrastruktury apod.

Vyšší příjmy jim ale také pomohly přečkat náročné chvíle po ničivých přírodních katastrofách. V letech 2007 a 2010 totiž Návětrné ostrovy zasáhly dva hurikány, které z velké části zničily banánové plantáže a poškodily i zařízení nezbytná pro produkci a export. Tři roky nato přišly ničivé deště a na Vánoce 2013 i vichřice. Družstvu WINFA se ale podařilo dát stranou část prostředků ze sociálních příplatků a vytvořit tak fond pro živelné katastrofy. Díky němu i díky úsilí a odhodlání místních lidí se dá očekávat, že se z katastrof vzpamatují a brzy budou zase dodávat své fairtradové banány na evropský trh.



*Kozel Fraser, šéfka fairtradového družstva WINFA.*



# 10 | A CO DALŠÍ TROPICKÉ OVOCE?

---



## A CO DALŠÍ TROPICKÉ OVOCE?

### Pomerančový džus z Brazílie

Brazílie je dnes vedle Španělska jedním z lídrů pomerančového trhu. Pomerančový koncentrát se od sud dováží i do evropských řetězců Aldi a Lidl. (Aldi v ČR nemáme, ale jde o 8. největší obchodní řetězec na světě, Lidl je 5.). Rakouská organizace Christliche Initiative Romero provedla výzkum pracovních podmínek v pomerančových hájích Brazílie a zjistila, že přesto, že se tyto řetězce hájí certifikacemi (Global-GAP, UTZ) a jsou členy BSCI (Business Social Compliance Initiative), v jejich dodavatelském řetězci dochází k porušování pracovních práv. Mezi nejčastěji prořešky, jež rakouská organizace zaznamenala, patřily **přesčasy, práce 14 a více hodin denně, nedostupnost ochranných pomůcek (které jsou při práci s chemikáliemi nezbytné), diskriminace a sexuální obtěžování žen a šikana odborářů**. Pracovníci žijí v provizorních barácích přímo vedle plantáží, takže jsou v neustálém kontaktu s pesticidy.

### Ananasy z Kostariky

Mezinárodní spotřebitelský svaz Consumers International zkoumal s pomocí britské organizace BananaLink v roce 2010 a 2013 pracovní podmínky na plantážích s ananasy v Kostarice. Od roku 2010 lehce stouply mzdy, ale v zemi se zároveň zvyšovaly životní náklady. Pracovníci stále nemají možnost chránit se dostatečně před nebezpečnými chemikáliemi, ženy se setkávají s diskriminací a lidé aktivní v odborech riskují ztrátu zaměstnání. Pozitivní zprávou je, že většina evropských supermarketů a jejich dodavatelů se zapojila do kulatých stolů a vede dialog o zlepšení pracovních podmínek. Snad nebude trvat příliš dlouho. V roce 2009 přesáhla poprvé hodnota ananasů vyvezených ze země hodnotu exportovaných banánů a Kostarika dnes dodává na světový trh 85 % všech ananasů!

- *V zemích EU se spotřebuje nejvíce pomerančů na světě, jde o dvě třetiny světového exportu.*
- *Třetina všech pomerančů se dnes vypěstuje v Brazílii a pochází odsud i polovina celkového množství pomerančového džusu. Trh s pomerančovým džusem ovládají pouhé čtyři firmy*
- *V roce 2015 pocházelo 64 % manga spotřebovaného v EU z Brazílie (112 000 tun) a Peru (79 000 tun).*
- *Ceny manga se pohybují na základě sezóny a dostupnosti, 45 % z prodejní ceny připadne supermarketu a 27 % představují náklady na produkci a export.*
- *Kostarika je hlavním světovým vývozcem ananasů, do EU se ale dováží i z Pobřeží slonoviny, Ekvádoru, Panamy nebo Ghany.*
- *V letech 2013 - 2014 prodali fairtradoví pěstitelé 33 300 tun certifikovaného čerstvého ovoce (mango, papája, ananas a avokádo) a 22 800 tun ovocných džusů. Certifikovaná produkce je mohem větší, pěstitelům se ale zatím nedaří prodat ji celou na fairtradový trh.*



## Mango z Peru

Německá organizace Oxfam zveřejnila v roce 2013 případovou studii týkající se pěstování manga v Peru. Výzkum se týkal především balicí a vývozní fáze u dodavatelů, kteří zásobují mangem čtyři německé supermarkety. V kontrastu s tím, co řetězce tvrdí o své společenské odpovědnosti, studie hovoří o mzdách, které nedovolí zaměstnancům překročit hranici chudoby, o patnáctihodinové pracovní době, nucených přesčasech či potlačování odborů. Přestože to řetězce popírají, experti pohybující se v oblasti potvrdili,

že supermarkety vůči dodavatelům uplatňují neférové obchodní praktiky. Například vyžadují slevu nad rámec toho, co bylo vyjednáno ve smlouvě, nebo se domáhají příspěvků na promo akce. Ceny jsou vyjednávány na velmi krátké období, na týden až dva, což způsobuje velký tlak na snižování cen a nákladů. Dodavatelé jsou, vzhledem k tomu, že mango podléhá velice snadno zkáze, ve velmi nevýhodné pozici a raději své ovoce prodají za nízkou cenu nebo dokonce za cenu nepokrývající náklady na produkci.



Foto: Mattie Hagedorn / Flickr



# KAMPAŇ ZA FÉROVÉ BANÁNY!

Od března roku 2015 je Ekumenická akademie součástí mezinárodní kampaně Za férové banány! (Make Fruit Fair!). Ta zahrnuje partnery z více než patnácti zemí Evropy, Latinské Ameriky a Karibiku a navazuje na kampaň Make Fruit Fair! I., vedenou v ČR v letech 2010 - 2012 organizací NaZemi.

Cílem kampaně jsou především důstojné pracovní podmínky zaměstnanců na plantážích s banány a dalším tropickým ovocem, spravedlivé výkupní ceny pro pěstitele a trvale udržitelný vývoj celého odvětví. V České republice se snažíme hlavně informovat spotřebitele o problémech spojených s pěstováním a prodejem banánů a dalšího tropického ovoce a představovat alternativy - především ovoce certifikované jako Fairtrade, protože si myslíme, že v současnosti jde o nejúčinnější a nejlepší záruku etického původu.

Jsme součástí platformy Euroban aWorld Banana Forum a naši práci umožňuje financování od Evropské komise, České rozvojové agentury a Visegrádského fondu.



## ZDROJE INFORMACÍ

---

The Changing Role of Multinational Companies in the Global Banana Trade  
<http://www.fao.org/docrep/019/i3746e/i3746e.pdf>

Banana Market Review 2013-2014  
[http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM\\_MARKETS\\_MONITORING/Bananas/Documents/Banana\\_Information\\_Note\\_2014-\\_rev.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Bananas/Documents/Banana_Information_Note_2014-_rev.pdf)

Banáňová wikipedie  
<http://www.promusa.org/>

Projekt European Supermarkets: Mobilising Support for Pro-Development Supply Chains - Association of Conscious Consumers

<http://www.fruitnet.com/eurofruit/article/166358/massive-rise-in-fairtrade-banana-volumes>

Banana Value Chains in Europe and consequences of Unfair Trading Practices, BASIC, 2015

Who's got the power? Tackling imbalances in agriculture supply chains, BASIC, 2014

Bananalink: <http://www.bananalink.org.uk/surviving-panamas-banana-crisis-cooperatively>  
<http://www.bananalink.org.uk/ecuador-achieves-living-wage-goal>

Trade for Development: <http://www.befair.be/en/content/fair-trade-banana-interview-joaqu%C3%ADn-v%C3%A1squez-urocal-ecuador>

Healthylivingmarket: <http://www.healthylivingmarket.com/fairtrade-bananas-why-are-they-so-important/>

Fairtrade Foundation: <http://www.fairtrade.org.uk/en/farmers-and-workers/bananas/dorothy-agard>

FAOSTAT: <http://faostat3.fao.org/browse/T/TP/E,2016>

<http://www.theguardian.com/environment/ng-interactive/2015/aug/12/produced-but-never-eaten-a-visual-guide-to-food-waste>

<http://fairtrade-advocacy.org/>  
Výzkum neférových praktik českých řetězců: [http://www.zaferovebanany.cz/sites/default/files/podklady\\_vyzkum.pdf](http://www.zaferovebanany.cz/sites/default/files/podklady_vyzkum.pdf)

### **Autoři fotografií:**

Stanislav Komínek, Barbora Trojak, Kristof Vadino, Banana Link a autoři uvedení přímo u snímků.

## EKUMENICKÁ AKADEMIE

V Ekumenické akademii prosazujeme alternativní přístupy při řešení současných ekonomických, sociálních a ekologických problémů a zároveň je přenášíme do praxe v podobě konkrétních projektů. Naší vizí je sociálně spravedlivá, trvale udržitelná a tolerantní společnost.

V ČR působíme od roku 1996 a v naší činnosti vycházíme z kritických a emancipačních ekumenických křesťanských tradic. Podporujeme alternativní formy ekonomické demokracie, jako je solidární ekonomika, fair trade, družstevnictví, a zasazujeme se o zachování demokratické správy veřejných statků (vzdělávání, zdravotnictví, důchodů atd.). Usilujeme o dodržování lidských práv a řešení ekonomických, sociálních, genderových a etnických nerovností. Vzděláváme veřejnost formou kampaní, seminářů, kulatých stolů, diskusí, publikací, happeningů a informačních stánků za účelem zvyšování povědomí o těchto tématech.

[www.ekumakad.cz](http://www.ekumakad.cz)

## SLEDUJTE NÁS!

[www.ekumakad.cz](http://www.ekumakad.cz)

[www.facebook.com/ekumakad](https://www.facebook.com/ekumakad)

[www.zaferovebanany.cz](http://www.zaferovebanany.cz)

[www.facebook.com/zaferovebanany](https://www.facebook.com/zaferovebanany)

[www.instagram.com/zaferovebanany](https://www.instagram.com/zaferovebanany)



**Vyprávíme**

**WWW.PRIBEBANANU.CZ**

**i s jeho stinnými stránkami.**

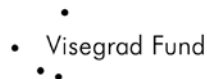
ISBN: 978-80-87661-32-1



9 788087 661321



**Ekumenická  
akademie**



• Visegrad Fund



Tento materiál byl vytvořen v rámci projektu Global Fairness s podporou Evropské unie a z prostředků z prostředků Ministerstva zahraničních věcí ČR v rámci Programu zahraniční rozvojové spolupráce ČR. Obsah dokumentu je zcela na odpovědnost Ekumenické akademie a nemůže tak být považován za stanovisko Evropské unie.



Důstojná práce.  
Spravedlivý obchod.  
Udržitelný rozvoj.



**ČESKÁ REPUBLIKA  
POMÁHÁ**