

Mléko slavilo v Národním zemědělském muzeu

Českomoravský svaz mlékárenský uspořádal opět tradiční soutěž o Mlékárenský výrobek roku. O výsledcích rozhodli odborníci Ministerstva zemědělství, Českomoravského svazu mlékárenského, Českého komitétu Mezinárodní mlékařské federace, Sekce pro mléko při Potravinářské komoře České republiky, Ústavu mléka, tuků a kosmetiky VŠCHT Praha a novináři.

Výsledky byly za přítomnosti ministra zemědělství Zdeňka Nekuly a prezidenta Agrární komory Jana Doležala slavnostně vyhlášeny při příležitosti Oslavy mléka v Národním zemědělském muzeu v Praze, kterou si odborníci i veřejnost připomněli Světový den mléka. Předseda Českomoravského svazu mlékárenského Jiří Kopáček připomněl, že tento den, který připadá na 1. června, se z podnětu Mezinárodní mlékařské federace slaví každoročně již od roku 1957.

Ministr Nekula při této příležitosti popřál našim chovatelům dojníc a mlékařům, „aby se jim dobře dařilo a nebáli se

zapojit třeba i do programu Mléko do škol, který budeme i nadále podporovat“.

Mlékárenský výrobek 2023

Jak uvedl Jiří Kopáček ve svém vystoupení, jubilejního dvacátého ročníku soutěže o Mlékárenský výrobek roku se zúčastnilo 20 tuzemských výrobců, kteří do hodnocení přihlásili celkem 52 výrobků. Výrobky byly hodnoceny celkem v deseti soutěžních kategoriích, a to mléko a smetana, zakysaná mléčná nápoje, jogurty a skyry, tvarohové krémy, sýry čerstvé a tvaroh, sýry měkké a plísňové, sýry polotvrdé a tvrdé, tavené sýry a mléčné pomazánky, sýry k tepelné pří-



pravě a poslední kategorií byly speciality.

„Nejvyšší počet soutěžních výrobků byl v kategoriích jogurtů a tvarohových krémů, výrobci přihlásili také vysoký počet sýrů, které byly rozděleny do celkem pěti kategorií,“ uvedl předseda Českomoravského svazu mlékárenského, podle něhož za nový trend je letos možné označit speciálně ochucené sýry, například



Diplom pro vítěze společnost Madeta.

s rozmarýnem, černuchou, jalapeňem, ale také výrobky určené pro náročné spotřebitele a gurmány nebo naopak convenientní výrobky pro „pohodlné“ spotřebitele, jimiž jsou například sýry k tepelné úpravě.

„Pokračujícím trendem výrobců zůstávají i nadále reformulace, tedy takové úpravy složení výrobků, které odrážejí současné požadavky zdravé výživy, například snižování

obsahu cukru, soli, přídavných látek či obohacování jinou výživově hodnotnou komponentou,“ dodal Jiří Kopáček.

Při hodnocení, do něhož se zapojilo 16 nezávislých porotců, se posuzovala nejen celková kvalita přihlášených soutěžních vzorků, ale také obchodní rozšířenost na trhu, marketingové aktivity směřované na podporu prodeje a rovněž správnost označování výrobků podle platné potravinové legislativy. U novinek hodnotila komise stupeň produktové, procesní a obalové inovace, zaměřením na specifickou cílovou skupinu, „nové“ výživové parametry, reformulace, atraktivitu pro spotřebitele a také případný přínos pro životní prostředí.

Absolutním vítězem sýr z Madety

Absolutním vítězem letošního jubilejního 20. roční-

ku soutěže o Mlékárenský výrobek roku se stal Sýr na pánev s uzeným sýrem společnosti Madeta, kterému porotci přidělili 97,3 bodu z celkových 100 možných. Absolutní novinkou roku se stal Sýr na vidličku Mlékárny Polná a hlavní cenu médií získal Selský sýr s probiotiky ze společnosti Moravia Lacto. V soutěži o Novinku roku soutěžilo celkem 24 výrobků, z kterých toto ocenění dostalo celkem devět nových nebo inovovaných výrobků. Zástupci novinářů vybrali z hodnocených výrobků rovněž tři produkty, kterým předaly svoji „Cenu médií“.

Na závěr slavnostního ceremoniálu vyhlásil Českomoravský svaz mlékárenský a Sekce pro mléko při Potravinářské komoře České republiky nový ročník soutěže o Mlékárenský výrobek roku 2024.

Bohumil Brejžek



Předání jedné z cen.



Mezi oceněnými byli i Mlékárna Valašské Meziříčí a Moravia Lacto.

INZERCE

OLMA
OD 1967

LÁSKA

Florian
SMETANOVÝ JOGURT
JAHODA

OLMA
OD 1967

Florian
SMETANOVÝ JOGURT
JAHODA

...na celý život!

olma.cz

Třetina malých a středních exportérů ztratila trhy

Třetina malých a středních exportérů ztratila za posledních 12 měsíců některé své trhy kvůli rostoucím nákladům, ale také kvůli válce na Ukrajině. Řada z nich však bravurně našla trhy nové. Jsou mezi nimi i firmy potravinářské. Polovina exportérů plánuje vstoupit na nové trhy, ale jako úskalí vnímá rostoucí náklady. Další zajímavá data přináší aktuální průzkum agentury IPSOS pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) na téma export.

Dvě třetiny firem neztratily v posledním roce žádné trhy. Třetina firem, které o trhy přišly, uvádí trhy související s válkou na Ukrajině (v Rusku, na Ukrajině či v Bělorusku). „Ukazuje se, že české firmy jsou velmi schopné se poprat s krizí a problémy, které se na ně v posledním období valily“, říká Petr Milata, člen představenstva AMSP ČR a garant pro oblast exportu. Na druhou stranu třetina firem uvádí, že jejich konkurenceschopnost klesla částečně nebo dokonce výrazně. Je zřejmé, že více zahraniční trhy ztratily větší firmy s větším obrátem a větším podílem exportu na tržbách. Je to zapříčiněno hlavně orientací těchto větších exportérů na větší množství trhů, kde samozřejmě i riziko ztráty může být větší, s velkou pravděpodobností do těchto ztrát

trhů vstupuje i válka na Ukrajině. Vidíme však i poměrně pozitivní zprávy, kdy se nám poměr ztracených a získaných exportních trhů u jednotlivých skupin exportérů téměř překrývá.

Investice do zvýšení konkurenceschopnosti

Z průzkumu dále vyplývá, že většina firem se v následujících 2 letech chystá investovat do zvýšení své konkurenceschopnosti. „Chut' českých exportérů investovat do konkurenceschopnosti je vysoká již delší dobu. EGAP loni podpořil vývoz českých firem do zahraničí v objemu 41,2 miliardy korun a z toho plných 36,2 miliard připadá právě na investice. Trend pokračuje i letos, kdy podporujeme například objemově významné investice do rozšíření stávajících kapa-

cit exportujících firem,“ doplňuje David Havlíček, předseda představenstva EGAP. S investicemi do rozvoje a modernizace umí nově pomoci i Česká exportní banka (ČEB). „Investice do digitalizace, nových technologií nebo snižování energetické náročnosti posilují vývozní potenciál a konkurenceschopnost firem. Jsem rád, že právě v těchto oblastech můžeme firmám nově nabídnout konkrétní finanční produkty včetně úvěrů, záruk i odkupů pohledávek“, říká Daniel Krumpolc, generální ředitel ČEB.

Firmy počítají se vstupem i na nové trhy

„Průzkum z mého pohledu přináší i optimistické zjištění, kdy téměř dvě třetiny firem uvedly, že neztratily své exportní trhy a více než třetinu z nich se podařilo nový trh získat. Zároveň polovina firem plánuje do dvou let na nové trhy vstoupit. Průzkum potvrzuje klíčovou roli bank, které svými produkty a službami pomáhají s exportními aktivitami svých klientů,“ uvádí David Formánek, člen představenstva KB zodpovědný za korporátní a investiční bankovníctví.

Více než polovina firem plánuje během následujících dvou let vstoupit na nové trhy, většinou na ty evropské. (egi)