



**Podpořit konzumaci mléka a mléčných výrobků u české a slovenské populace** - to je cíl, který si vymezil projekt Agrární komory ČR „Bílé plus“. Program, na němž se dále finančně podílí Evropská unie a Česká republika, se podařilo v Bruselu úspěšně obhájit a bude v dalších třech letech pokračovat. Novinkou je jeho rozšíření na Slovensko a také přibylo opatření zaměřené na děti a mládež.

Situace ohledně spotřeby mléka a mléčných výrobků se rok od roku zlepšuje. Češi si je zvykli do svého jídelníčku více zařazovat. Například v konzumaci sýrů se řadíme ve střední a východní Evropě na přední místa. Přesto se rozhodla Agrární komora ČR zažádat EU o pokračování projektu „Bílé plus“.

*„Český trh má ještě stále dostatečný prostor obnovit spotřebu mléka a mléčných výrobků jak na úrovni, kterou dosahovala v minulosti, tak na úrovni stávajících objemů spotřeby zemí v západní Evropě,“* vysvětluje motivaci obnovy programu prezident Agrární komory ČR Ing. Jan Veleba. „*Evropský chov skotu a zpracovatelský průmysl jsou vyspělá odvětví, která dokáží jít vstříc požadavkům trhu. Proto jsou mléko a výrobky z něj velice rozmanité a uplatnitelné pro různé věkové skupiny spotřebitelů od dětí po seniory*“.

Přednosti mléka a mléčných produktů potvrzuje i odbornice na výživu PhDr. Karolína Hlavatá, PhD. „*Výzkumy přes veškeré negativní mýty prokazují, že mají mléko, jogurty, zákysy, sýry apod. na náš organismus pozitivní vliv a měly by být pravidelnou součástí naší stravy. Například už z důvodu boje proti obezitě. V posledních letech proběhlo několik studií, které dokázaly příznivé působení vápníku a dalších složek mléka v otázce hubnutí.* Dostatečný příjem

*calcia a bílkovin z mléčných výrobků při redukční dietě napomáhá šetření aktivní svalové hmoty a je spojen s menším pocitem hladu. Optimální množství jsou 2-3 porce mléčných výrobků denně, a to nejen v průběhu diety*

“

## **„Bílé plus“ rozšířeno o Slovensko**

Program „Bílé plus“ chce navázat na předchozí aktivity zaměřené na propagaci mléka a mléčných výrobků u českých spotřebitelů s tím, že je zde potenciál k dalšímu rozvoji jejich vnímání jako potraviny široce využitelné a prospěšné.

*„Vzhledem k podobnosti trhů a chování spotřebitelů budou některé činnosti nově rozšířeny i na Slovensko, a to ve spolupráci se Slovenskou poľnohospodárskou a potravinárskou komorou. Projekt staví na úzké komunikaci s cílovými skupinami, mezi něž patří děti a mladé rodiny. Právě například městským dětem, odtrženým většinou od života na vesnici, chceme přiblížit chov skotu a výrobu mléka přímo na zemědělských farmách a ukázat jim, odkud vlastně mléko pochází*

“,“ upřesňuje Ing. Jan Veleba.

## **Podpora a administrace projektu**

Rozhodnutí Agrární komory ČR navázat na úspěšný program uvítal i ředitel Odboru živočišných komodit Státního zemědělského intervenčního fondu (SZIF) Ing. Robert Zavadil „Když přišla v únoru loňského roku Agrární komora ČR se záměrem navázat na předchozí program „Bílé plus“, který byl každoročně zástupci Evropské komise kladně hodnocen, věděl jsem, že bude na čem stavět. Naše úsilí, jež jsme věnovali Agrární komoře ČR při zpracování programu, vedlo v listopadu 2013 k jeho schválení. Po podepsání smlouvy o propagaci mezi SZIF a AK ČR již nebrání nic jeho realizaci. Jsem tedy upřímně rád, že se program „Bílé plus“ opět zařadil mezi ostatní propagační programy, které SZIF administruje.

“

Na slova svého kolegy reaguje Dr. Ing. Emerich Vacek z Ministerstva zemědělství ČR (MZe). „Program navazuje na priority Mze, kterými jsou čerpání inenárkových dotací z Evropské Unie a podpora rozvoje živočišné výroby s důrazem na chov skotu ve vazbě na rostlinnou výrobu. Samozřejmě je pomoci zlepšit stravovací návyky dětí a mládeže. Rozšíření programu za hranice zároveň přispěje ke zvýšení vzájemné obchodní výměny s mléčnými výrobky. Doufáme, že našim východním sousedům pomůžeme ke zvýšení spotřeby těchto produktů, jejichž konzumace je ještě nižší než u nás a zaostává tak za celoevropským průměrem.“

## **Financování programu**

Projekt „Bílé plus“ má celkový rozpočet téměř 13 milionů Kč. Jednou z podmínek propagačních programů je i společné financování, a to poměrem 50 % EU, minimálně 20 % žadatel a maximálně 30 % členský stát. „Najít v rozpočtu finance je rok od roku těžší, přesto jsme záměr Agrární komory ČR velice uvítali - a to i z důvodu současné revize propagační politiky EU. Od roku 2016 nás čeká změna propagační politiky, kde budou na vnitřním trhu upřednostňovány informační kampaně týkající se zejména propagace evropských značek, kterými jsou: chráněné označení původu (CHOP), chráněné zeměpisné označení (CHZO) a zaručená tradiční specialita (ZTS). Ve třetích zemích mimo EU bude kladen důraz na multinationální programy propagující více výrobků zdůrazňující vysokou kvalitu výrobků produkovaných v EU, jejich specifickou chuť, důraz na vysokou úroveň zpracování při dodržování přísných hygienických podmínek a standardů ve výrobě s ohledem na ochranu životního prostředí, kvalitu a „vysledovatelnost“ surovin a dodržování podmínek „welfare“ zvířat. Kromě toho bude dána větší pravomoc Evropské komisi při výběru programů a určení priorit pro propagaci pro určité období,“ dodává Dr. Ing. Emerich Vacek.

## **Plány, cíle a očekávání projektu „Bílé plus“**

„Naším cílem je představit mléko a mléčné výrobky v celé šíři jako moderní, ale zároveň tradiční potraviny vhodné pro každodenní spotřebu přínosnou pro každého z nás. V širším kontextu máme zájem udržet chov skotu, výrobu a zpracování mléka na venkově s přínosy pro údržbu krajiny, zaměstnanost, ekonomiku hospodaření a vazbu na zemědělství jako celek. Věříme zároveň, že naši spotřebitelé přes své nákupy mléka zahlédnou i tento rozměr a jeho význam a pomohou nám s ním,“ dodává prezident Agrární komory ČR Ing. Jan Veleba.

„Bílé plus“ má několik částí, které se budou snažit oslovit jednotlivé cílové skupiny: mládež,

rodiny a seniory. Hlavním komunikačním pilířem projektu jsou webové stránky [www.bileplus.eu](http://www.bileplus.eu), kde budou pro veřejnost dostupné informace o mléce a dalších mléčných výrobcích, jakými jsou sýry, zakysané mléčné výrobky apod. Pro přímou komunikaci je vytvořen profil na Facebooku, kde budou probíhat aktuální ankety a diskuse, co lidé vědí o mléce. Na webových stránkách a Facebooku budou také zveřejňovány pozvánky na další aktivity, jako jsou ochutnávky mléka nebo různých mléčných výrobků apod. Veškeré informace budou připravovány ve spolupráci s odborníky. Komunikace bude zaměřena přímo na novináře, ale i na samostatné internetové projekty v rámci komplexní komunikace jednotlivých témat.