

Briefing paper

OMEZENÝ PŘÍSTUP DROBNÝCH PRODUCENTŮ POTRAVIN NA TRHY V AFRICE: CO JE TŘEBA ZMĚNIT?

1. ÚVOD

Světová populace se potýká s vážnými problémy. Během posledních deseti let jsme byli svědky hluboké finanční, energetické, klimatické a potravinové krize, jež začala v roce 2007; na přelomu let 2010/2011 se bohužel opět dostavila vážná potravinová krize související s extrémní volatilitou cen základních potravin. Tvzení, že panuje všudypřítomná potravinová krize, není nadsazené, jelikož denně každý osmý člověk uléhá ke spánku hladový, ačkoliv je hladovějících lidí o 130 milionů méně než před dvaceti lety.¹ Navíc podle předpovědi OSN stále rostoucí světová populace v roce 2050 dosáhne 9,6 miliardy.²

V mezinárodním společenství panuje ohledně vztahu mezi chudobou a zemědělstvím konsenzus. Političtí představitelé, mezinárodní organizace i pracovníci v oblasti rozvoje souhlasí, že 80 % hladovějících paradoxně tvoří drobní producenti potravin, například farmáři, rybáři, chovatelé dobytka a zemědělství pracovníci bez vlastní půdy. V rámci boje proti hladu a chudobě i plnění Prvního rozvojového cíle tisíciletí (MDG) se za hlavní prioritu považují investice do zemědělství a zaměření se na drobné farmáře. Práva a skutečné potřeby chudých drobných výrobců potravin se však často zanedbávají, nebo jsou špatně pochopeny.

Základní problém, kterému čelí drobní výrobci potravin, spočívá v limitovaných příležitostech a omezeném přístupu k hlavním zdrojům a vstupům. Jejich živobytí a potravinová bezpečnost – zajištění fyzického a ekonomického přístupu k potravinám – jsou tím pádem v ohrožení. Východoafrická farmářská federace (EAFF) uvádí, že: „*hlavním cílem strategie zemědělského a venkovského rozvoje je umožnit fyzický a ekonomický přístup venkovské populace k potravinám a ke zdrojům, kterých je zapotřebí k produkci potravin. Tohoto cíle nelze dosáhnout žádným jiným způsobem než posílením rodinného/drobného zemědělství a zpřístupněním místních výrobků na domácí trhy.*“³

Cílem tohoto dokumentu je popsat, proč drobní výrobci potravin čelí tolika nesnázím při vstupu na trhy, prodeji svých produktů a proč vlastně utratí za základní potraviny více, než si vydělají prodejem své zemědělské produkce. Uvedeme zde typy zemědělských

¹ FAO, The State of Food Insecurity in the World, 2012.

² UNDESA, World Population Prospects: The 2012 Revision, 2013.

³ EAFF, Models of production and consumption and local market; building on the experience of African family farmers in their struggles to realize food sovereignty, 2012.

trhů a jejich hlavní účastníky, pojmenujeme hlavní úskalí a omezení, kterým drobní výrobci potravin čelí v souvislosti se zemědělskou výrobou a přístupem na trhy, poukážeme na příklady dobré praxe a na současná řešení pro řádné začlenění drobných výrobců do funkčního tržního prostředí.

Tento dokument též vyzdvihuje roli drobných výrobců potravin. Spadá totiž do současné debaty o přístupu k zemědělskému rozvoji, kde první přístup propaguje industrializované zemědělství ve velkém měřítku a zabývá se otázkou, jak do tohoto systému, pro nějž je typické intenzivní užívání vysoce mechanizované a chemické výroby, patřičně zahrnout drobné farmáře. Druhý přístup naopak vyzdvihuje rodinné farmy jako ekologičtější a sociálně dlouhodobě udržitelný model, který chrání životní prostředí a přispívá k zaměstnanosti. Je naprosto zřejmé, že drobní výrobci potravin hlavně v Africe⁴ volí druhou možnost. Ale k tomu musí mít možnost nasytit své rodiny, a proto je lepší přístup na trhy součástí řešení vymýcení chudoby a hladu.

⁴ Viz. výsledky projektu „EuropAfrica: Towards Food Sovereignty“, k dispozici na: <http://www.europafrika.info/en/publications/>

2. DEFINICE TRHU

V mnoha rozvojových zemích je zemědělství největším ekonomickým odvětvím, které tradičně zaměstnává 50–70 % pracovní síly. Navíc spotřebitelé obvykle za potraviny utratí více než 60 % rodinného příjmu. Proto je obchodní výměna hlavní cestou pro získání základních potravin.

Co je to trh?

Trhy poskytují prostor pro prodej s nízkými náklady založený na drobných operacích a většinou se nacházejí ve městech a v hustě obydlených oblastech, kde žijí rodiny s nízkými či středně vysokými příjmy, nebo ve venkovských oblastech na vesnicích. Hlavní funkce trhů jsou následující:

- poskytovat výrobcům ve venkovských oblastech příležitosti ke směňování zboží a prodeji,
- poskytovat na rurálních trzích příležitosti k vývozu zboží a plodin do ostatních oblastí,
- poskytovat spotřebitelům snadný přístup k široké škále (hlavně čerstvých) plodin,
- poskytovat prostor pro pouliční prodavače, kteří využívají stánky nebo vozíky, a proto nepotřebují kamenné obchody,
- poskytovat příležitosti ke zlepšení hygienických standardů a snížení posklizňových ztrát potravin.⁵

Typy trhů:

Nejdříve je třeba uvést, že většina potravin, které se v Africe spotřebují, nevstoupí na formální trh. Mnoho rodinných farmářů prodává svou úrodu pomocí neformálních obchodních sítí mimo klasické komerční trhy s komoditami. Tyto neformální trhy mohou hrát klíčovou roli při zajišťování potravinové bezpečnosti po špatné úrodě, například v odlehlých venkovských oblastech, kde většina lidí spoléhá na samozásobitelské zemědělství, ale za základní potraviny utratí více, než si vydělají prodejem své zemědělské produkce.

Formální trhy lze rozdělit do následujících úrovní:

- vesnické,
- městské,
- národní,
- lokální,
- regionální,
- mezinárodní.

Dvojitý význam termínu „místní trhy“: z mezinárodní perspektivy „místní trh“ může znamenat národní trh; pro drobné farmáře „místní“ označuje trh, na který jsou schopni převézt své plodiny po sklizni.⁶

Kteří hráči zde figurují?

Výrobci potravin/farmáři, prostředníci, kupci, obchodníci a pracovníci, prodejci a spotřebitelé potravin jsou klíčovými hráči, kteří figurují v řetězci aktivit, jež propojují zemědělskou výrobu potravin s jejich spotřebou. V praxi mají všichni na mysli svůj vlastní zájem. Tyto zájmy si však mohou odporovat, jelikož farmáři usilují o nejvyšší možnou cenu, ale výrobci, obchodníci, prodejci a spotřebitelé vyžadují nízkou kupní cenu a vysokou kvalitu.⁷ Na neformálních trzích samozřejmě v potravinovém řetězci figuruje méně hráčů. Zaměřme se na ty nejdůležitější aktéry. Zde bychom měli poznamenat, že terminologie, kterou užíváme, se může v různých oblastech lišit.

DROBNÍ VÝROBCI POTRAVIN

Drobné zemědělství zahrnuje množství různorodých výrobců potravin včetně farmářů, rybářů, chovatelů dobytka a pracovníků bez vlastní půdy. Termín „drobné farmy“ většinou odkazuje na malou rozlohu pozemku a některé zdroje drobné farmy definují jako pozemky do dvou hektarů půdy. Přesto se velikost pozemkového majetku může lišit v závislosti na specifickém místním nebo národním kontextu. Jiné definice drobných farem zahrnují omezené zdroje, primitivní technologie, závislost na práci členů rodiny nebo důraz na samozásobitelský jako primární cíl při produkci základních potravin.⁸

„Podle odhadů je na světě 450 milionů drobných farem, které Mezinárodní fond pro zemědělský rozvoj (IFAD) definuje jako farmy o rozloze do dvou hektarů půdy. Odhaduje se, že těchto 450 milionů farem zahrnuje populaci o zhruba 2,2 miliardy lidí. Představují přibližně 85 % farem na celém světě. Na tyto údaje se často odvolává literatura specializující se na zemědělství v rozvojových zemích; tyto údaje též poskytují výchozí bod pro většinu komentářů.“⁹

⁶ EuropAfrica, Family Farmers for Sustainable Food systems, 2013.

⁷ FAO, Agricultural and Food Marketing Management, 1997.

⁸ IFPRI, The Future of Small Farms for Poverty Reduction and Growth, 2007.

⁹ Sophia Murphy, Changing Perspectives: Small-scale farmers, markets and globalisation, IIED 2011.

⁵ FAO, Retail Markets Planning Guide, 1995. K dispozici na: <http://www.fao.org/docrep/v8390e/v8390e03.htm#>, přístup 26. 8. 2013.

O drobných farmářích panuje několik mýtů:¹⁰

- 1) **Jejich průměrné sklizně v Africe jsou nižší než světový průměr, který dvakrát vyšší.** Ale pokud by měli veškeré nezbytné vstupy a větší farmy, celková produktivita by byla vyšší.
- 2) **Zdráhají se využívat nové technologie a inovace.** Ale využití jednodušších technologií a tradičních postupů je často jedinou možností, jelikož adekvátní technologie pro drobné výrobce potravin nejsou prioritou pro stát ani pro soukromý sektor.
- 3) **Drobní farmáři jsou špatní obchodníci a nejsou ochotní při obchodování riskovat.** Samozřejmě, pokud je někdo závislý na 1,25 USD na den a nemá žádné úspory či pojištění, jeho jedinou prioritou je přežít a nikoliv maximalizovat zisk.
- 4) **Drobní výrobci potravin nereagují na příležitosti vytvářené trhem.** Ne, jejich prioritou je vyprodukovat dost na to, aby nasýtily své rodiny; kvůli omezeným příležitostem a vstupům ale nemají možnost prodat nadbytek plodin na trhu.

PROSTŘEDNÍCI

V zemědělském dodavatelském řetězci propojují farmáře a kupující prostředníci. Jezdí od jedné farmy k druhé a nabízejí farmářům peníze za jejich sklizeň. Plodiny nakupují za nízkou cenu a pak je prodávají s vysokým ziskem. Využívají toho, že farmáři často nemají správné či aktuální informace o cenách potravin ani o reálné tržní hodnotě jejich sklizně a sami nemají možnost své produkty prodat, především kvůli nemožnosti dopravy. Kupci navíc upřednostňují vyjednávání s prostředníkem před vyjednáváním s dvaceti farmáři najednou, což činí z práce prostředníka velmi atraktivní povolání.

Využívání informačních a komunikačních technologií pro zjištění informací o tržních cenách a stávajících možnostech pomáhá farmářům zajistit si přístup na trhy. V Keni například vznikla internetová platforma pro směnu komodit nazvaná Arid Lands Information Network, za účelem přímého propojení farmářů s kupujícími, čímž byla odstraněna jejich závislost na prostřednících. Tento systém též usnadňuje převod peněz farmářům. Stejný systém nyní využívá i sousední Tanzanie a Uganda.¹¹

KUPUJÍCÍ, OBCHODNÍCI A ZPRACOVATELÉ

Ve většině případů se jedná o velké a silné hráče, kteří figurují v potravinovém řetězci. Pro zemědělské plodiny, s kterými se obchoduje na mezinárodních trzích, je typické, že existuje pouze několik velkých obchodních hráčů. Ti se specifickými potravinami obchodují nebo je zpracovávají. Jelikož obchodují s velkými objemy zboží, mají obrovskou výhodu při vyjednávání podmínek kupní ceny a jejich dosah brání v rozletu novým společnostem, které by se na těchto obchodech chtěly podílet.

¹⁰ Robert Bailey, Growing a Better Future, Food Justice in a Resource-constrained World, Oxfam 2011.

¹¹ ALIN: <http://www.alin.or.ke/Market%20linkages>

Zaměříme se na zemědělské produkty, se kterými se ve světě obchoduje nejvíce.

Obiloviny: Společnosti Archer Daniels Midland (ADM), Bunge, Cargill (největší) a Louis Dreyfus, které jsou též známé pod názvem ABCD Group, společně mají podle odhadů podíl 75 % - 90 % na celosvětovém trhu s obilovinami. Konkrétní čísla však nejsou známá, jelikož společnosti Cargill a Dreyfus jsou v soukromém vlastnictví a nevydávají zprávy o svém podílu na trhu. Cargill, ADM a Bunge uzavřely strategické partnerství s vlivnými semenářskými a agrochemickými společnostmi, jakými jsou například Monsanto, Dupont, Syngenta a Limagrain.¹² Tyto společnosti navíc dominují i dalším ekonomickým odvětvím. Například Cargill, ADM a Bunge ovládají více než 60 % celkové výroby sóji v Brazílii.¹³

Káva: Káva představuje jeden z nejcennějších primárních produktů obchodovaných na světovém trhu. Nicméně pro mnohé z 25 milionů farmářů pěstujících kávovníky je káva plodinou, která je náročná na pracovní sílu a často vynáší velmi malý zisk. V některých nejméně rozvinutých zemích, například v Burundi, Tanzanii či Etiopii, pěstování kávy představuje většinu příjmů ze zahraničního obchodu, a to až do výše 80 %.¹⁴ Pouze pět velkých společností ovládá trh s kávou: Neumann a Volcafé, Cargill, Decotrade (Douwe Egberts) a Taloca (vlastník Philip Morris/Kraft). Téměř 45 % dovozu zelených kávových zrn nakupuje jedna z pěti největších pražiček, které zpracovanou kávu prodávají především na evropském, americkém a japonském trhu: Nestlé a Philip Morris/Kraft, Tchibo, Proctor & Gamble a Sara Lee/Douwe Egberts. Společnost Nestlé dominuje na trhu s rozpustnou kávou. Její podíl na trhu přesahuje 50 %.¹⁵

Kakao: V některých zemích Západní Afriky a Jižní Ameriky představuje produkce kakaa hlavní zdroj příjmů. Na Pobřeží slonoviny a v Ghaně (největší afričtí producenti) spoléhá na kakao jako na hlavní zdroj příjmu 90 % farmářů. Na celém světě se 90 % produkce kakaových bobů pěstuje a sklízí na drobných rodinných farmách, jejichž rozloha nepřesahuje 4,8 hektarů; pouhých 5 % pochází z plantáží o velikosti 40 a více hektarů.¹⁶ Kakaové boby se tradičně zpracovávají v Nizozemsku, Spojených státech amerických, Německu a na Pobřeží slonoviny. Přestože na světě figuruje velký počet společností, trh ovládá pouhý zlomek známých nadnárodních společností: Archer Daniel Midland (ADM), Barry Callebaut, Blommer, Cargill a Petra Foods pokrývají více než 50 % z celkových obchodních aktivit s kávou a mletím kávy. Ale konec dodavatelského řetězce je podobný jako u ostatních komodit – také mu dominuje několik výrobců čokolády (Cadbury Schweppes, Ferrero, Hershey, Kraft, Mars a Nestlé).¹⁷

¹² Felicity Lawrence, The Global Food Crisis: ABCD of food – how the multinationals dominate trade, 6. 6. 2011. K dispozici na: <http://www.theguardian.com/global-development/poverty-matters/2011/jun/02/abcd-food-giants-dominate-trade>, přístup 8. 12. 2013.

¹³ Sophia Murphy, David Burch, Jennifer Clapp, Cereal Secrets, Oxfam 2012.

¹⁴ Fair Trade International: <http://www.fairtrade.net/coffee.html>

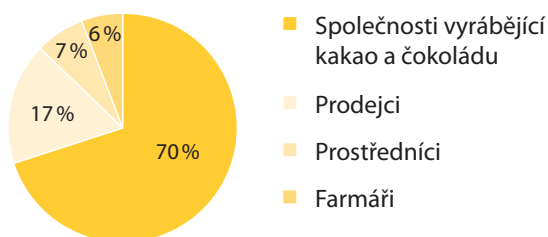
¹⁵ Tropical Commodity Coalition: <http://www.teacoffeecocoa.org/tcc/Commodities/Coffee/Industry>

¹⁶ Fair Trade International: <http://www.fairtrade.net/cocoa.html>

¹⁷ Tropical Commodity Coalition: <http://www.teacoffeecocoa.org/tcc/Commodities/Cocoa/Industry>

Pro představu, jaký podíl připadá na farmáře pěstující kakaové boby:

Podíl z prodeje průměrné tabulky čokolády (100 g)



Zdroj: Make Chocolate Fair: <http://makechocolatefair.org/issues/cocoa-prices-and-income-farmers-0>

Banány: Co se banánového průmyslu týče, zisky a přístup na trhy jsou velmi koncentrované. Pouze pět společností ovládá přibližně 80 % prodeje banánů na světovém trhu, zatímco pro drobné farmáře pěstující banány na plantážích je často těžké se uživit; navíc často pracují a žijí v těžkých podmínkách.¹⁸ Přední nadnárodní společnosti obchodující s banány jsou v současnosti Dole Food Co., Chiquita Brands International a Fresh Del Monte Produce. Další dvě silné společnosti jsou Fyffes, leader v distribuci čerstvého ovoce na evropském trhu, a Exportadora Bananera Nobao (značka Bonita), hlavní exportér v Ekvádoru (s podílem přibližně 25 % z ekvádorského exportu).¹⁹

Olivier de Schutter, speciální zpravodaj OSN pro právo na potraviny, ve spojitosti se vztahem mezi farmáři a kupujícími varuje: „Uzavření smlouvy je osobní volba, ale jakou volbu farmáři doopravdy mají, pokud mají přístup na trhy skrze jednoho dominantního kupce? A jaký užitek může tato úmluva přinést farmáři, když kupce může diktovat podmínky dané smlouvy? Pokud si nedají pozor, farmáři skončí jako bezmocní dělníci na vlastní půdě.“²⁰

PRODEJCI

Prodejní sektor má za úkol, aby se potraviny a zpracované produkty dostaly ke spotřebitelům. Zahrnuje pestrou škálu obchodů, např. hypermarkety, supermarkety, diskontní prodejny, nezávislé obchody s potravinami nebo obchody spadající pod obchodní řetězce. Největším světovým prodejcem je americká společnost Wal-Mart, následovaná společnostmi Carrefour, The Home Depot, Tesco a Metro. Organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO) upozorňuje, že podíl nezávislých obchodů v prodejním sektoru začne klesat, jakmile dojde k nárůstu konsolidace velkých obchodů (viz. případ střední a východní Evropy).

Organizace OSN pro výživu a zemědělství též uvádí, že „skutečná přidaná hodnota obchodního sektoru spočívá ve službě, kterou je

¹⁸ Fair Trade International: <http://www.fairtrade.net/bananas.html>

¹⁹ UNCTAD: http://www.unctad.info/en/Infocomm/Agricultural_Products/Banana/Companies/

²⁰ Olivier de Schutter, Farmers must not be disempowered labourers on their own land, 24. 10. 2011. K dispozici na: <http://www.srfood.org/en/farmers-must-not-be-disempowered-labourers-on-their-own-land-un-right-to-food-expert>, přístup 5. 12. 2013.

prodej zboží zákazníkům. Hodnota této služby je vyjádřena hrubou marží (rozdílem) mezi konečnou prodejní cenou, kterou zaplatí kupující, a náklady vynaloženými na zakoupené zboží.“²¹ To vyvíjí tlak na ceny, které platí sami prodejci; navíc zde figuruje motivace spotřebitelů zaplatit co nejnižší možnou cenu.

3. HLAVNÍ OMEZENÍ, S NIMIŽ SE SETKÁVAJÍ DROBNÍ PRODUCENTI POTRAVIN

Hlavní problém spočívá v tom, že chudé domácnosti většinou utratí za základní potraviny více, než si vydělají prodejem vlastní zemědělské produkce. Drobní výrobci potravin jsou součástí jiného trhu, ale jejich pozice je sporná a často velmi slabá. S ohledem na fakt, že jejich produkce je limitovaná, jsou nuceni ji expedovat okamžitě po sklizni, kdy jsou ceny nízké kvůli nedostatku skladovacích prostor. To ovlivňuje jejich potravinovou bezpečnost, protože jakmile jim dojdou vlastní zásoby, musí nakupovat potraviny už za vysoké ceny.

Hlavní omezení můžeme rozdělit do následujících kategorií:

- **omezení zdrojů** (limitovaný přístup k půdě a vodě, zhoršující se úrodnost půdy),
- **strukturální omezení** (geografie, počasí/dopady změny klimatu, právní otázky/nedostatečně zajištěná práva na držbu pozemků, špatná nebo neexistující dopravní a komunikační infrastruktura),
- **omezená produkce** (malý objem, nízká kvalita produkce, sezónnost produkce, nutnost kultivace základních plodin pro vlastní spotřebu, slabé postavení v řetězci dodávek potravin a přidané hodnoty),
- **technologická omezení** (nižší produktivita práce, nižší úrodnost půdy, nedostatek know-how, absence skladovacích zařízení a zavlažovacích systémů),
- **finanční omezení** (omezený přístup k úvěrům, deficit cash-flow/nedostatek hotovosti, nedostatečné vzdělání a informovanost, omezený provozní kapitál),
- **omezení trhů** (volatilita cen, nedostatek kolektivní vyjednávací síly, vysoké transakční náklady, nárůst dovozu levných potravin z vyspělých zemí).

Špatný stav dopravní infrastruktury může vést k absurdním situacím, jako například v Etiopii. V roce 2003 zaznamenaly některé části Etiopie nadměrnou produkci potravin, ale v ostatních částech panovala akutní potravinová krize a miliony lidí hladověly. Pro etiopskou vládu bylo jednodušší požádat o zahraniční humanitární pomoc dopravenou letecky, než převézt jídlo z částí s dostatečnými zásobami potravin do oblastí, které strádaly.²²

Podle údajů Východoafrické farmářské federace (EAFF) většina drobných farmářů není schopná vyprodukovat nadbytek základních potravin kvůli omezeným zdrojům půdy a kapitálu. Hlavní problém tak pro ně pravděpodobně není jen přístup na trhy. Tím je spíše nedostatek produkčních zdrojů, zdokonalených farmářských technologií a finančních úvěrů. „Pro polovinu drobných zemědělců spočívají hlavní výzvy ve snížení

²¹ FAO, Agribusiness Handbook: Food Retail, 2009.

²² Roger Thurow, Scott Kilman, Enough, PublicAffairs, 2009.

*nákladů na transakce při prodeji své produkce a na ochranu proti riziku snížení cen.*²³

Některá z těchto omezení nelze vyřešit z krátkodobé perspektivy (například změny klimatu), ale existují i problémy, které nevyžadují komplikovaná řešení:

SKLADOVÁNÍ:

Všichni víme, že zemědělská výroba je sezónní, zatímco poptávka po potravinách je kontinuální v průběhu roku. Zemědělská nabídka většinou převyšuje poptávku těsně po sklizni, jelikož farmáři mají tendenci v daných regionech pěstovat stejné plodiny v důsledku podobného klimatu a zeměpisných podmínek. Kvůli nedostatku řádných skladových prostor mohou být posklizňové ztráty bohužel velmi vysoké. Organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO) uvádí, že ztráta na jednoho obyvatele v Subsaharské Africe dosahuje 170 kg/rok a špatné skladovací prostory jsou jednou z hlavních příčin (mezi další příčiny patří například předčasná sklizeň, vysoké nároky supermarketů na kvalitu, nedostatek zpracovatelských zařízení).²⁴ Přitom skladování sklizně by pomohlo vyrovnat aktuální nabídku a poptávku a zajistit vyšší příjem pro farmáře, kteří chtějí své plodiny prodat za lepší cenu později, když opadne posklizňová nadměrná nabídka.

*„Adekvátní skladovací zařízení mohou snížit ztráty sklizňových produktů a tím i prodejní náklady. Ty často chybí na místních trzích, kde se obchoduje s obilovinami. Organizaci místních trhů mají často na starosti místní úřady. Absence skladovacích prostor též odrazuje obchodníky od dlouhodobého skladování obilovin, což dále zabraňuje rozvoji pozdějšího prodeje, jenž může zmírnit sezónní výkyvy cen potravin.“*²⁵

PŘEPRAVA:

Přeprava umožňuje zpřístupnit produkty, kde je jich zapotřebí. Klíčovým prvkem je infrastruktura. Ve většině rozvojových zemí (především na venkově a v odlehlých oblastech) jsou bohužel silnice ve velmi špatném stavu, proto farmáři nemohou přepravovat svou zemědělskou produkci na trhy (další otázkou samozřejmě je, zda mají dopravní prostředek). Chybějící funkční infrastruktura zabraňuje drobným výrobcům potravin v přepravě produktů na trhy za rozumné ceny a včas, proto musí často spoléhat na prostředníky. Situaci ale lze vyřešit pomocí náležitých investic a pomocí spolupráce mezi veřejným a privátním sektorem – potřeby drobných výrobců potravin však musí mít prioritu.

ZPRACOVÁNÍ:

S ohledem na nedostatek zpracovávacích technologií producenti potravin většinou prodávají surové potravinářské plodiny

na export. Proto mají velmi malý podíl v potravinovém hodnotovém řetězci. Například Tanzanská republika vykazuje typický africký obchodní trend. V roce 2011 mezi pět hlavních exportních komodit patřila zelená kávová zrna, nezpracovaný tabák, kešů ořechy ve skořápce, sezamová semínka a surová bavlna. Tanzanie naopak dováží pšenici, palmový olej, rafinovaný cukr, ječmen a slad (tedy základní a zpracované potraviny).²⁶ Mnoho afrických zemí patří mezi vývozce surových potravinářských plodin a tyto plodiny jsou většinou zpracovávány zahraničními a mezinárodními společnostmi, zatímco většina afrických zemí je pradoxně klasifikována jako země závislé na dovozu základních potravin. Pokud by se potraviny zpracovávaly v zemi původu, za předpokladu náležitého know-how a převodu technologií, zemědělci by dosáhli vyšších zisků a finančních prostředků pro lepší živobytí.

4. ZVÝŠENÍ TRŽNÍ SÍLY

Některé základní potraviny vyprodukují hlavně drobní výrobci potravin (maniok, čerstvé ovoce a zeleninu); včasný prodej je jediný způsob, jak si zajistit výdělek. Farmáři musí najít způsob, jak zvýšit svou tržní sílu, zlepšit přístup na trh a jak se nejlépe zorganizovat a posílit místní ekonomický systém jako celek. Zvýšení jejich tržní síly může být individuální nebo kolektivní. Individuální strategie se zaměřují na mezery na trhu nebo na přímý přístup ke spotřebitelům. Kolektivní strategie jsou založeny na kolektivních aktivitách a spolupráci mezi výrobci. Společným rysem obou strategií je to, že je farmáři mohou implementovat s různou mírou veřejné podpory.

Příklad individuální strategie: smluvní farmaření

Smluvní farmaření je možno definovat jako smlouvu mezi producentem potravin a kupujícím. Ve většině případů farmář poskytne dohodnuté množství specifické plodiny v požadované kvalitě a v odhadovaném termínu. Na oplátku kupující garantuje farmáři dohodnutou cenu. V některých případech kupující též poskytne farmáři nějaký zemědělský vklad (semena, hnojiva) nebo technické služby. Tento typ hospodaření tak přináší určité výhody. Především snižuje riziko spojené s procesem prodeje. Může též stabilizovat příjem farmářů, aby mohli lépe plánovat – a to především své investice.²⁷

Na druhou stranu, smluvní farmaření vyvolává pochybnosti kvůli možným limitům v procesu inkluze farmářů i kvůli případům zhoršujících se podmínek těchto producentů.²⁸ Je zřejmé, že farmáři jsou ve slabší vyjednávací pozici ve vztahu ke kupujícím, kteří mohou diktovat smluvní podmínky a poskytnout méně výhodné podmínky. Mohou také na farmáře vyvíjet nátlak s ohledem na typ plodiny, kterou by měli pěstovat. Ti pak nemají dostatečnou flexibilitu spravovat přírodní zdroje udržitelným způsobem. Velcí kupci a obchodníci totiž většinou preferují intenzivní výsadbu jedné plodiny, která je závislá na těžké technice a chemikáliích, což nutí farmáře upustit od tradičních technologií a znalostí.

²³ EAFF, Models of production and consumption and local market; building on the experience of African family farmers in their struggles to realize food sovereignty, 2012.

²⁴ FAO, Global Food Losses and Food Waste, 2011.

²⁵ FAO, Agricultural and Food Marketing Management, 2006.

²⁶ FAOSTAT: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>

²⁷ Alex Danau, Julie Flament, Daniel Van Der Steen, Choosing the right strategies for increasing farmers' market power, CSA 2011.

²⁸ HLPE, Zpráva č. 6: Investing in Smallholder Agriculture for Food Security, CFS červen 2013.

V tomto kontextu Organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO) vydala Řídící principy pro zodpovědné smluvní farmaření za účelem propagovat dobré obchodní praktiky. Tyto principy se dovolávají společného účelu, právního rámce s jasně vymezenou zodpovědností, přehledné dokumentace a přesného vysvětlení, patřičné péče a posouzení, transparentnosti při stanovení ceny, férovosti při podstupování rizik a jasného mechanismu pro urovnání sporů.²⁹ Žádné směrnice však nemohou zajistit, aby silnější strana jednala v nejlepším zájmu slabší strany. Proto drobní výrobci potravin potřebují dobré státní politiky, řádnou státní podporu a průběžnou podporu nevládních organizací.

Příklad kolektivní strategie: zemědělská družstva³⁰

Družstvo je samostatné sdružení farmářů – mužů a žen – kteří mají ve vlastnictví demokraticky řízený podnik. Hlavním cílem je uspokojit potřeby členů a usilovat o zisk a dlouhodobou udržitelnost. Družstva nabízejí příležitosti, jichž nelze dosáhnout jednotlivě, například navýšení společenského kapitálu, soběstačnost, kolektivní vyjednávací sílu, přístup na trhy, širší škálu zdrojů (technologie, semena a nástroje), instruktáž či úvěr. Družstva též usnadňují přístup k informacím, komunikačním technologiím a znalostem.³¹

Funkční zemědělská družstva a svazy farmářů jsou zásadní pro posílení drobných výrobců potravin, především žen, jež mají méně příležitostí než muži. Díky kolektivnímu nakupování a marketingu mohou farmáři získat přístup na trh s lepšími cenami za své zemědělské produkty. Dalším důležitým aspektem je účast drobných výrobců potravin na rozhodování na všech úrovních. Členové družstva si zdokonalí své „měkké“ schopnosti v oblastech, jako jsou vůdčí schopnosti, podnikatelské schopnosti, lobbvání a vyjednávání.

Důkaz, že družstva mají silný vliv na tržní sílu farmářů, lze vyčíslit. Například v Keni mají 70% podíl na trhu s kávou, 76% podíl na trhu s mléčnými výrobky a 95% podíl na trhu s bavlnou.³² Družstva navíc mohou zakládat odbory. Oromia Coffee Farmers Cooperative Union v Etiopii sdružuje 240 družstev (pěstitele, zpracovatele a dodavatele) a „propaguje fair trade pro sociálně a environmentálně udržitelné techniky a dlouhodobé vztahy mezi výrobci, obchodníky a spotřebiteli.“³³

Bohužel ani zemědělská družstva ale nelze považovat za všelék. Různorodá seskupení mají menší šanci na úspěch a velikost uskupení může též mít vliv na úspěch. Neuspokojivé výsledky zaznamenáváme, pokud se z družstva stane státní orgán užívaný pro politické účely s méně demokratickým procesem rozhodování, pokud management vykazuje nedostatečné schopnosti či tendenci rozšířit aktivity navzdory kapacitě a pokud je ovládnuto elitou.³⁴

²⁹ FAO, Guiding Principles for Responsible Contract Farming Operations, 2012.

³⁰ Družstva mohou mít různé názvy či formy - organizace výrobců, svépomocné skupiny, odbory, sdružení výrobců.

³¹ FAO, 2012 International Year of Cooperatives. K dispozici na: <http://www.fao.org/docrep/016/ap088e/ap088e00.pdf>, přístup 13. 12. 2013.

³² FAO, World Food Day 2012. K dispozici na: http://coin.fao.org/coin-static/cms/media/13/13455344893260/wfd2012_leaflet_en_low.pdf, přístup 13. 12. 2013.

³³ Oromia Coffee Farmers Cooperative Union: www.oromiacoffeunion.org

³⁴ FAO, Approaches to Linking producers to markets, 2007.

5. PŘÍPADOVÉ STUDIE

Následující dvě případové studie poukážou na drobné kroky, které je možno implementovat za účelem toho, aby drobní výrobci potravin měli možnost podílet se na tržních aktivitách. Jedná se o dobré projekty a cílené investice, jelikož výrobci se potřebují vymanit ze začarovaného kruhu omezeného přístupu k výrobním zdrojům. Příklad Senegalu pak znázorňuje, jaké jsou výhody kolektivních snah.

RWANDA: NOVÁ TECHNOLOGIE PRO DROBNÉ FARMÁŘE

Mezinárodní nezisková organizace Oxfam uskutečnila ve Rwandě zajímavý projekt. Drobní farmáři většinou čelí problémům, jak vyhovět náročným hygienickým a rostlinolékařským (fytosanitárním) opatřením (především opatřením implementovaným vyspělými zeměmi pro ochranu lidského zdraví a zdraví zvířat a rostlin na jejich území před importovanými rostlinnými škůdci, přísadami, zbytkovými a znečišťujícími látkami, toxiny nebo choroboplodnými organismy v potravinách, nápojích či krmivech),³⁵ pokud chtějí prodat své potravinářské plodiny v zahraničí. Jedním ze způsobů, jak se jednodušeji dostat na trhy ve vyspělých zemích, je například prodej sušeného ovoce místo čerstvého ovoce. Ale technologie sušení ovoce je pro drobné výrobce drahá a nedostupná.

Proto Oxfam zahájil spolupráci s Damienem Mbatezimanou, zakladatelem středně velké společnosti Shekina Enterprises, jež byla založena v roce 2007. Damien téměř podnikání vzdal, protože kvalita jeho sušené zeleniny údajně nebyla dostatečná. Popisuje, jak tato spolupráce začala: „ Oxfam zadal studii na technologii pro sušení ovoce. Jeli jsme do Jižní Afriky vyhledat společnost Dryers for Africa a zjistili jsme, že vyrábí, co potřebujeme, ale s elektrickým pohonem. Požádali jsme je proto, aby vytvořili upravenou verzi, jelikož elektřina je ve Rwandě příliš drahá a jejich technologie by pro nás nebyla použitelná. Společně jsme navrhli novou sušičku.“ Nyní společnost Shekina expanduje na trhu se sušeným ananasem.

Oxfam mimo jiné analyzoval zemědělské hodnotové řetězce ve Rwandě za účelem přidání hodnoty a propojení drobných farmářů se společnostmi ze soukromého sektoru. Pro tyto společnosti je důležité mít příležitost konzultovat s experty posklizňové metody, rozvoj produktů a obchodní plánování, rozvoj a identifikaci trhu, aby našly cesty, jak propojit chudé a zranitelné ženy-farmářky z místní oblasti. Damienova společnost v současné době zaměstnává 105 lidí, 75 % z nich jsou ženy. Jakmile nalezne svůj exportní trh, plánuje expandovat a spolupracovat se stovkami pěstitelů ananasu v celé Rwandě.³⁶

³⁵ Evropská komise, Sanitary and Phytosanitary (SPS) Issues. K dispozici na: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/april/tradoc_150986.pdf, přístup 14. 12. 2013.

³⁶ Oxfam, Rwanda: New technology creates a market for small-scale farmers. K dispozici na: <http://www.oxfam.org/en/rwanda/new-technology-creates-market-small-scale-farmers>, přístup 4. 12. 2013.

SENEGAL: KOLEKTIVNÍ MARKETING ARAŠÍDŮ

Odvětví produkce arašídů má v Senegalu dlouhou tradici, která vznikla během koloniální éry. Toto odvětví bylo jedním z hlavních tahounů senegalského venkovského hospodářství, jelikož arašidy se používaly jako plodiny určené k vlastní spotřebě, jako tržní plodiny i jako krmivo. V roce 2001 vznikla organizace Groundnut Growers' Consultation Framework (CCPA),³⁷ aby sdružila pěstitele arašídů a jejich organizované skupiny. Jejím hlavním cílem bylo zvýšit produkci, podporovat ekologické farmaření, bránit zájmy členů a zvýšit kapacity farmářů.

Podle statistiky vydané Organizací OSN pro výživu a zemědělství měla produkce senegalských arašídů v roce 2011 hodnotu 220 miliard dolarů a objem 528 000 metrických tun. Produkce vzrůstá: v roce 2007 měla hodnotu 127 miliard dolarů a objem 331 metrických tun. Arašídový olej je přední senegalskou vývozní komoditou.³⁸

Tato organizace by měla především napomoci pěstitelům arašídů, aby „snížili počet prostředníků mezi farmáři a kupujícími, usnadnili marketing produktů zpracovávaných členy, aby se společně podíleli na zakládání zásob osiva a aby zmenšili mezeru mezi strategiemi farmářů pěstujících arašidy a vládními strategiemi.“³⁹ A v neposlední řadě vznikla i organizace Inter-village Groundnut Farmers' Group, která nyní farmářům půjčuje peníze, poskytuje semena, nakupuje hnojiva, pomáhá s přepravou a vzájemně představuje potenciální obchodní partnery.

Organizace CCPA také postavila zpracovatelské závody na arašídové máslo, které provozují ženy, a podepsala smlouvu se státním Food Technology Institute na výrobu arašídového oleje a dalších vedlejších produktů. Tato organizace se také soustředí na lepší financování rozvoje místních produktů v malých a středně velkých společnostech.⁴⁰

6. POTŘEBNÁ ŘEŠENÍ

Limitovaný přístup drobných farmářů na trhy je pouze dílčím problémem souvisejícím s nezajištěnou potravinovou bezpečností. Je přímo spojen s mnoha dalšími problémy, na něž jsme v tomto textu poukázali. Komoditní trh v Africe propaguje výrobu tržních plodin orientovaných na export, ale místní z nich nemají téměř žádný prospěch. Farmáři se dovolávají „vytvoření a posílení zemědělských a potravinových trhů, které by byly pod kontrolou rodinných farmářů a drobných výrobců potravin, podporovaly by sociálně a environmentálně udržitelnou výrobu a poskytovaly by přístup ke kvalitním potravinám pro spotřebitele.“⁴¹

Sophia Murphy též uvádí: „Z pohledu drobných výrobců potravin je diskuze většinou rozšířena, aby zahrnovala další způsoby

pro zlepšení nabídky: vyvarovat se posklizňových ztrát, např. zlepšením skladování, marketingu a distribučních systémů. Drobní výrobci by mohli vybudovat kratší dodavatelské řetězce potravin zaměřené na osobní prodej mezi farmáři a spotřebiteli, nebo by mohli vyhledávat blízká odbytiště (vyvíjet tlak na maloobchodníky, kantýny, nebo státní služby nabízející stravu, např. školy a vězení, aby využívaly místní pěstitele). Mohly by se soustředit na alternativní obchodní výměny, například na zboží nabízené v režimu fair-trade, které využívá ve svůj prospěch některé aspekty produkce a organizace, které by přísně tržně orientovaný přístup nezajistil.“⁴²

To je z velké části povinnost každé státní správy. Jednotlivé země musí garantovat, že farmáři mají **kontrolu nad přírodními zdroji skrze nevýlučné užívání, kolektivní vlastnická práva a tradiční mechanismy řízení. Vybudování infrastruktury** by též mělo být klíčovou prioritou. Státy by také měly **upřednostňovat místní trhy**, jelikož globální potravinový trh většinou nezajišťuje příležitosti k tomu, aby drobní výrobci potravin mohli generovat zisk, protože nejsou schopni vyrábět produkty s přidanou hodnotou. Navíc je doopravdy zapotřebí investic. Nicméně musí existovat pravidla a procesy zodpovědných a cílených investic, které by se soustředily na potřeby drobných výrobců potravin. Proto Výbor pro světovou potravinovou bezpečnost (CFS) v současné době připravuje tyto zásady.

Vysoký panel expertů na potravinovou bezpečnost a výživu ustanovený Výborem pro světovou potravinovou bezpečnost poskytl následující doporučení ohledně přístupu na trhy:⁴³

- Vlády by měly **upřednostňovat propojování drobných farmářů s domácími, národními a regionálními trhy**; stejně tak by měly **vytvářet kontakty mezi výrobci a spotřebiteli** a schémata, která spoléhají na drobné zemědělce při obstarávání potravin do škol a jiných institucí.
- Všude, kde je to možné, by se měly **podporovat a posilovat lokální trhy**, kde se přímo setkávají výrobci a spotřebitelé.
- **Investice do drobných a středně velkých zpracovatelů potravin a drobných obchodníků na maloobchodní i velkoobchodní úrovni jsou nutné** pro rozvoj nových tržních propojení.
- **Zásah státní správy je důležitý pro snížení transakčních nákladů** na trzích a **pro stabilizaci cen a příjmů drobných farmářů**.
- Vlády by též měly usilovat o vytvoření nutných **regulačních nástrojů**, které by překlenuly rozdíly v ekonomické a politické síle mezi drobnými farmáři a ostatními smluvními organizacemi na druhé straně.
- **Role organizovaných skupin drobných zemědělců by se měla posílit.**

Jak jsme ukázali, farmáři vidí také problém v tom, že nejsou schopni vyprodukovat nadbytky. Investice (veřejné, soukromé či zahraniční) jsou zapotřebí v oblastech, mezi které patří následující: **zavlažovací zařízení, skladovací zařízení, ochrana půdy; investice do dalších veřejných statků, např. vzdělání, zdravotních služeb, vody a hygienických služeb,**

³⁷ CCPA je členem organizace National Council for Rural Consultation (CNCR) založené v roce 1993, která je členem západoafrické regionální platformy rodinných farmářů ROPPA.

³⁸ FAOSTAT: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>

³⁹ Alex Danau, Julie Flament, Daniel Van Der Steen, Choosing the right strategies for increasing farmers' market power, CSA 2011.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ EuropAfrica, Family Farmers for Sustainable Food Systems, 2013.

⁴² Sophia Murphy, Changing Perspectives: Small-scale farmers, markets and globalisation, IIED 2011.

⁴³ HLPE, Zpráva č. 6: Investing in Smallholder Agriculture for Food Security, CFS červen 2013.

dále finančních služeb, například peněžních transakcí, bezpečných úsporových vkladů, pojištění, technologické inovace a převodu know-how.

Je potřeba se dále zasadit o **transparentnější a regulovanější mezinárodní trh se zemědělskými komoditami**. Podle předpovědí respektovaných organizací a orgánů,⁴⁴ se do roku 2080 v afrických zemích potravinová produkce sníží o 15–20 %; proto je potravinová produkce jednou z největších výzev a modely potravinové produkce představují další velmi palčivý problém. **Zmírňování a adaptace klimatu** a regulace mezinárodního obchodu se zemědělskými komoditami za účelem prevence cenové nestability zůstávají hlavní výzvou na globální úrovni.

⁴⁴ Např. IPCC, European Environmental Agency EEA, International Geosynthetic Society IGS.

REFERENCE

- BAILEY, R., GROWING A BETTER FUTURE, FOOD JUSTICE IN A RESOURCE-CONSTRAINED WORLD, OXFAM 2011.
- DANAU, A., FLAMENT, J., VAN DER STEEN, D., CHOOSING THE RIGHT STRATEGIES FOR INCREASING FARMERS' MARKET POWER, CSA 2011.
- DE SCHUTTER, O., FARMERS MUST NOT BE DISEMPOWERED LABOURERS ON THEIR OWN LAND, 2011. DOSTUPNÉ NA: [HTTP://WWW.SRFOOD.ORG/EN/FARMERS-MUST-NOT-BE-DISEMPOWERED-LABOURERS-ON-THEIR-OWN-LAND-UN-RIGHT-TO-FOOD-EXPERT](http://www.srfood.org/en/farmers-must-not-be-diseempowered-labourers-on-their-own-land-un-right-to-food-expert) (5.12.2013)
- DE SCHUTTER, O., HOW NOT TO THINK OF LAND GRABBING: THREE CRITIQUES OF LARGE-SCALE INVESTMENT IN FARMLAND, THE JOURNAL OF PEASANTS STUDIES, MARCH 2011.
- EAFF, MODELS OF PRODUCTION AND CONSUMPTION AND LOCAL MARKET; BUILDING ON THE EXPERIENCE OF AFRICAN FAMILY FARMERS IN THEIR STRUGGLES TO REALIZE FOOD SOVEREIGNTY, 2012.
- EUROPAFRICA, FAMILY FARMERS FOR SUSTAINABLE FOOD SYSTEMS, 2013.
- EVROPSKÁ KOMISE, SANITARY AND PHYTOSANITARY (SPS) ISSUES. DOSTUPNÉ NA: [HTTP://TRADE.EC.EUROPA.EU/DOCLIB/DOCS/2013/APRIL/TRADOC_150986.PDF](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/april/tradoc_150986.pdf) (14.12.2013)
- FAO, 2012 INTERNATIONAL YEAR OF COOPERATIVES. DOSTUPNÉ NA: [HTTP://WWW.FAO.ORG/DOCREP/016/AP088E/AP088E00.PDF](http://www.fao.org/docrep/016/ap088e/ap088e00.pdf) (13.12.2013)
- FAO, AGRIBUSINESS HANDBOOK: FOOD RETAIL, 2009.
- FAO, AGRICULTURAL AND FOOD MARKETING MANAGEMENT, 1997.
- FAO, AGRICULTURAL AND FOOD MARKETING MANAGEMENT, 2006.
- FAO, APPROACHES TO LINKING PRODUCERS TO MARKETS, 2007.
- FAO, GLOBAL FOOD LOSSES AND FOOD WASTE, 2011.
- FAO, GUIDING PRINCIPLES FOR RESPONSIBLE CONTRACT FARMING OPERATIONS, 2012.
- FAO, RETAIL MARKETS PLANNING GUIDE, 1995. DOSTUPNÉ NA: [HTTP://WWW.FAO.ORG/DOCREP/V8390E/V8390E03.HTM#](http://www.fao.org/docrep/v8390e/v8390e03.htm#) (26.8.2013)
- FAO, THE STATE OF FOOD INSECURITY IN THE WORLD, 2012.
- FAO, WORLD FOOD DAY 2012. DOSTUPNÉ NA: [HTTP://COIN.FAO.ORG/COIN-STATIC/CMS/MEDIA/13/13455344893260/WFD2012_LEAFLET_EN_LOW.PDF](http://coin.fao.org/coin-static/cms/media/13/13455344893260/wfd2012_leaflet_en_low.pdf) (13.12.2013)
- HLPE, ZPRÁVA Č. 6: INVESTING IN SMALLHOLDER AGRICULTURE FOR FOOD SECURITY, CFS ČERVEN 2013.
- IFPRI, THE FUTURE OF SMALL FARMS FOR POVERTY REDUCTION AND GROWTH, 2007.
- LAWRENCE, F., THE GLOBAL FOOD CRISIS: ABCD OF FOOD – HOW THE MULTINATIONALS DOMINATE TRADE, JUNE 6TH, 2011. DOSTUPNÉ NA: [HTTP://WWW.THEGUARDIAN.COM/GLOBAL-DEVELOPMENT/POVERTY-MATTERS/2011/JUN/02/ABCD-FOOD-GIANTS-DOMINATE-TRADE](http://www.theguardian.com/global-development/poverty-matters/2011/jun/02/abcd-food-giants-dominate-trade) (8.12.2013).
- MURPHY, S., CHANGING PERSPECTIVES: SMALL-SCALE FARMERS, MARKETS AND GLOBALISATION, IIED 2011.
- MURPHY, S., BURCH, D., JENNIFER CLAPP, CEREAL SECRETS, OXFAM 2012.
- OXFAM, RWANDA: NEW TECHNOLOGY CREATES A MARKET FOR SMALL-SCALE FAR-

MERS. DOSTUPNÉ NA: [HTTP://WWW.OXFAM.ORG/EN/RWANDA/NEW-TECHNOLOGY-CREATES-MARKET-SMALL-SCALE-FARMERS](http://www.oxfam.org/en/rwanda/new-technology-creates-market-small-scale-farmers) (4.12.2013)

THUROW, R., KILMAN, S., ENOUGH, PUBLICAFFAIRS, 2009.

UNDESA, WORLD POPULATION PROSPECTS: THE 2012 REVISION, 2013.

Webové stránky:

ALIN: [HTTP://WWW.ALIN.OR.KE/MARKET%20LINKAGES](http://www.alin.or.ke/market%20linkages)

EUROPAFRICA: [HTTP://WWW.EUROPAFRICA.INFO/EN/PUBLICATIONS/](http://www.europafrika.info/en/publications/)

FAIR TRADE INTERNATIONAL: [HTTP://WWW.FAIRTRADE.NET](http://www.fairtrade.net)

FAOSTAT: [HTTP://FAOSTAT.FAO.ORG/SITE/342/DEFAULT.ASPX](http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx)

MAKE CHOCOLATE FAIR: [HTTP://MAKECHOCOLATEFAIR.ORG/ISSUES/COCOA-PRICES-AND-INCOME-FARMERS-0](http://makechocolatefair.org/issues/cocoa-prices-and-income-farmers-0)

OROMIA COFFEE FARMERS COOPERATIVE UNION: [WWW.ROMIACOFFEEUNION.ORG](http://www.romiacoffeeunion.org)

TROPICAL COMMODITY COALITION: [HTTP://WWW.TEACOFFEECOCAO.ORG/TCC/COMMODITIES/COFFEE/INDUSTRY](http://www.teacoffeeecocoa.org/tcc/commodities/coffee/industry)

UNCTAD: [HTTP://WWW.UNCTAD.INFO/EN/INFOCOMM/AGRICULTURAL_PRODUCTS/BANANA/COMPANIES/](http://www.unctad.info/en/infocomm/agricultural_products/banana/companies/)

glopolis

Glopolis je nezávislé analytické centrum se zaměřením na globální výzvy a příslušné odpovědi České republiky a EU. Ve spolupráci s těmi, kteří utvářejí politiku, byznys a veřejné mínění, je naším dlouhodobým cílem zlepšit politickou kulturu a přispět k přechodu na chytrou ekonomiku, k energetické a potravinové zodpovědnosti. Více informací na www.glopolis.org.

Autor: Dagmar Milerová Prášková

Překlad do CZ: Dagmar Pegues

Vydavatel: Pražský institut pro globální politiku – Glopolis, o.p.s.

Grafický design: www.creativeheroes.cz

Tisk: Agentura David Centrum

Praha, leden 2014

© **Copyright 2014**

Pražský institut pro globální politiku

– Glopolis, o.p.s.

Soukenická 23

110 00 Praha 1

Tel./fax: +420 272 661 132

www.glopolis.org



europafrica

Towards Food Sovereignty

Publikace vyšla s finanční podporou Evropské unie v rámci projektu Europafrica: Towards Food Sovereignty. Obsah publikace nemusí vyjadřovat stanoviska sponzorů a nezakládá odpovědnost z jejich strany.