

# PROFIT

100  
STRÁN

INŠPIRUJTE SA

8. júla 2015, cena 2,90 EUR  
[www.profit.sk](http://www.profit.sk)

14-15

ZOO INAK  
NAVŠTÍVTE



FOTO: IVAN FLEISCHER

## NÁRODNÁ HRDOSŤ

# cez žalúdok

*V Európe je zhruba šesťsto potravinových výrobkov s chráneným označením. Slovensko v počte za priemerom nezaostáva. Len oveľa menej ako iní využívame potenciál kvality tradičných výrobkov na živienie našej národnej hrdosti.*

Foto: Klaudia Lászlóová

**A**k by z nás národná hrdosť založená na tradícii výroby potravín zrazu vytryskla a začala sa šíriť cez rôzne médiá, nič by nepomohlo viac presadiť domácu kvalitu na trhu. Výrobok s chráneným označením pôvodu (CHOP) alebo chráneným zemepisným označením (CHZO) je nositeľom výnimočnej kvality a zá-

roveň značkou, ktorá môže tento výrobok predať doma i v zahraničí. Žiaľ, na Slovensku CHOP a CHZO výrobky nie vždy predávajú. „Dopyt chýba zo strany zákazníka i cestovného ruchu, ktorý stále nevie dostatočne využiť miestne autentické potraviny. Gastronómia a kulinárstvo sa u nás nevnímajú ako súčasť kultúry. Stále máme čo dobiehať voči Maďarsku, Českej republike či Rakúsku. Ale pomaly sa to

obracia, jedlo a pitie sa začína stávať aj u nás marketingovým lákadlom,“ hovorí Jaroslav Hric z neziskovky Gemerské grúne.

Slovenskí producenti výrobkov s CHOP alebo CHZO značkou, ktorých *Profit* oslovil, potvrdzujú, že by sa dokázali presadiť na trhu aj napriek vyšším výrobným nákladom, ak by sa zvýšilo povedomie o týchto výrobkoch. Očakávajú predovšetkým masívnu štátnu kampaň a bez nej to pri trhových výrobkoch so zložitým výrobným procesom, ako je napríklad bryndza, naozaj nefunguje. Hoci niektoré iné produkty dosiahli úspech aj bez informačnej podpory štátu.

**AKTÍVNE ZÁHORIE.** Zo Záhoria pochádza hneď niekoľko trhovo úspešných potravinových výrobkov s chráneným označením. Certifikovaných výrobcov Skalického trdelníka je menej ako desať, ale tradičné postupy výroby tejto sladkosti v tvare dutého valca posypaného orieškami sa dajú dodržať aj pri malých prenosných elektrických piekch. Maringotky so Skalickým trdelníkom preto nechýbajú na žiadnom jarmoku, hodoch či festivale. Trdelník sa stal akýmisi kvalitným sladkým slovenským fastfoodom.

Zo Skalice pochádza aj prírodné červené víno Skalický rubín, trojodrodová zmes Frankovky modrej, Svätovavrincského a Modrého Portugalu. Samozrejme, len z viniča z okolia Vinoperku, najvyššieho kopca skalického okresu. Uvažovalo sa aj o chránení produktov z ovocných sádov v Bošácej – slivovica i sušeného ovocia. „Nielen slivovica z Bošáckej doliny bola kedysi preslávená, ale aj sušené ovocie sa plfami po Váhu vyvážalo do celého Uhorska. Miestne odrody ovocia sa sušili v špeciálnych sušiarňach na drevených roštoch. V okolí Novej Bošáče sa v súčasnosti snažia obnoviť túto tradíciu,“ opisuje Jaroslav Hric.

K záhorským označeným chráneným špecialitám len nedávno pribudla aj kyslá kapusta Stupavské zelé. Mestský potravinový spolok v Stupave by rád využil CHOP ako nástroj na ochranu a rozšírenie produkcie. „Snažíme sa o obnovu a roz-

# POPULARIZÁCIA BRYNDZE SA LEN MÁLO ZAKLADÁ NA CHRÁNENOM OZNAČENÍ, VLASTNE Z TOHO NIKTO NEVYŤAŽIL KAPITÁL

voj farmárskej poľnohospodárskej prvovýroby v regióne Stupavy. Pestovanie hlávkovej kapusty má v Stupave dlhú tradíciu, ale, žiaľ, v súčasných podmienkach upadá," vysvetľuje pre Profit podpredseda tohto občianskeho združenia Jozef Fabian.

Kyslú kapustu v drevenom sude kúpate na každom trhu, ale do Stupavského zelé je zaručene pridávaná iba soľ, žiadna chémia. Kapusta sa aj dnes šliape v drevených sudoch a „v potravinárskych gumákoch“, ako sa uvádza v popise výroby v registrácii na Úrade priemyselného vlastníctva SR. Kapusta sa vrství, solí, vrství a zase solí, a potom šliape. Využívať sa smú iba jesenné odrody hlávkovej kapusty vypestovanej na vymedzenom území svahov Malých Karpát. „Chceli sme pozdvihnúť značku Stupavské zelé na vyššiu kvalitatívnu úroveň a podporiť súčasných drobných pestovateľov, ktorí nielenže môžu byť opäť viac hrdí na svoj výrobok, ale za dodržiavanie registrovanej kvality budú môcť požadovať zodpovedajúcu cenu," hovorí J. Fabian. Stupavské zelé sa dnes predáva najmä

z dvora, na niekoľkých trhoviskách v Stupave alebo v Bratislave a mesto Stupava podporuje jeho marketing tradičným podujatím Dni zelé. V súčasnosti ho vyrába okolo desať pestovateľov, ale žiadatelia o titul CHOP veria, že sa to zmení. „Proces registrácie CHOP na Stupavské zelé bude v rámci Slovenska ukončený až začiatkom septembra 2015 a potom nás čaká ďalšie kolo konaní na úrovni Európskej komisie. V každom prípade veríme, že to pozitívne podporí rozvoj obchodu," dodáva.

## CHRÁNENÉ OZNAČENIA

Poľnohospodárske výrobky a potraviny je možné zapísať a chrániť na úrovni Európskej únie podľa nariadenia Európskeho parlamentu z roku 2012.

Íde o výrobky, na ktorých výslednú kvalitu alebo vlastnosti vplyvajú prírodné podmienky, sú spojené s vymedzeným zemepisným územím, tradíciou a majú dobré meno.

**SLOVENSKÁ PAPRIKA.** Úmysel presadiť kvalitný výrobok na trhu viedol aj majiteľa certifikátu prvej slovenskej Žitavskej papriky. Dôvod? Kvalita si žiada náročnejšie postupy a certifikát umožňuje predaj výrobok lepšie, za vyššiu cenu. „Spotrebiteľia čoraz častejšie hľadajú výnimočné kvalitné výrobky. Vedeli sme, že Paprika Žitava kvalitný výrobok je, a preto sme sa snažili získať pre ňu titul CHOP. Na jeho základe ju bude môcť spotrebiteľ na Slovensku alebo v zahraničí nájsť v spektre všedných papriek ako výnimočný produkt," uviedol pre Profit Andrej Vrábek, manažér prevádzky Mäspoma v Dvoroch nad Žitavou.

Čo robí sladkú Žitavskú papriku výnimočnou? Zberajú sa len zrelé nepoškodené plody s vysokým obsahom farbív jedenástich šľachtených druhov papriek Capsicum, z ktorých niektoré (nie všetky) boli vyšľachtené na Slovensku. Na chuť sa podpisuje, tak ako pri iných výrobkoch s CHOP a CHZO, pôda, podnebie a celkový rastlinný biotop na ohraničenom území v ústí riek Váh, Hron, Nitra a v povodí Malého Dunaja a Žitavy. A potom je tu spracovateľský postup, súčasť výrobného certifikátu, ktorý zápis CHOP obsahuje: melie sa na kamennom mlyne vo dvoch fázach, pričom v druhej fáze sa mierne zahreje a tým sa farbivo rozpustí v tukoch a dosahuje typickú oranžovočervenú farbu. „Sme si vedomí jej kvality, zároveň aj vyššej ceny vyplývajúcej z nákladov potrebných na dopestovanie papriky, preto bolo potrebné získať pre ňu označenie, ktoré ju odliší od lacných dovozových papriek," hovorí A. Vrábek.

Paprika Žitava je na trhu iba niekoľko mesiacov, a to aj na pultoch niekoľkých potravinových reťazcov. „Pripravujeme vlastnú kampaň na podporu jej povedomia u verejnosti, veríme, že sa to odrazí aj v predaji," dodáva.

**BRYNDZOVÉ REZERVY.** K Slovákom patrí bryndza tak ako paprika k Maďarom, ale paradoxne tú pravú Slovenskú bryndzu v zmysle chráneného zemepisného označenia väčšina z nich nikdy nechutná. Teda určite nie, ak nakupuje >>



FOTO: ARCHIV J. KERESTEŠA

# BRYNDZA JE FENOMÉN SLOVENSKA. JE TO DOBRÁ PREVENCIA PRED CIVILIZAČNÝMI CHOROBAMI

**Ján Keresteš,**  
bývalý predseda Cechu bryndziarov



FOTO: MARIO STRAUCH



FOTO: MAĽO ŠTRAUCH



FOTO: VLADĽO BENKO

## SKALICKÝ TRDELNÍK SA VYRÁBA V MARINGOTKÁCH S PRENOSNÝMI ELEKTRICKÝMI PIECKAMI AKO KVALITNÝ SLADKÝ SLOVENSKÝ FASTFOOD

lohách od Karpát po Vihorlat, od Slovenského krasu po Tatry. Len vtedy obsahuje mikroflóru, ktorou je bryndza cenná. „Bryndza od oviec z určitých horských oblastí Slovenska obsahuje 20 až 30 druhov mikroorganizmov a má veľmi priaznivé zdravotné účinky. Je to mikrobiálny fenomén Slovenska. Pravidelná konzumácia kvalitnej bryndze je vynikajúca prevencia proti národovým aj kardiovaskulárnym ochoreniam,“ tvrdí Ján Keresteš, bývalý predseda Cechu bryndziarov a autor knihy *Ovčiarstvo na Slovensku – história a technológia*.

Pri priemyselnej výrobe sa zvyčajne abstrahujú dva-tri kľúčové mikroorganizmy, ale to už podľa neho nie je ono. Práve ochrana týchto zdraviu prospešných vlastností bryndze bola popri certifikovaní názvu bryndze, ktorý sa v žiadnej inej krajine nesmie použiť, hlavným motívom. Bohatá mikroflóra je výsledkom látok v pôde i zmesi druhov lúčnych tráv. O blahodarných účinkoch mikroorganizmov v mliečnych výrobkoch však vieme oveľa viac v súvislosti s jogurtom vyrábaným zahraničným výrobcom než so

slovenskou bryndzou, pretože ešte nikto na tom nezaložil kampaň. Žiaden potravinový produkt nie je pritom slovenskejší ako bryndza. Priemyselne sa začala vyrábať v roku 1787 v prvej bryndziarni v Detve, dnes ju vyrába šesť veľkých producentov – ale Slovenskú bryndzu tí najväčší vo svojom sortimente zväčša nevedú. Výnimku tvorí Kluknavská mliekareň, ktorá v tejto kvalite vyrobí podľa J. Keresteša zhruba osemsto ton ročne.

Pred prvou svetovou vojnou sa jej vyrobilo 3 500 ton ročne a vyvážala sa do Viedne i Budapešti. Dnes sa vyvážajú len desiatky ton – najmä do Českej republiky, Maďarska, ale aj USA, pričom Slovenská bryndza s CHZO tvorí iba zanedbateľné percento exportu. Celkovo sa bryndze vyrobí dnes približne o 500 ton menej ako pred sto rokmi. „Na Slovensku chovajú v súčasnosti 150-tisíc oviec a chov neustále klesá,“ hovorí J. Keresteš. Marketing najznámejšieho slovenského produktu je len málo založený na chránenom označení, vlastne z neho nikto nevyťažil kapitál na domácom ani zahraničnom trhu. Turisti však bryndzu poznajú

» v supermarketoch – skúste hľadať na pultoch výrobkov s označením Slovenská bryndza!

Tá musí byť totiž vyrobená z ovčieho mlieka, prípadne zmesi s kravským, zo zvierat chovaných na pasienkoch vo vyšších horských po-

## Hungarikum ako značka štátu

V Maďarsku je počet výrobkov s certifikátom Európskej komisie (EK) pre chránené označenia porovnateľný so Slovenskom. Patria medzi ne výrobky z husacej pečene, maďarského stepného dobytká i u nás známe druhy salám, klobás či papriky. Maďari však majú aj vlastný širší nástroj certifikovania kvality a ochrany tradície, pestovania puncu jedinečnosti domácich výrobkov – hungarik. V súvislosti s tým vzniká sieť databáz hmotných i nehmotných statkov a hodnôt. Po-

viete si, je to ako digitalizácia kultúrneho dedičstva u nás, ale nie celkom. Ide o podobnú ochranu na národnej úrovni, ako predpokladá certifikát EK. „Široká kampaň, ktorá predstavuje to, čo sme dosiahli alebo vytvorili, posilňuje národnú hrdosť i značku štátu v zahraničí,“ povedal István Loránd Szakáll, námestník štátneho tajomníka na ministerstve poľnohospodárstva, keď nedávno v najväčšej budapeštianskej tržnici Nagycsarnok otvoril uličku hungarik. Minulý rok bol

dokonca Rokom hungarik. V oblasti potravinárstva a poľnohospodárstva dnes existuje 75 hungarik – patrí sem viacero špeciálnych plemien zvierat a odrôd ovocia, okolo desať druhov odrodových ovocných destilátov, štyridsať druhov vín, slivkový lekvár i druh chrenu.

Na porovnanie, Tokaj si ako CHOP certifikovalo Slovensko. Značka sa vzťahuje na súbor vín z tejto oblasti vyrobených z povolených odrôd certifikovanými technológiami. Tokajská

oblasť prechádza obomi krajinami, ale Maďarsko má chránené v EÚ iba Tokaji aszú. Na Slovensku sa tento názov nesmie použiť, rovnaký výrobok sa volá Tokajský výber. Ostatné druhy tokajských vín sú hungariká, a aj keď nemajú certifikát EK, pravdepodobne zákazník v zahraničí siahne automaticky po tokajskom z Maďarska, lebo o Slovenskom nepočul. Hungarikom sú aj bratislavské rožky a kúrtoskalács je vlastne rovnaký výrobok ako Skalický trdelník.

aj vyhľadávajú. Spája sa s tradíciou salašnickej a kolibovej gastronómie a súborom tradičných slovenských jedál. A tiež s množstvom ľudových a festivalových podujatí, ako sú Hалуšky fest, Novotská hrudka, Jánošíkove dni v Terchovej a ďalšími, ktoré sa konajú v Krompachoch, Klenovci či Tureckej. V poslednom období začínajú byť populárne aj bačovské cesty podľa vzoru vínnych. To, čo sa takto k zákazníkovi dostane, slovenskú bryndzu pripomína najviac, aj keď tento prívlastok nepoužíva. Pochádza od malých chovateľov oviec, ktorých je na Slovensku zhruba 350, ovce sa pasú na horských pasienkoch a bryndza obsahuje vzácne mikroorganizmy.

**STUPAVSKÉ  
ZELÉ SA AJ  
DNES ŠLIAPE  
V DREVENÝCH  
SUDOCH  
A „V POTRAVI-  
NÁRSKYCH  
GUMÁKOCH“**

Veľkí výrobcovia bez štátnej kampane z CHZO ťažiť už vôbec nevedia. „Akékoľvek chránené označenie má pre výrobcu zmysel vtedy, ak dokáže takto označený výrobok aj speňažiť. Pri ich výrobe je totiž dôležité dodržať viacero podmienok, čo ju oproti ostatným výrobkom predražuje. Konkrétne pri bryndzi je dôležité, aby suroviny pochádzali len z vymedzeného územia, pričom z iných oblastí sú oveľa lacnejšie,“ opisuje Bohuš Kaliarik, konateľ bryndziarne vo Zvolenskej Slatine. O tom, čo sa na pultoch obchodov objaví, podľa neho nerozhoduje spotrebiteľ, ale nákupca v obchodnej sieti. „Pokiaľ sa rozhodne, že zaradí do sortimentu drahší chránený výrobok, tak po krátkom čase zistí, že mu neprináša požadovaný profit. Potom má na výber, buď tento stav tolerovať, dohodnúť sa s dodávateľom na znížení nákupnej ceny, alebo vyradiť výrobok zo sortimentu. Slovenská bryndza s CHZO sa na Slovensku z týchto dôvodov prakticky nevyrába,“ dodáva. Zvolenská Slatina Slovenskú bryndzu nevyrába, je však príkladom toho, že štátna kampaň môže výrazným spôsobom pomôcť predaju tradičných výrobkov. Jej výrobky sa ocitli na zozname 103 držiteľov Značky kvality SK, ktorú udeľuje ministerstvo pôdohospodárstva.

## OZNAČENIA PÔVODU A ZEMEPISNÉ OZNAČENIA V REGISTRII EURÓPSKEJ KOMISIE

- » Skalický trdelník
- » Slovenská parenica
- » Slovenská bryndza
- » Slovenský oštiepok
- » Zázrivský korbáčik
- » Oravský korbáčik
- » Tekovský salámový syr
- » Klenovecký syrec
- » Zázrivské vojky
- » Žitavská paprika
- » Spišská borovička
- » Malokarpatské víno
- » Južnoslovenské víno
- » Nitrianske víno
- » Stredoslovenské víno
- » Východoslovenské víno
- » Vinohradnícka oblasť Tokaj
- » Karpatská perla
- » Slovenské víno
- » Levický slad\*
- » Skalický rubín\*
- » Stupavské zelé\*

\*POSILNÉ ALBO PRED POSLANÍM NA TRH DO REGISTRÁRY  
PRÁVNÍ ÚRAD PŘEMYSLOVÉHO VLASTNICTVA ČR

„Táto značka dáva signál spotrebiteľom, že výrobok má garantovanú kvalitu. Ale väčšina týchto značiek je opäť drahšia ako podobné bežné výrobky,“ opisuje. Obchodné reťazce podľa neho musia pochopiť, že má význam držať tieto výrobky v sortimente, lebo pri marketingovej podpore štátu sa predaj môže rozširovať. „Len pri silnom marketingu bude takýchto výrobkov na pulte viac. Keď spotrebiteľ nie je upovedomený cez médiá, prečo by ich mal kupovať, tak ich kupovať nebude,“ tvrdí B. Kaliarik. 