Adresováno:
Ministr zemědělství ČR
Mgr. Marek Výborný
Těšnov 65
110 00 Praha

Na vědomí:

Petr Fiala, předseda vlády ČR
Markéta Pekarová Adamová, předsedkyně Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR
Vít Rakušan, 1. místopředseda vlády a ministr vnitra
Lukáš Vlček, ministr průmyslu a obchodu
Petr Hladík, ministr životního prostředí

1. července 2025, Praha

Otevřený dopis: **Výzva k odstoupení od diskriminačního návrhu na omezení názvů rostlinných potravin a pokrmů**

Vážený pane ministře,

obracíme se na Vás jménem široké koalice zástupců potravinářského průmyslu, obchodu i spotřebitelů a spotřebitelek, která má společný zájem: udržet v Česku i v Evropě férové podmínky pro podnikání v potravinářském sektoru a zemědělství.

Žádáme Vás, abyste ustoupil od návrhu na vytvoření předpisu na tzv. ochranu názvů potravin živočišného původu, který ministerstvo zemědělství ČR předložilo na jednání Rady AGRIFISH (23.–24. června).

Návrh požaduje, aby názvy jako „párek“, „řízek“ nebo „steak“ byly chráněny a v celé EU vyhrazeny výhradně pro živočišné produkty, protože spotřebitele a spotřebitelky údajně mate, když se tyto názvy používají i rostlinné potraviny. To by znamenalo konec „bedlovým řízkům”, „květákovým karbanátkům” i „sójovým párkům”.

Je zarážející, že právě české ministerstvo zemědělství takový návrh aktivně prosazuje na evropské úrovni. Tím spíše, že **jste to byl právě Vy, pane ministře, kdo v prosinci 2024 předložil v Česku velmi podobný návrh a o měsíc později ho po vlně kritiky veřejně odmítl a stáhl.**

Na svých sociálních sítích jste napsal:

„V současnosti platná pravidla jsou podle mě dostatečná. Současně věřím výrobcům, že budou férově své produkty označovat tak, aby každý zákazník jasně věděl, co kupuje. A naopak, že zákazník je svéprávný a ví, co kupuje.“

ČKAP

proveg international

Pokud máte, pane ministře, důkazy o tom, že se situace v Česku a Evropě za posledních šest měsíců zásadně změnila, že lidé najednou nevědí, co kupují, a že jim názvy jako „bedlový řízek", „květákový karbanátek" nebo „sójový párek" při nákupu způsobují zmatek, **žádáme Vás, abyste tyto podklady zveřejnil.**

Pokud však takové důkazy nemáte, pak tento návrh působí spíš jako politická změna postoje pod tlakem zájmové lobby, a ne jako reakce na reálný problém.

Bedlový řízek nikoho nemate

Průzkumy napříč Evropou totiž opakovaně potvrzují pravý opak toho, co tvrdíte: **drtivá většina spotřebitelů a spotřebitelek se v názvech rostlinných potravin a pokrmů orientuje bez problémů**, je na ně zvyklá, chápe rozdíl mezi rostlinnými a živočišnými produkty a nepřeje si žádné změny.

Podle YouGov pro ProVeg Česko[1] si 82 % dotázaných pod „sójovým párkem" představí rostlinný produkt, 69 % souhlasí s tím, aby se názvy jako „veganský řízek" nebo „rostlinná klobása" mohly dál používat. Podobná čísla vykazuje nejen Evropská spotřebitelská organizace BEUC[2] (80 %), ale i data z Německa[3] (92 %), Rakouska[4] (92 %), Španělska[5] (87 %), Portugalska[6] (95 %) a dalších států.

Argument o údajném matení spotřebitelů a spotřebitelek prostě neobstojí.

Aby bylo označení právně považováno za zavádějící, musí být příčinou omylu samotný název – nestačí, že si někdo ve spěchu nebo z nepozornosti dá do košíku jiný výrobek, než zamýšlel. Právo nevyžaduje, aby byl název doslovný, ale aby byl pro běžného kupujícího srozumitelný a nepřivedl ho k mylné představě o složení potraviny[7]. Současná legislativa už dnes nakupující dostatečně chrání a není potřeba zavádět další pravidla.

Jazyk potravin běžně používá ustálené výrazy, které nejsou technicky přesné, ale lidé jim bez problémů rozumí a ví, co mají čekat od složení. Kdyby samotná obraznost názvosloví měla být důvodem k zákazu, musely by zmizet i názvy jako „čokoládová vajíčka" (neobsahují vajíčka), „rybí prsty" (neobsahují prsty) nebo „čajové klobásy" (neobsahují čaj).

---

[1] Průzkum YouGov pro ProVeg Česko, reprezentativní vzorek populace ČR 15–69 let (1007), srpen 2024: https://proveg.org/cz/wp-content/uploads/sites/5/2024/12/YouGov-pruzkum_Postoje-k-alternativam.pdf

[2] BEUC, One bite at a time: consumers and the transition to sustainable food, 2020. https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf

[3] IFH, Kennzeichnung von vegetarischen/veganen Ersatzprodukten Eine bevölkerungsrepräsentative Befragung von Verbraucher:innen, 2022. https://www.vzbv.de/sites/default/files/2022-04/220307_IFH%20K%C3%96LN_Verbraucherzentrale_Kennzeichnung%20von%20Ersatzprodukten_final.pdf

[4] BEZEICHNUNGSSCHUTZ BEI VEGANEN ARTIKELN, for Rewe International (private resource)

[5] Resultados del estudio de percepción de nomenclatura de los alimentos de origen vegetal, 2021. https://proveg.com/es/wp-content/uploads/sites/2/2021/02/Resultados-estudio-nomenclatura-alimentos-vegetales.pdf

[6] https://www.atrevia.com/wp-content/uploads/2021/03/Relatorio_Upfield_FINAL_UCP.pdf

[7] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32011R1169

Jazyk potravin je z podstaty obrazný, kulturně zakořeněný a společensky chápaný. Chránit spotřebitele a spotřebitelky neznamená kriminalizovat jazyk a názvosloví, kterému většina bez problémů rozumí.

Regulace s šikanózními důsledky

Váš návrh navíc zcela ignoruje kulturní a jazykovou rozmanitost Evropy. Názvy jako „řízek“, „párek“ nebo „karbanátek“ mají **v každé zemi trochu odlišný význam** - každý jazyk, každá kuchyně, každá kulturní tradice je používá trochu jinak. Co si pod daným slovem představí člověk v Česku, může být něco úplně jiného než v Portugalsku nebo Francii.

Zavést pro takové názvy **jednotné, celoevropské definice by bylo extrémně složité** – a **prakticky nemožné bez národních výjimek**.

Místo jednotného, přehledného systému by vznikla změť různých výkladů, výjimek a národních specifik. Firmy, které dnes běžně prodávají rostlinné potraviny napříč Evropou (tedy i české), by musely přizpůsobovat názvy, obaly i komunikaci pro každý stát zvlášť. To by pro ně znamenalo jen více administrativy a právní nejistoty. Musely by přejmenovat své produkty, upravit obaly, měnit marketing i komunikační materiály. To všechno stojí čas a peníze – a vede ke ztrátě viditelnosti v regálech, poklesu prodejů a menšímu zájmu zákazníků a zákaznic.

To je **přesný opak toho, co Vaše vláda dlouhodobě deklaruje jako svůj cíl: snižování zbytečné byrokracie, nezavádění nových nadbytečných regulací a záruku svobodného a férového podnikatelské prostředí.** Tento návrh místo toho vytváří nová omezení, která nahrávají jedné zájmové skupině. Masného průmyslu se nijak nedotkne, zato rostlinný sektor zatíží náklady, administrativou i právní nejistotou. Nejde o ochranu spotřebitele. Jde o politickou službu na míru jednomu odvětví.

Inovace, ne izolace

Stále víc spotřebitelů a spotřebitelek dnes **vědomě omezuje konzumaci masa**. Rozšiřují svůj jídelníček o rostlinnou stravu, ať už ze zdravotních, etických, ekologických či jiných důvodů. Osoby stravující se flexitariánsky dnes tvoří již 30 % evropské populace[8] a jejich počet roste. A právě tomuto rostoucímu segmentu potravinářství šikanózní regulace, jako je tato, škodí.

Trh s rostlinnými produkty v EU jen mezi lety 2020–2022 vzrostl o 21 % na téměř 6 miliard EUR[9]. Do roku 2032 má celosvětově narůst na 103 miliard USD a tvořit téměř 8 % trhu s bílkovinami[10]. Vedle obrovského růstového potenciálu přináší i reálné dopady: podle BCG[11]

---

[8] Smart Protein, What consumers want: a survey on European consumer attitudes towards plant-based foods, with a focus on flexitarians' European Union's Horizon 2020 research and innovation programme (No 862957) (2021).https://smartproteinproject.eu/market-research/

[9] GFI, Market insights on European plant-based sales 2020-2022, https://gfieurope.org/market-insights-on-european-plant-based-sales-2020-2022/

[10] BI, Plant-Based Foods Poised for Explosive Growth, 2021. https://www.bloomberg.com/company/press/plant-based-foods-market-to-hit-162-billion-in-next-decade-projects-bloomberg-intelligence/#:~:text=New%20York%2C%20August%2011%2C%202021,by%20Bloomberg%20Intelligence%20(BI).

[11] BCG, The Untapped Climate Opportunity in Alternative Proteins, (2022). https://www.bcg.com/publications/2022/combating-climate-crisis-with-alternative-protein

má investice do rostlinných proteinů až jedenáctkrát větší efekt na snižování emisí než podpora elektromobility. A nejde jen o ekologii – jde i o pracovní místa a ekonomický přínos. Podle konzervativních odhadů může v následujících 25 letech přechod na alternativní proteiny vytvořit až 83 milionů nových pracovních míst[12].

Česká republika může být součástí vývoje tohoto inovativního odvětví nebo se od něj odstřihnout svým postojem.

Závěrem

Pokud tento návrh prosadíte, nebudete chránit spotřebitele a spotřebitelky. Vytvoříte nová, zbytečná pravidla, která ještě víc vychýlí trh ve prospěch jednoho odvětví. Místo férové soutěže zatížíte podnikatele a podnikatelky další byrokracií a vystavíte je kontrolám a sankcím bez reálného důvodu. Dáte tím veřejnosti jasně najevo, že ve Vaší politice nejde o fakta, zdravý rozum či férové podmínky, ale jen o to, kdo má nejsilnější lobby.

Ustupte proto od návrhu na tzv. ochranu názvů potravin živočišného původu. **Ukažte, že spotřebitele považujete za svéprávné a berete jejich potřeby vážně. Dostojte svým vlastním slibům o snižování byrokracie a férovém podnikání a postavte se za pravidla, která vycházejí z reality – ne z přání jedné zájmové skupiny.**

Děkujeme za Vaši pozornost v této záležitosti.

Martin Ranninger

Spoluředitel
ProVeg Česko

Daniel Škrip

Ředitel
Česká komora alternativních proteinů

Otevřený dopis podpořili

Ing. Milan Dvořák, jednatel **SUNFOOD s.r.o.**

Lada Gracová, provozní ředitelka **Salve Natura s. r. o.**

Ing. Milan Kuběna, ředitel **Kalma k. s**.

Jonáš Mucha, marketingový ředitel **Good calories**

Jakub Hanák, majitel **Ovegano Foods s.r.o.**

Petra Kaňková, obchodní ředitel **MyRaw Food s.r.o.**

Ing. Michal Čižmár, ředitel společnosti **SEMIX PLUSO, spol. s r.o**.

Pavel Labský, jednatel **EUROBI spol. s r.o.**

Larysa Honska, ředitelka **Vegetus plant based s.r.o**

Martin Jahoda, jednatel **Emco spol. s r.o.**

[12] Global Methane Hub & Climateworks Foundation (2023): Global Innovation Needs Assessments. Available at: https://www.climateworks.org/ginas-methane/ [21.03.2024]

Michal Britvík, CEO **Ryba Žilina, spol. s r.o**.

Jakub Lunter, člen manažmentu **New Originals Company**

Sebastian Tolwinski, Corporate Affairs & Communications Lead Central & Southeastern Europe **Flora Food Poland**

Martin Hubka, category manager **Globus**

Martin Beháň, CEO **Velká pecka s.r.o. (Rohlík.cz)**

Tomáš Kofroň, Head of Sales **Green Heads s.r.o.**

Linda Maruščáková, ředitelka **Veggie Náplavka**

David Hůlka, majitel **Bezmasna**

Alekos Kožušník , jednatel **FYTÓN HOME s.r.o**

Filip Hausknecht, předseda představenstva **Sociální družstvo Střecha**

Eva Vičarová, provozní **Eaternia Jídelna**

Václav Stanislav, majitel **Restaurace Maitrea, Buddha s.r.o.**

Luboš Vidlička, CEO **Forky's respect for life s.r.o**.

Jan Roskot, majitel **Belzepub**

Adam Brzica Novotný, zakladatel **Hostina catering**

Filip Krystal, provozní **Lehká hlava**

Michal Horák, jednatel **Catering Zdravě**

Jiří Lády, majitel **Chutnej**

Lukáš Horák, výkonný ředitel **České sdružení pro značkové výrobky**

Ľubomír Tuchscher, výkonný ředitel **Slovenské združenie pre značkové výrobky**

Tomáš Prouza, prezident **Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR**

Václav Stárek, prezident, **Asociace hotelů a restaurací ČR**

Lucie Roškotová, vedoucí projektu **Rostlinně**

Marek Mencl, Designer for Change **Pábení s.r.o.**

Eliška Vozníková, vedoucí programu Krajina **Hnutí DUHA**

Kristýna Cábová, koordinátorka kampaně Pestré jídelny **NESEHNUTÍ**

Michaela Kožmínová, analytička **AMO klima**

Barbora Kachtík Valešová, ředitelka **Klimatická koalice, z. s.**

Martin Klofanda, spoluzakladatel **Impact Metrics**

ASOCIACE
HOTELŮ A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY