Zprávy z teritorií - pátek 28. dubna 2023

#### ČÍNA

Ondřej Plaček, Zemědělský diplomat velvyslanectví ČR v Pekingu,

Mob.: +420 702 176 276, e-mail: [ondrej.placek@mze.cz](mailto:ondrej.placek@mze.cz)

### Čína vyvinula levnou metodu pro extrakci bílkovin z čajových listů

Zpravodajský server South China Morning Post uveřejnil zprávu o úspěchu čínských vědců při extrakci bílkovin z využitého zeleného čaje. Za úspěchem stáli výzkumníci z Institutu potravinových věd a technologií při Univerzitě ve Fuzhou nacházející se v provincii Fujian, jedné z největších produkčních základen čaje. O využití čajových listů jakožto zdroje bílkovin se mluvilo již od druhé poloviny 20. století, ale až týmu čínských vědců se povedlo snížit náklady na extrakční proces. Zároveň jej učinili i šetrnějším k životnímu prostředí díky recyklaci draselných solí, které v jeho průběhu vznikají, na hnojiva. Čína soustředí své úsilí na hledání alternativních zdrojů bílkovin, aby snížila svou závislost na dovozu například sójových bobů, zmíněný úspěch čínských vědců by tomu mohl výrazně napomoci. Bílkoviny vědci extrahovali z čajových listů, které byly prakticky odpadem průmyslové výroby balených nápojů s čajovou příchutí. Dle vědců se dá takto z jedné tuny již využitého čaje vyrobit 400 kg bílkovin. Výrobní náklady jsou pak dokonce o polovinu nižší než u extrakce alternativních bílkovin ze sóji. Finální produkt má podobu hnědého prášku se silnou čajovou chutí, což z něj dělá vhodného kandidáta například pro využití při výrobě nápojů. Další výzkum by mohl také nalézt způsob, jak jej využít při výrobě náhražek masa na rostlinné bázi.

#### SRBSKO

Vladimír Váňa, Zemědělský diplomat, velvyslanectví ČR v Bělehradě

Mob.: +381 63 388931, e-mail: [vladimir\_vana@mzv.cz](mailto:vladimir_vana@mzv.cz)

### Srbsko má problémy s výsevem kukuřice

Portál „e-Kapija“ uvedl, že jarní setí kukuřice v Srbsku má výrazné zpoždění z důvodu nepříznivého počasí. V letošním roce byly v obvyklých termínech setí kukuřice častější srážky a chladnější počasí. Na mokrá pole nemůže vyjet potřebná mechanizace a hrozí tak, že při rychlých změnách počasí se nepodaří zasít v optimálním období pro růst a opylení kukuřice. Tato situace může mít dopad na celkovou úrodu kukuřice v letošním roce, která by mohla negativně ovlivnit především její vývoz. Zásobování domácího trhu by pravděpodobně ovlivněno nebylo. Srbsko je tradičním vývozcem kukuřice, v loňském roce vyvezlo této plodiny za více než 500 mil. EUR. Navíc v zemi zůstala v silech z důvodu dopadů pandemie (přerušené dopravní cesty, dočasné omezení vývozu apod.) ještě značná zásoba této obiloviny. Podle informací z minulého týdne má Srbsko ve skladech z loňské sklizně více než 150 000 tun kvalitní kukuřice, ale také kolem 800 000 tun pšenice. Těchto zásob se nyní země snaží zbavit, aby měla připravené kapacity na uskladnění obilovin z nové sklizně. Aktuálně se podle údajů z Produktové burzy v Novém Sadu kukuřice v Srbsku prodává za cenu kolem 0,2 EUR/kg. Česká republika stejně jako Srbsko také více kukuřice vyváží, než dováží. V loňském roce se z ČR vyvezlo přes 425 tisíc tun kukuřice za 177,5 mil. EUR a do ČR se dovezlo 141 tisíc tun v hodnotě cca. 83 mil. EUR. Ze Srbska se kukuřice do ČR nedovážela vyjma kukuřičných semen k setí, kterých bylo dovezeno 78 tun v hodnotě 322 tisíc EUR.

#### USA

Tereza Černá, Zemědělský diplomat velvyslanectví ČR ve Washingtonu, D. C.,

Mob: +1 202 507-3859, Mob.: ČR: +420 727 938 522, e-mail: [tereza\_cerna@mzv.cz](mailto:tereza_cerna@mzv.cz)

### Reklamní kampaň Anheuser-Busch na značku Bud Light je varováním pro americké korporace a poučením pro marketéry

Nová markentingová viceprezidentka společnosti Anheuser-Busch dostala za úkol rozvinout v USA ikonickou značku Bud Light. Cílem bylo zajistit vyšší popularitu u městských zákazníků. Výsledný projekt realizovaný ve spolupráci s transgenderovou influencerkou však způsobil bojkot značky ze strany stávajících a skalních zákazníků.

Když byla Alissa Heinerscheidová jmenována viceprezidentkou marketingu společnosti Anheuser-Busch, vysvětlila, že měla naprosto jasný úkol: „Musíme tuto ikonickou značku rozvíjet a pozvednout“. To podle ní znamená „mít kampaň, která je skutečně inkluzivní“. Hranice toho, co firma definovala jako „inkluzivní", se však ukázaly na americkou společnost možná až příliš široké. Alespoň pokud jde o zákazníky a dosavadní příznivce značky Bud Light.

Kontroverze začala 1. dubna, kdy transgenderová influencerka Dylan Mulvaneyová zveřejnila na svém Instagram účtu s 1,8 milionem sledujících video propagující soutěž Bud Light a basketbalový turnaj March Madness. Ve videu popíjela Bud Light, hovořila o marketingové akci a dodala, že jí společnost k výročí její tranzice poslala plechovku piva s obrázkem jejího obličeje. Následovala rychlá odezva a výzvy k bojkotu ze strany konzervativních médií a osobností, jako je například hudebník Kid Rock, který zveřejnil video plné expresivních výrazů, kdy poloautomatickou zbraní kosí několik beden tohoto piva. Výzvy přicházely také od některých republikánských politických představitelů, např. Donald Trump Jr.

Reakce a probíhající diskuze o společenských otázkách se promítá také do oblasti marketingu korporací a vztahu poltických stran a soukromého sektoru. Anheuser-Busch je jedním z významných sponzorů republikánské strany a většina stávajících zákazníků značky Bud Light volí republikány. V posledním desetiletí se ale velké US společnosti přiklonily k liberalismu v oblasti obchodu a propagace, což se však v případě Anheuser-Busch nelíbí jejich dlouholetým republikánským spojencům a spotřebitelům.

Snahou Anheuser-Busch bylo posílit roky klesající podíl na trhu v převážně liberálních (demokratických) městských oblastech. Výsledný rozruch však naopak vedl ke dvoucifernému poklesu prodeje na trzích v republikánských státech, kde se širší odpor proti právům LGBTQ+ komunity a téma se stalo jedním z hlavních bodů republikánské politiky. A přestože bojkoty podporované sociálními médii mají obvykle krátké trvání, údaje o prodeji za poslední týden ukazují, že přinejmenším v krátkodobém horizontu ovlivnily hospodářský výsledek celé společnosti. Podle analýzy společnosti Nielsen poklesl prodej značky Bud Light v týdnu od 8. do 15. dubna o 17 % ve srovnání se stejným týdnem roku 2022. Naproti tomu v týdnu před zveřejněním videa se prodej meziročně snížil pouze o 1,6 %. Prodeje konkurenčních značek Coors Light a Miller Lite naopak aktuálně vyskočily. Podle údajů společnosti BeerBoard, která sleduje prodej piva v přibližně 3 000 restaurací po celých Spojených státech, byl od 2. do 15. dubna prodej piva Bud Light v restauracích o 6 % nižší než prodej ostatních světlých ležáků. Ještě koncem března byl přitom Bud Light v prodejích na 1. místě v rámci své kategorie. Navzdory tomuto poklesu ale akcie společnosti Anheuser-Busch téměř nezakolísaly a v současné době se nacházejí poblíž svého maxima za poslední rok.

#### Spojené arabské emiráty

Lukáš Zamrzla, Zemědělský diplomat velvyslanectví ČR v Abú Dhabí,

Mob.: + 420 602 768 207, e-mail: [lukas\_zamrzla@mzv.cz](mailto:lukas_zamrzla@mzv.cz)

### V Abú Dhabí se otevírá první továrna na alternativní náhražky masa

Většina restaurací ve Spojených arabských emirátech již alternativní pokrmy pro vegany a vegetariány dávno nabízí. Samotných náhražek masa v posledních letech opravdu přibývá, a to nejen v restauracích, ale i v běžných prodejnách potravin typu Carrefour. Do současnosti šlo především o poměrně drahý americký a britský import, kde mezi známé značky patří například Beyond Meat a Oumph! Tento týden ale mohou milovníci alternativních pokrmů v Emirátech slavit. V hlavním městě se spustila nová továrna firmy Switch Foods, která bude substituty masa produkovat přímo na půdě Spojených arabských emirátů.

Firma Switch Foods je místní emirátský startup a mezi její výrobky budou patřit hamburgery, kofty, kebaby, mleté alternativy a sujuk. Základní ingredienci těchto produktů tvoří hráškový protein. První výrobky mají z továrny zamířit k zákazníkům již prvního května. Samotní výrobci slibují, že jejich produkt bude mnohem levnější než importované výrobky jejich konkurentů. Nižší cenu neslibují kvůli horší kvalitě, ale díky úsporám na současné mezinárodní přepravě.

Podobné zprávy potvrzují, že zájem o zdravější a udržitelnější stravování v zemi opravdu je. Nabídka restaurací a obchodů je rozšířená především díky poptávce turistů a expatů ze západních zemí, kteří jsou zvyklí podobné produkty vyhledávat ve svých domovinách.

#### LIBANON

Petr Sochor, Zemědělský diplomat, velvyslanectví ČR v Bejrútu,

Mob.: 00961 70 258 310, e-mail: [petr\_sochor@mzv.cz](mailto:petr_sochor@mzv.cz)

### Libanon získal zlatou medaili za nejlepší olivový olej na světě.

Soutěž, která se konala v New Yorku, je jednou z největších a nejstarších soutěží kvality olivového oleje na světě a pravidelně se soutěže účastní více než tisíc výrobců olivového oleje z různých zemí světa.

Vítězný libanonský olivový olej s označením Darmas se vyrábí v jiholibanonské vesnice Deir Mimmas zařadil Libanon na mapu nejlepších olivových olejů na světě. Majitelka vítězné značky získala zlatou medaili. "Nejlepší olivový olej roku 2023" v mezinárodní soutěži kvality olivového oleje NYIOOC. "Tato cena je významná pro celý Libanon," říká majitelka značky Darmas, která vysvětlila, že její značka se tradičně prodává v 16 zemích světa. Je známo, že libanonský olivový olej byl vždy vysoce kvalitní, ale chyběl profesionální marketing a tím i celosvětové uznání. V Libanonu fungují výrobci olivového oleje na principu sociálně-environmentálních institucí s tím, že uzavírají smlouvy s místními pěstiteli oliv a vykupují jejich úrodu a následně pomáhají pěstitelům také s péčí o půdu. Výzvy k dosažení zlaté medaile nebyly snadné, základem byla vytrvalost. Obtížnost výroby, kterou si vynutila pokračující hospodářská krize v Libanonu, se potýkala s nedostatkem elektřiny a vysokými náklady na palivo do generátorů vzhledem k tomu, že elektřina je základ výrobního procesu.

Olivový olej je jedním z mála zemědělských produktů v Libanonu, jehož vývoz převyšuje dovoz. Libanonské olivovníky se dožívají zhruba 150 let, z nichž 70 % je určeno na výrobu olivového oleje, a zbytek je určen na sběr a prodej oliv. Podle Světové potravinové organizace se Libanon v roce 2020 umístil na 15. místě mezi celosvětově největšími producenty olivového oleje a místní produkce představovala cca 0,5 % celosvětové produkce. Libanonský olivový olej se exportuje do 70 zemí světa v čele se Spojenými státy, Saúdskou Arábií, Kuvajtem, Venezuelou a Kanadou.

Zdroj: informace MZE Libanonu

#### JAPONSKO

Irena Leopoldová, Zemědělský diplomat, velvyslanectví ČR v Tokiu,

Mobil CZ a WhatsApp +420 773 743 880, e-mail: [irena\_leopoldova@mzv.cz](mailto:irena_leopoldova@mzv.cz)

### Rostoucí spotřeba česneku v Japonsku

Trh s česnekem, kořením a ochucovadly vyrobenými z česneku od začátku koronavirové krize prudce vzrostl. Důvodem je zaměřeni spotřebitelů na zdraví prospěšné účinky této potraviny. Navíc v Japonsku stále rozšířené nošení masek spolu s prací z domova zmírnily obavy Japonců z „česnekového dechu".

Data japonské společnosti Intage zabývající se průzkumem trhu ukazují, že trh s kořením obsahující strouhaný, práškový a plátkový česnek, se od začátku pandemie rozšířil. Jeho prodej dosáhl loni přibližně 8,7 mld. jenů (zhruba 65 mil USD), což představuje narůst o 34 % ve srovnaní s rokem 2019.

Společnost S&B Foods, která obchoduje s velkým množstvím česnekových výrobků, provedla průzkum, v němž se zákazníků ptala, proč od začátku pandemie konzumují více česneku. Při možnosti vice odpovědi zákazníci nejčastěji vybírali varianty: „pro zvýšení imunity", dále „protože vařím více jídel s použitím česneku" a „protože se mi prodloužil čas strávený doma a už se nebojím zápachu". Společnost S&B Foods spustila 10. dubna speciální stránky s názvem Víkendový česnekový klub zaměřené právě na česnek. Zástupce společnosti k tomu uvedl: „Vzhledem k tomu, že v budoucnu bude stále vice lidi sundávat masky, bude se spotřeba česneku přesouvat na víkendy, kdy se lidé nebudou obávat zápachu. Stránky také obsahuji spoustu receptů na přípravu česnekových jídel nebo například dotazník, v němž si mohou zákaznici otestovat úroveň své „lásky k česneku".

#### KAZACHSTÁN

Artyom Lukashov, Místní zástupce ČR pro agro-potravinářství, velvyslanectví ČR v Almatě, tel: +7 701 5150541, e-mail: [artom\_lukasov@mzv.cz](mailto:artom_lukasov@mzv.cz)

### Daň za sběr hub a lesních plodů

Od roku 2024 budou Kazachstánci platit daň za sběr hub a lesních plodů. Nyní se platí daň za sběr rostlin, lesních plodů, ořechů a hub pouze na území státních lesů, a zvláště chráněných přírodních území. Místní zastupitelstva krajů stanovují druhy vykupovaných lesních plodů a hub a k nim odpovídající sazby poplatků za kilogram. Fyzické osoby mohou v Kazachstánu sbírat plané ovoce, ořechy, houby, lesní plody a léčivé rostliny pro osobní spotřebu zdarma a bez příslušných povolení. Platí však následující limity: pro léčivé rostliny (kromě vzácných a ohrožených druhů) - do 10 kg, ovoce a bobule - do 20 kg, houby - do 25 kg na osobu. Firmy, u nichž je komerční podnikání spjato se sběrem lesních plodin a hub, budou za tyto činnosti platit. Limity sběru budou stanoveny s ohledem na přírodní rezervy, rozložení výskytu lesních plodů a hub, objem sběru, rekreační účely dané lokality a výtěžnosti těchto zdrojů.

### Skleníky v Kazachstánu

V době od 5.-7.4. 2023 se v Almaty konala mezinárodní výstava "Skleníky, pěstování zeleniny, zavlažování, hnojiva a květiny". Účastnily se jí firmy ze 16 zemí. Nabízely novinky v oblasti skleníkového podnikání a terénních úprav různých půd. Ústředním tématem byla současnost a budoucnost skleníkového sektoru v Kazachstánu. Stavba skleníků je i v Kazachstánu drahou záležitostí. Téměř všechny komponenty pro jejich stavbu jsou do Kazachstánu dováženy ze zahraničí, což navyšuje cenu skleníkového podnikání. Dalším negativním faktorem je použitý konstrukční materiál. Ne všechny kazašské skleníky jsou postaveny ze skla s využitím pokročilých technologií. Některé z nich jsou pokryty fólií, což je sice levnější varianta pořízení, jejich provoz se však prodražuje díky spotřebě elektřiny, plynu a uhlí. Letošní zimou bylo kvůli hustému sněžení a problémům s palivem postiženo 170 skleníkových farem na 46 hektarech. Uhlí pro vytápění skleníků hojně využívají zejména farmáři na jihu Kazachstánu. Od letošního roku vláda započala dotovat náklady na elektřinu a plyn, a to až do výše 50 % nákladů za energie. Dotace jsou poskytovány na základě spotřebovaného množství energie. K určení spotřeby slouží měřiče, které jsou instalovány jak u výrobců elektřiny, tak u jejich spotřebitelů. Dále jsou poskytovány hektarové dotace. Zemědělci obdrží určitou částku za každý hektar skleníku kalkulovanou na základě nákladových norem.

#### VIETNAM

Luboš Marek, Místní zástupce ČR pro agro-potravinářství, velvyslanectví ČR v Hanoji,

tel.: +84 904 099 562, e-mail: [lubos.marek@mze.cz](mailto:lubos.marek@mze.cz) / [commerce\_hanoi@mzv.cz](mailto:commerce_hanoi@mzv.cz)

### Vinamilk plánuje další expanzi na Filipíny

Mlékárenský gigant Vinamilk patří mezi nejúspěšnější firmy ve Vietnamu, přičemž loni zvýšil hodnotu své značky na 2,8 mld. USD, což je nárůst o 18 % oproti roku 2021. Společnost se stala 6. největší mlékárenskou značkou na světě (dle Brand Finance) a udržela si pozici v Top 40 největších mlékáren na světě podle příjmů.

V zahraničí má Vinamilk 100% vlastněný podnik Angkormilk v Kambodži, dceřinou společnost Driftwood v USA a Lao-Jagro Development v Laosu. Dále společný podnik Del Monte - Vinamilk na Filipínách. Ve spolupráci s místním partnerem bude mlékárenský gigant Vinamilk exportovat své produkty na Filipíny a do budoucna plánuje na Filipínách výstavbu farem a mlékárny. Filipíny jsou však na rozdíl od zaostalé sousední Kambodži nebo Laosu poměrně vzdáleným trhem, přibližně jako z Prahy na sever Afriky.

Na nedávné výroční valné hromadě akcionářů společnosti (20 let od privatizace v r. 2003) se vyhodnotily hospodářské výsledky, vytyčily plány a odsouhlasilo vyplacení dividend. Nutno poznamenat, že tuzemští akcionáři velkých vietnamských firem jsou veřejnosti vesměs neznámí.

Vinamilk plánuje v r. 2023 zvýšit tržby o 5,5 % na 63 mil. Kč a udržet hrubý zisk na 10 mil. Kč stejně jako v r. 2022. Společnost udržuje vysokou úroveň hotovostních dividend pro akcionáře a v r. 2022 vyplatila celkem 8 mil. Kč (94 % zisku po zdanění). Kumulované výplaty dividend za 20 let činily 75 mil. Kč.