

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ



Obor: Mezinárodní obchod

Světový trh kakaa a čokolády

(bakalářská práce)

Autorka: Martina Voborníková

Rok: 2015

Vedoucí práce: Ing. Soňa Gullová, Ph.D.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Světový trh kaka a čokolády* vypracovala samostatně. Použité materiály uvádím v příloženém seznamu zdrojů.

V Praze, dne 9. prosince 2015

.....
Martina Voborníková

Poděkování

Děkuji *Ing. Soně Gullové, Ph.D.* za věcné rady a připomínky, které mi ochotně poskytovala v souvislosti s vedením této bakalářské práce.

Děkuji rovněž *Šárce Robinson*, manažerce internetového obchodu Čokoláda.cz, za ochotné poskytnutí odborných informací, získaných na základě osobního rozhovoru pro účely této práce.

Poděkování patří též mé *rodině* za podporu a trpělivost během mých studií.

OBSAH

Úvod	7
1 Kakao jako komodita na světovém trhu	9
1.1 Historie pěstování kakaa	9
1.2 Botanické informace o kakau	11
1.3 Klasifikace kakaa	12
1.3.1 Klasifikace z botanického hlediska	12
1.3.2 Klasifikace dle kvality kakaových bobů.....	12
1.3.3 Klasifikace dle mezinárodních standardů.....	13
1.4 Producenti kakaa	14
1.4.1 Hlavní pěstitelské země	14
1.4.2 Producenti fine a flavour kakaa	17
1.5 Světový trh s kakaem	18
1.5.1 Vývoj ceny kakaa	20
1.5.2 Mezinárodní organizace pro kakao.....	21
2 Čokoláda a světový trh čokolády	25
2.1 Zpracování kakaových bobů a výroba čokolády	27
2.2 Klasifikace čokolády.....	29
2.2.1 Klasifikace dle celních standardů	29
2.2.2 Klasifikace dle jakosti čokolády.....	30
2.2.3 Klasifikace dle původu kakaových bobů.....	31
2.3 Čokoládový průmysl.....	32
2.3.1 Hlavní výrobci čokolády	33
2.3.2 Výrobci prémiové čokolády	34
2.3.3 Mezinárodní ocenění kvality	35
2.4 Světový trh čokolády a meziproduktů	36
2.4.1 Vývoj ceny čokolády	39
2.4.2 Prémiumizace čokolády.....	40
2.5 Spotřeba čokolády ve světě.....	42
3 Analýza spotřeby čokolády v ČR	44
3.1 Čokoládový průmysl v ČR	44
3.1.1 Hlavní výrobci čokolády v ČR	44

3.1.2	Prémioví výrobci čokolády v ČR	45
3.2	Spotřeba čokolády v ČR	45
3.3	Analýza spotřeby tabulkové čokolády v ČR.....	47
3.3.1	Výzkum a jeho cíl.....	47
3.3.2	Popis a interpretace výsledků	47
3.3.3	Ověření hypotéz.....	54
3.3.4	Shrnutí výzkumu	55
Závěr		57
Seznam zdrojů		60
	Odborné publikace a články	60
	Internetové zdroje	61
	Osobní rozhovor	65
	Ostatní použité zdroje.....	65
Seznam tabulek		66
Seznam grafů		67
Přílohy		68
	Příloha č. 1: obrazová příloha.....	68

Úvod

Při výběru téma své práce jsem byla ovlivněna svým pravidelným působením v zahraničí. Sama jsem poznala, že čokoláda a čokoládové výrobky jsou všude považovány za delikatesu a jejich konzumace přináší potěšení. Vědí to v luxusních hotelech, kavárnách i na letištích. Hosty v hotelovém pokoji uvítá kousek čokolády na nočním stolku nebo navečer překvapí číšník čokoládovým dezertem, přestože si jej host neobjednal. Neznám jedinou kavárnu nebo cukrárnu, kde by ve výloze nebyl alespoň jeden produkt obsahující kakao či čokoládu. V Lisabonu byla nedávno otevřena luxusní kavárna *Landeau Chocolate*, která nabízí kromě standartní nabídky teplých nápojů pouze jediný druh čokoládového dortu. Tento dort získal ocenění čtenářů z celého světa v anketě časopisu *Time Out*, vydávaného nakladatelstvím New York Times, jako „nejlepší čokoládový dort v Lisabonu“. Duty free obchody na letištích nabízejí vedle obvyklého alkoholu a kosmetiky také čokoládu, čokoládové cukrovinky, bonbony a další pochoutky z čokolády, často v luxusním dárkovém balení. Čokoláda je téměř jistotou uspokojení obdarované osoby.

Začala jsem se proto o čokoládu více zajímat než doposud a všímat si změn s ní spojených. Se svým výzkumem jsem začala v akademické rovině nastudováním odpovídající literatury a v rovině spotřebitele hledáním a ochutnáváním nejlepší dostupné čokolády. Propojením těchto dvou světů mi byla knížka *Čokoláda pro znalce*. Zaslíbila mě do tajů čokolády a seznámila mě se základní surovinou pro její výrobu, kakaových bobů. Rovněž mi byla pomocnicí v pochopení významu kvality čokolády a otevřela mi nové obzory v oblasti prémiových čokolád a pralinek, resp. bonbonů. Výraz *pralinka* totiž není správný. Pak byl už jen krůček k ekonomickému pohledu na věc, k trhu kakaa a čokolády.

Cílem mé práce je na základě analýzy současné situace na světovém trhu kakaa a čokolády vystihnout současné trendy ve spotřebě čokolády. Zároveň analyzuji jejich dopady na spotřebu čokolády a čokoládových cukrovinek v České republice. V práci se rovněž zabývám historií, charakteristikami a hlavními producenty a prodejci na trhu běžných i prvotřídních čokoládových artiklů.

Práce shrnuje a třídí mé poznatky do tří kapitol. První kapitola slouží jako výchozí teoretický podklad pro následující části práce. Věnuje se kakau jako komoditě na světovém trhu a základním ingrediencím pro výrobu čokolády. Kakao je totiž nejen potravinou, ale i komoditou obchodovanou na komoditních trzích. Z botanického hlediska je správné mluvit

také o kakaových bobech, semenech plodu kakaovníku, ovocného stromu rostoucího v tropickém pásu kolem rovníku. V první části kapitoly nejprve seznamuji s botanickými informacemi o kakau včetně historie jeho pěstování, která sahá až do dob zámořských plaveb, a klasifikuji kakaové boby z několika kvalitativních hledisek. Světový obchod třídí kakao do dvou hlavních kategorií, na běžné (*bulk*) a prémiové (*fine a flavour*). Toto třídění se promítá celou moji prací.

Druhá kapitola plynule navazuje na první zpracováním kakaových bobů jako hlavních ingrediencí pro výrobu čokolády. Způsob zpracování bobů je totiž jeden z vitálních kroků pro zajištění kvality finálního výrobku. Výsledkem jejich zpracování jsou meziprodukty (kakaová hmota, kakaové máslo a kakaový prášek), ze kterých se čokoláda vyrábí. Jak kakao, tak i čokoláda se klasifikuje, a to na základě jakosti anebo vlastností a původu kakaových bobů. Z hlediska jakosti se čokoláda člení na základě procentuálního množství meziproduktů a přidaných ingrediencí jiného původu (např. mléka). Z hlediska kvality se dělí na základě vlastností a původu kakaových bobů na běžnou a prémiovou. Čokoládový průmysl má vzhledem k historii objevení kakaa dlouho tradici v západní Evropě. Postupem let však mnoho čokoládoven pohltily nadnárodní společnosti, které dnes hýbou světovým trhem čokolády. Dle charakteru společnosti a portfolia výrobků zahajují výrobu čokolády různým způsobem. Nejen proto se na světovém trhu obchoduje jak s primárními surovinami, tak i s meziprodukty a průmyslově vyráběnou čokoládou. Kapitola se v závěru věnuje světové spotřebě čokolády a čokoládových cukrovinek a hlavním trendům, které ji ovlivňují.

Třetí kapitola práce se zaměřuje na trh čokolády a čokoládových cukrovinek v České republice a analyzuje jejich spotřebu s ohledem na situaci v r. 2015. Zároveň zjišťuje, do jaké míry byla její spotřeba ovlivněna trendem obecně vyšších požadavků na kvalitu výrobků. Primárním zdrojem informací pro zpracování dat je vlastní výzkum na základě dotazníku zaměřeného na spotřebu tabulkové čokolády a informovanosti o sektoru prémiových výrobků v České republice. Druhotnými zdroji jsou statistika Euromonitor International a osobní rozhovor s Šárkou Robinson, manažerkou internetového obchodu Čokoláda.cz.

Pro splnění cílů mé práce jsem si stanovila tři základní hypotézy:

1. *Světový trh kakaa ovlivňuje světový trh čokolády*
2. *Spotřeba čokolády a čokoládových cukrovinek souvisí s ekonomickou vyspělostí země*
3. *Trend spotřeby prémiových čokolád roste a je viditelný i v České republice*

1 KAKAO JAKO KOMODITA NA SVĚTOVÉM TRHU

Kakao je potravina, známá v podobě kakaového prášku pro kulinářské využití, nyní běžně dostupná v obchodech a retailových řetězcích. Zároveň je i komoditou obchodovanou na komoditních trzích. Následující kapitola seznamuje s historií pěstování kakaa, základními botanickými informacemi a klasifikací kakaa dle jednotlivých kritérií. Rovněž informuje o významných pěstitelských zemích a pozici kakaa na světovém trhu.

1.1 HISTORIE PĚSTOVÁNÍ KAKAA

První důkazy o pěstování kakaa pochází ze Střední Ameriky, oblasti dnešního Mexického zálivu, jehož území **před 3000 lety** obývala civilizace Olméků. Po zániku jejich říše se v této oblasti usadili Mayové a pokračovali v tradici pěstování stromů kakaovníku. Semena plodu kakaovníku, kakaových bobů, konzumovali v podobě teplého **nápoje hořké chuti**, v jehož povzbuzující účinky věřili. Rovněž je využívali k náboženským účelům či jako **platidlo**. Kakaové boby totiž nepodléhaly rychlé zkáze. Dýně se prodávala za 4 ks, králík 10 ks a otrok 100 ks. Civilizaci Mayů vystřídali Aztékové, kteří navázali na tradici vaření kakaového nápoje a sami inovovali jeho chuť přidáním koření (chilli, pepř, vanilka). [1]

Až doba zámořských objevů na počátku **16. století** dala možnost prvnímu cizinci ochutnat již zmíněný nápoj. Za objevitele kakaa je považován španělský mořeplavec Kryštof Kolumbus, který se v roce 1502 připlul na malý ostrov Guanaja (současný Honduras). [2] Byl to však španělský objevitel **Hernan Cortés**, jenž se s nápojem seznámil prostředkem Aztéků a nechal do Evropy v roce 1528 dovézt náklad kakaových bobů, recept a vybavení potřebné pro výrobu čokoládového nápoje. Dvůr španělského krále Karla V. Habsburského jej nejprve přijal chladně, až oslazením na návrh krále získal na popularitě. Vyrůstající konzumace nápoje vytvářela nové požadavky na dovoz většího množství kakaa a tím i větší produkci. Obchod s kakaem vzkvétal. **Španělé** proto začali zakládat nové plantáže na území svých zámořských kolonií; Belize, Guatemaly, Hondurasu, Nikaragui, Salvadoru a Venezuely. Povědomí o kakau se v roce 1615 rozšířilo do Francie díky sňatku španělské princezny Anny Rakouské a francouzského krále Ludvíka III., do Anglie se dostalo až v roce 1657. Brzy na to se jak Francouzi, tak Angličané zapojili do obchodu s kakaem. **Francouzi** vysadili stromy na Martiniku, Svaté Lucii, Dominikánské republice, Brazílii, Guinei a Grenadě. **Angličané** na území kolonií Jamajka a Trinidad. Španělské monopolní postavení v pěstování kakaa trvalo do poloviny 17. století, kdy **Holandané** ovládli kultivaci na ostrově Curaçao, ležícího

v Karibském moři zhruba 60 km severně od Venezuely, a následně převzali většinový podíl obchodu s kakaem mezi Amerikou a Evropou. [18]

Počátek **19. století** s sebou přinesl nové výzvy. Poptávka po kakau stále exponenciálně rostla a zvyšoval se i tlak na cenovou dostupnost širším vrstvám obyvatel. Evropské země zapojené do pěstování kakaa se proto rozhodly expandovat do jiných regionů světa, zejména Afriky. Pro tento účel sloužil speciální druh kakaovníku (*Amelonado*) původem z Brazílie. V roce 1822 Portugalci začali s výsadbou stromů na ostrovech¹ v Guinejském zálivu při východním pobřeží Afriky a až v druhé polovině 19. století se pokračovalo v pěstování na africkém kontinentu.² Trend pěstování kakaa se rozšířil i v Asii, v oblasti Indického a Tichého oceánu. [18]

Na začátku **20. století** se kakao stále pěstovalo převážně v Latinské Americe. K nejvýznamnějším producentům se řadí Ekvádor, Brazílie a Trinidad a Tobago. Jediná země mimo tento region s výraznou velikostí sklizně bylo souostroví Svatý Tomáš a Princův ostrov. Dominantní postavení Latinské Ameriky nicméně v roce 1920 vystřídala Afrika. V té době pouze Ghana vyprodukovala více než 100 000 tt ročně, množství, kterého předtím nedosáhla žádná jiná země. Ghana si pozici světově největšího producenta kakaa udržela do konce sedmdesátých let, kdy byla vystřídána Pobřežím slonoviny. Velikost produkce Pobřeží slonoviny strmě stoupala do takové míry, že v polovině devadesátých let dosahovala 1 mil. t za rok. V posledních dvaceti letech se zvyšovala i produkce v oblasti Jihovýchodní Asie, nejprve v Malajsii, poté i v Indonésii. [3]

V současnosti se kakaovníky pěstují na území asi 61 zemí ve třech regionech: Latinská Amerika³, Afrika a Jihovýchodní Asie a Tichomoří. [19]

¹ Princův ostrov (1822), Svatý Tomáš (1830), Fernando Po (1854)

² Nigérie (1874), Ghana (1879), Kamerun (1925-1939)

³ Název Latinská Amerika zahrnuje území Střední a Jižní Ameriky včetně Karibiku.

1.2 BOTANICKÉ INFORMACE O KAKAU

Kakaovník pochází z Jižní a Střední Ameriky, z oblasti horního toku Amazonky a Orinoka, úpatí And v severozápadní Kolumbii a ve Střední Americe mezi jižním Mexikem a Guatemalou. [4] Botanický název kakaovníku *Theobroma cacao*, často překládaný do češtiny jako „pokrm bohů“, pochází z konce 18. století, kdy se její název objevil v knize Druhy rostlin švédského přírodovědce Carl von Linné. Jedná se o ovocný strom, který vyžaduje specifické podnebí. Roste v tropickém podnebním pásu okolo rovníku, tj. mezi 20. stupněm jižní šířky a 20. stupněm severní šířky. Tento pás lze popsat i jako území mezi obratníkem Raka a Kozoroha. Zahrnuje státy Latinské Ameriky, africké státy ležící u Guinejského zálivu, Jihovýchodní Asie a Tichomoří. Kakaovník je velmi citlivý na klimatické změny, které mohou zásadním způsobem ovlivnit objem produkce. Celoročně se musí teplota prostředí, ve kterém roste pohybovat mezi 21 a 25 °C při objemu srážek 1500-2500 mm ročně. Mladé stromy se sázejí v blízkosti jiných rostlin, např. banánovníků, které jim zajistí stín. Potřebují totiž jen polovinu světla, které je v oblasti k dispozici. [1]

Kakaové boby jsou semena plodu kakaovníků, stále zelených a kvetoucích stromů, které dosahují výšky čtyři až osm metrů. Květy rostou přímo na kmeni či na silnějších větvích (*kauliflorie*). Zajímavostí je, že na jednom stromě může kvést až 6000 květů. Pravděpodobnost opylení květů se pohybuje mezi 5 % a 40 %. Doba zrání po odkvětu trvá 140 dní. V ideálních podmínkách strom začne rodit po 3-5 letech avšak maximální výnosnosti dosáhne až po deseti až dvanácti letech. Sklizeň probíhá výhradně manuálně za použití speciálních mačet. Průměrně se sklízí 20-30 plodů o délce 15-25 cm přičemž každý váží 300 až 500 g. Uvnitř tobolky plodu se obvykle nachází 30-40 červenohnědých semen obalených vrstvou bílé dužiny. Pro představu lze uvést, že pro výrobu jednoho kilogramu čokolády je třeba sklidit okolo 800 semen. [5]

1.3 KLASIFIKACE KAKAA

1.3.1 KLASIFIKACE Z BOTANICKÉHO HLEDISKA

Z botanického hlediska se kakaovníky dělí do tří základních skupin: Criollo, Forastero a Trinitario. Nejvyšší kakaové boby jsou **Criollo**. Odrůda pochází z Venezuely, kde byla jako první kultivována civilizací Májů. Náročnost na péči, náchylnost k nemocem a malá úrodnost způsobily, že její pěstování není výnosné. Z tohoto důvodu byly na počátku 20. století na mnoha místech vykáceny a nahrazeny výnosnější odrůdou Forastero. Proto objem její světové produkce v současnosti nedosahuje více než 1 %. Většinou se však nejedná o čisté kakaovníky druhu Criollo, ale o křížence Criolla s druhem Trinitario. Pěstuje se v Mexiku, Venezuele a na Jávě v Indonésii. K historicky známým odrůdám Criolla patří například *Porcelana* z provincie Zulia ve Venezuele, *Quasare* z kolumbijské provincie Guajira, *Lacandón* z provincie Chiapas v Mexiku nebo *Chuao* z Venezuely. Právým opakem Criolla je **Forastero**, které je nejrozšířenější a tvoří asi 85 % světové produkce kakaa. Vyznačuje se vyšší odolností vůči chorobám a škůdcům a úrodností. Navzdory tomu, že pěstování odrůdy Forastera je nejvýnosnější, obsahují její semena nejméně aromatických látek. Kvalitou se tedy nemůže srovnávat ostatními druhy. Pěstuje se zejména v západní části Afriky a Brazílii. Poslední skupinou kakaovníků představuje **Trinitario**, který vznikl přirozeným zkrřížením Criolla a Forastera, a díky tomu v sobě spojuje pozitivní vlastnosti obou odrůd. Název Trinitario je odvozen od ostrova Trinidad, kde začalo růst po odstranění stromů Criolla a vysazením venezuelského Forastera na začátku 18. století. [1] Mimo Trinidadu a Tobago se pěstuje v Grenadě, Kostarice, Kolumbii, Panamě i na Jamajce, Papui Nové Guinei a jihovýchodní Asii. [6]

1.3.2 KLASIFIKACE DLE KVALITY KAKAOVÝCH BOBŮ

Z hlediska světového obchodu se kakaové boby dle kvality dělí do dvou kategorií: **fine**, **flavour** a **bulk**, **ordinary**. Různé názvy se používaly v různých částech světa. V Evropě se používaly termíny *fine* pro označení kvalitních aromatických kakaových bobů, naopak v USA je běžné nazývat *flavour*. Označení pro méně kvalitní boby *bulk* se používalo na obou kontinentech, avšak *ordinary* pouze v evropských zemích. [2] V současnosti se nejčastěji používá spojení *fine a flavour* a *bulk* a toto názvosloví provází celou práci. První zmíněná skupina je úrodou stromů Criolla, Trinitaria či jejich odrůd, zatímco druhá skupina pochází ze stromů Forastera. Jsou však známy výjimky. Stromy Nacional z Ekvádoru jsou sice považovány za typ Forastero, nicméně produkuje prémiové kakao. Na druhou stranu kakaové boby z Kamerunu, které pochází z kakaovníků typu Trinitario, byly klasifikovány jako bulk.

Nutno podotknout, že rozdíl mezi fine a bulk kakaem spočívá v chuti a vůni než v jiných faktorech kvality. Podobně jako u kávy se i u fine kakaa rozlišují ovocné, květinové, bylinkové i dřevěné tóny, vůně ořechů či karamelu. [20]

Obvykle se k hodnocení kvality fine a flavour kakaa využívá kombinace různých kritérií. Zahrnuje genetický původ rostlinného materiálu, morfologickou charakteristiku rostliny, charakter vůně, chemické složení a barvu kakaových bobů, stupeň fermentace, sušení, kyselosti, procentuální množství plísní, hmyzu a nečistot. Nicméně měření některých kritérií je subjektivní a objektivně nestanovuje fine a flavour vlastnosti dotyčného kakaa. [20]

1.3.3 KLASIFIKACE DLE MEZINÁRODNÍCH STANDARDŮ

Dle **mezinárodních standardů pro kakao** (*The International Cocoa Standards*) musí kakaové boby určené k obchodování dosahovat přibližně stejné velikosti a minimálního počtu vad. Rovněž je třeba, aby splňovaly daná kritéria jakosti, k nimž patří např. řádné zkvašení, dostatečné vysušení a absence prachu, nečistot či žijícího hmyzu. Kakao se třídí na základě počtu vadných bobů v tzv. *cut testu*. Testem prochází vzorek 300 bobů, které jsou podélně rozříznuty a vizuálně hodnoceny na denním světle nebo ekvivalentním umělém světle. Během kontroly se vadné boby počítají zvlášť. [21] Výsledek se určuje v procentech z kontrolovaného množství. [7]

1. jakost

- Plesnivé boby – max. 3% z celkového množství
- Břidlicovité boby – max. 3% z celkového množství
- Hmyzem poškozené či vyklíčené boby – max. 3% z celkového množství

2. jakost

- Plesnivé boby – max. 4% z celkového množství
- Břidlicovité boby – max. 8% z celkového množství
- Hmyzem poškozené či vyklíčené boby – max. 6% z celkového množství

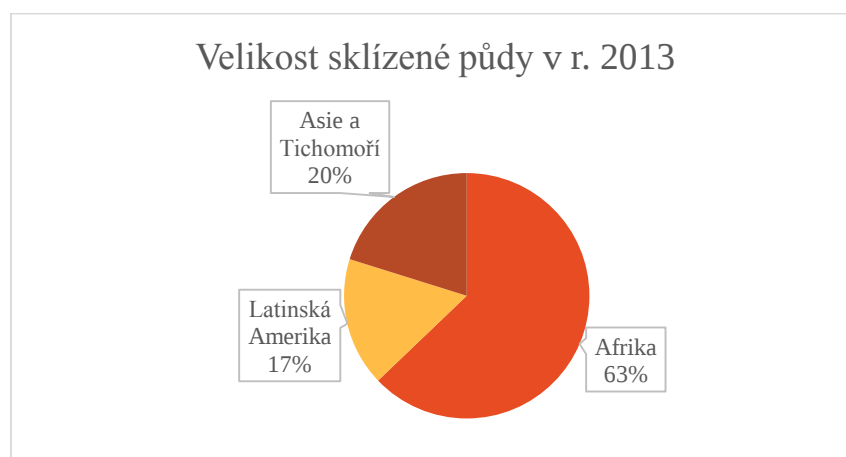
1.4 PRODUCENTI KAKAA

Kakao se pěstuje v tropickém pásu kolem rovníku mezi obratníkem Raka a Kozoroha. V této oblasti se nachází tři nejvýznamnější regiony pro jeho pěstování; Latinská Amerika, Afrika a Asie a Tichomoří. Oblasti produkce kakaa lze porovnávat z několika hledisek. Prvním hlediskem je velikost sklizené plochy (*area harvested*), druhým výnosnost uvedené plochy (*yield*) a třetím vyprodukované množství (*production quantity*). Velikost sklizené plochy se určuje v hektarech, výnosnost ve 100g na hektar a objem produkce v tunách. Hodnotám výnosnosti se však práce nebude zabývat, protože jsou spíše orientační a tedy nedosahují stejného významu pro další zpracování jako hodnoty ostatních hledisek.

1.4.1 HLAVNÍ PĚSTITELSKÉ ZEMĚ

V níže uvedeném grafu dochází k porovnání **velikosti sklizených ploch** v regionech ke konci roku 2013. Na prvním místě je Afrika s 63 % sklizené plochy (6,3 mil. ha), na druhém místě se umístila Asie a Tichomoří s 20 % (zhruba 2 mil. ha, z toho téměř 1,87 mil. ha v Asii a 0,15 mil. ha v Tichomoří) a poslední místo obsadila oblast Latinské Ameriky s 18 % sklizené plochy (téměř 1,7 mil. ha). Dohromady se rozloha sklizených ploch na světě rovná 10 mil. ha. Mezi hlavní producentské země v Africe posuzované dle velikosti sklizených ploch patří Pobřeží slonoviny (2,5 mil. ha), Ghana (1,6 mil.) a Nigérie (1,2 mil. ha). V oblasti Asie a Tichomoří disponuje největším územím pro pěstování kakaa Indonésie (1,77 mil. ha), v Latinské Americe pak Brazílie (0,69 mil. ha). [19]

Graf 1: Velikost sklizené půdy v r. 2013



Zdroj 1: Vlastní zpracování dle dat z FaoStat [19]

Pěstování kakaovníků je zpravidla doménou drobných farmářů, jejichž počet je odhadován na 5-6 milionů po celém světě. V Africe a Asii se typická farma rozléhá na 2-4 ha půdy. Každý hektar půdy přináší 300 – 400 kg kakaových bobů v Africe a kolem

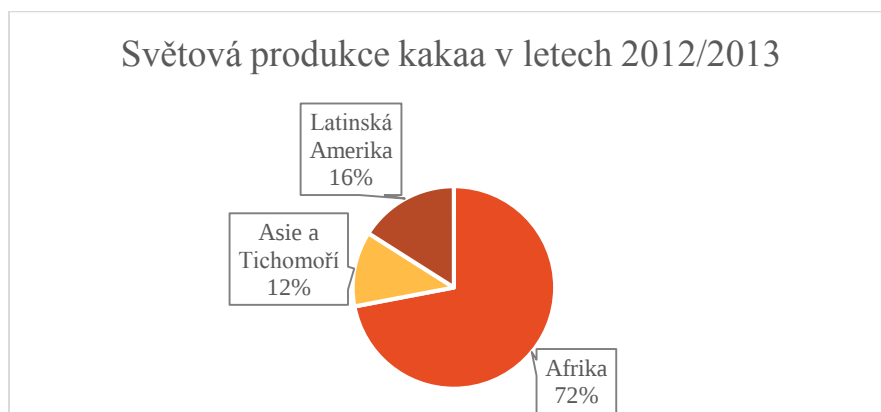
500 kg v Asii. Naopak v Latinské Americe obdělávaná půda dosahuje větších rozměrů, a proto se na hektaru sklídí mezi 500-600 kg kakaových bobů. Poměr úrodné půdy na hektar se rozděluje nejen dle regionu, ale i dle státu a typu kakaovníku. [8]

Sklizeň kakaovníků probíhá ve dvou obdobích, třebaže plody kakaovníků dozrávají po celý rok. Období sklizně závisí na každé zemi zvlášť a je dána nejen klimatickými podmínkami, ale i typem kakaovníku. V oblastech střídajících se dešťů s obdobím sucha probíhá hlavní sklizeň pět až šest měsíců po začátku období dešťů. V Africe probíhá hlavní sklizeň zpravidla od září do března, vedlejší sklizeň pak od května do srpna. V regionu Latinská Amerika a Jihovýchodní Asie a Tichomoří nelze zobecnit dobu sklizně. Z hlediska objemu úrody připadá největší rozdíl mezi hlavní a vedlejší sklizní na území Afriky. Vedlejší sklizeň tvoří pouze 15-20 % celkového objemu sklizně. U ostatních zemí není rozdíl natolik výrazný. [22]

Produkci kakaa z hlediska objemu dominuje již od 60. let 20. století do současnosti Afrika. Do poloviny 80. let byla velikost produkce relativně stabilní a pohybovala kolem 1 mil. t ročně, což odpovídalo dvojnásobku v ostatních regionech. Od té doby její hladina strmě rosta takovým způsobem, že v letech 2011/2012 již dosahovala svého trojnásobku (3 mil. t). Roční produkce v Latinské Americe byla v 60. letech druhá největší (asi 400 t) a do poloviny 80. let se mírně zvyšovala (na cca 700 000 t). Poté došlo ke zlomu a jeho množství mírně klesalo, že region Asie a Tichomoří jej vystřídalo na druhém místě od konce 90. let až do let 2010/2011. Co se týče regionu Asie a Tichomoří, produkce byla v 60. letech téměř nulová a do konce 80. let se velmi pomalu zvyšovala. Poté její hladina dosáhla 500 000 tun, v letech 2006/2007 dosáhla maxima (asi 700 000 tun) a od té doby se pouze snižuje. [23]

Procentuální rozdělení světové produkce kakaa z hlediska objemu ve výše zmíněných regionech v letech 2012-2013 ilustruje následující graf.

Graf 2: Světová produkce kaka v r. 2012/2013



Zdroj 2: Vlastní zpracování dle FAOSTAT [19]

V letech **2012/2013** se vyprodukovalo v souhrnu téměř 4 000 000 t kaka. Z grafu je zřejmé, že více než 70 % světové produkce kaka (2 836 000 t) pochází z afrického kontinentu, 16 % (622 000 t) připadá na oblast Latinské Ameriky a 12 % (487 000 t) na Asii a Tichomoří. Největší podíl na produkci kaka má Pobřeží slonoviny a dosahuje téměř 40 % (1 449 000 t) světové produkce. Další významnou africkou zemí je Ghana s podílem 21 % na světové produkci (835 000 t). Obě země převyšují velikost produkce jak Latinské Ameriky, tak Asie a Tichomoří. V Latinské Americe se na produkci kaka nejvíce podílí Ekvádor (192 000 t) a Brazílie (185 000 t). V Asii a Tichomoří dominuje produkci Indonésie (410 000 t) a 85% podílem. Další významnější zemí v této oblasti je Papua Nová Guinea s desetinovou produkcí oproti Indonésii (41 000 t). [24] V letech **2013/2014** se roční produkce kaka mírně zvýšila na 4 104 000 t, procentní rozdělení mezi tři regiony zůstává stejné s drobnými odchylkami v množství (Afrika 2 942 000 t, Latinská Amerika 666 000 t, Asie Tichomoří 496 000 t). Pro období **2014/2015** se odhaduje, že se podíly na roční produkci kaka změní, resp. sníží se v Asii a Tichomoří na 10 % (435 000 t) a zvýší v Latinské Americe na 18 % (744 000 t). Produkce v Africe naroste pouze mírně a udrží si tak stejný procentuální podíl jako v předchozím období, tj. 72 % (3 013 000 t). [23]

Většina pěstitelských zemí tvoří alianci **COPAL** (*Alliance of Cocoa Producing Countries*). Členy aliance jsou Brazílie, Kamerun, Pobřeží slonoviny, Dominikánská republika, Gabon, Ghana, Malajsie, Nigérie, Sv. Tomáš a Princův ostrov a Togo. [24] Hlavní aktivity aliance spočívají v pořádání pravidelných setkání a seminářů o kakaových bobech, implementování a monitorování řízení výrobních plánů členských zemí a vydávání týdenních analýz trhu. Aliance se mimo jiné podílí na vědeckém výzkumu kaka. [26]

1.4.2 PRODUCENTI FINE A FLAVOUR KAKAA

Fine a flavour kakao, jak již bylo zmíněno, pochází z Latinské Ameriky a z velké části se tam pěstuje dodnes. Oficiálně se pěstuje pouze v **17 zemích** světa z celkem 61 pěstitelských zemí, a to buď exkluzivně anebo částečně v poměru k celkové produkci kakaa jednotlivých zemí. Absolutní produkci zajišťuje devět zemí: Bolívie, Dominika, Grenada, Jamajka, Kostarika, Madagaskar, Mexiko, Sv. Lucie a Trinidad a Tobago. Nepříliš velký rozdíl oproti tomu dosahuje Kolumbie s Venezuelou (95 %) a Papua Nová Guinea s Peru (90 %). K dalším producentům patří Ekvádor (75 %), Dominikánská republika (40 %), Svatý Tomáš a Princův ostrov (35 %) a Indonésie (1 %). [9]

Podíl **produkce** fine a flavour kakaa na světové produkci se za posledních sto let snížil z více než 40 % na téměř 6-8 % v současnosti. [10] V roce 2013 představovala kolem 4 % celkového produkovaného množství kakaa na světě, což odpovídá 406 834 t. Největšími producenty jsou Ekvádor (96 000 t), Mexiko (82 000 t), Peru (64 000 t), Kolumbie (44 000 t) a Papua Nová Guinea (37 000 t). Naopak nejmenšími producenty jsou zpravidla ostrovní země; Sv. Lucie (140 t), Dominika (200 t), Trinidad a Tobago (500 t), Kostarika (700 t) a Grenada (900 t). [19]

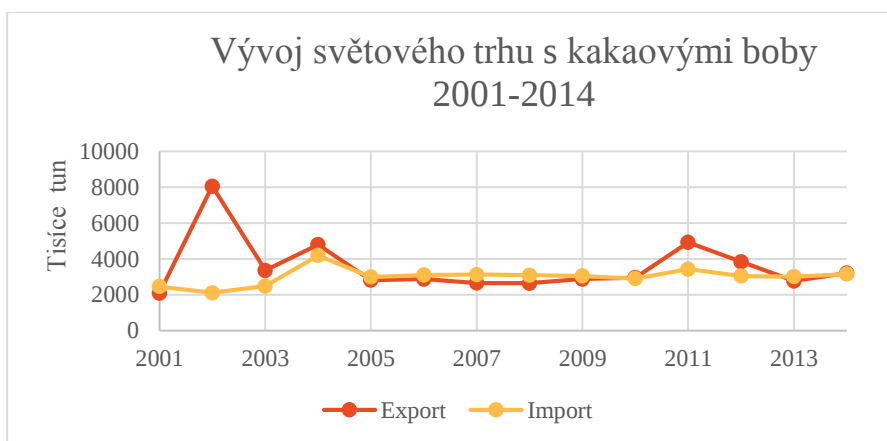
Vzhledem k tomu, že některé státy produkují fine a flavour kakao částečně, nelze jednoznačně určit dle dostupných statistik **rozlohu sklizených ploch** všech zemí. Rozloha sklizených ploch v roce 2013 u devíti exkluzivních producentů fine a flavour kakaa činí 160 000 ha. Tato hodnota odpovídá velikosti celkové sklizené plochy Tichomoří a zároveň je zhruba čtyřicetkrát menší než v Africe. Nejvýznamnější země je Mexiko (117 000 ha). Průměrná velikost sklizené plochy v ostatních producentských zemích se pohybuje okolo 4 700 ha. [19]

Pěstitelské ostrovní státy fine a flavour kakaa z oblasti Karibiku (Dominica, Dominikánská republika, Grenada, Jamajka, Sv. Lucie a Trinidad a Tobago) se sdružují v širším uskupení **CARIFORUM** (*The Caribbean Forum of African, Caribbean and Pacific (ACP) States*). Do fóra se zapojilo celkem šestnáct ostrovních zemí ležících v karibské oblasti. Cílem fóra je zprostředkování a koordinace strategického dialogu mezi Karibikem a Evropskou Unií a snaha o posílení regionální integrace a vzájemné spolupráce napříč karibskými zeměmi. [28]

1.5 SVĚTOVÝ TRH S KAKAEM

Světový trh s kakaem je charakteristický určitou **bipolaritou**. Na jedné straně stojí pěstitelské země z oblastí Latinské Ameriky, Afriky a Asie a Tichomoří, které zpravidla veškerou produkci vyváží přes své hranice. Většina světové produkce kakaových bobů se vyváží v podobě surových bobů, zbytek se zpracovává lokálně. Na druhé straně jsou země, kam se kakao, resp. kakaové boby, dováží a kde se zpravidla dále zpracovává. Jedná se hlavně o Severní Ameriku a Evropu.

Graf 3: Vývoj světového trhu s kakaovými boby 2001-2014



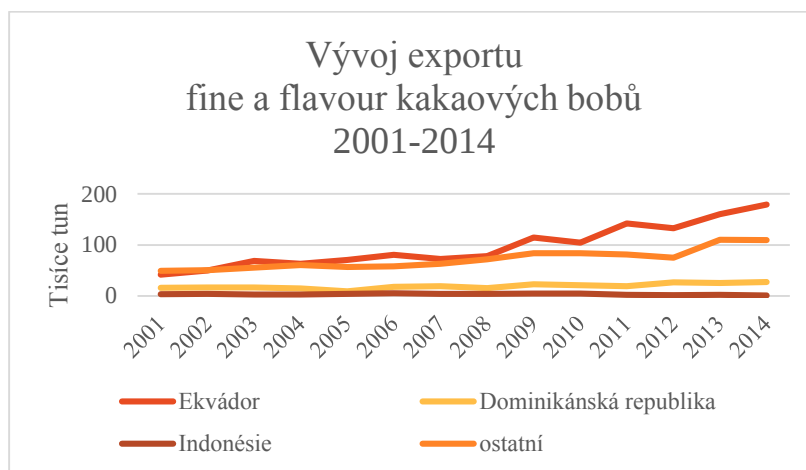
Zdroj 3: Vlastní zpracování na základě dat z ITC [29]

Výše uvedený graf znázorňuje objem exportu a importu kakaových bobů v rozpětí let 2001-2014. Lze sledovat stabilní trend importu (kolem 3 mil. t) s nejvýraznějším nárůstem v roce 2004 (4,19 mil. t). Maximum exportu v daném časovém rozmezí bylo zaznamenáno v roce 2002 a činilo 8 051 551 t. Ačkoli množství exportu oproti importu mírně klesá (ze 4 mil. t na 3 mil. t), v roce 2014 převyšoval export (3 206 435 t) nad importem (3 153 070 t). [29]

Na exportu se nejvíce podílely dvě největší pěstitelské africké země, Pobřeží slonoviny se 1 117 000 t, což odpovídá 35 %, a Ghana se 766 084 t, tj. 24 % celkového exportovaného množství. Hlavními destinacemi exportovaného kakaa z Pobřeží slonoviny se stalo USA (235 130 t), Nizozemí (228 342 t) a Belgie (135 871 t). Naopak z Ghany se exportovalo převážně do Nizozemí (158 166 t, tj. 30 %) a až poté do USA a Belgie. Na třetím místě se umístil latinskoamerický Ekvádor s 198 777 t, tj. 6 %. Hlavním obchodním partnerem Ekvádoru je USA, kam se vyváží 43 % vypěstované úrody. [29]

Na importu kakaových bobů se až z pětiny účastní Nizozemí (650 820 t), následované USA (437 366 t) a Německem (307 230 t). Všechny tři uvedené země odebírají největší část produkci z Pobřeží slonoviny. Čtvrté místo obsadila Malajsie (298 524 t). [29]

Graf 4: Vývoj exportu fine a flavour kakaových bobů 2001-2014



Zdroj 4: Vlastní zpracování na základě dat z ITC [29]

Podíl **fine a flavour** kakaových bobů na celkové světové produkci je relativně malý a postupem let klesá. Na začátku 20. století dosahoval 40-50 %, v současnosti se však pohybuje kolem 6 %. Mezi hlavní pěstitelské země tehdy patřil Ekvádor a Trinidad a Tobago. Pokles produkce fine a flavour kakaa úzce souvisí s jeho sníženou konzumací. Místo „čistých“ výrobků typu tabulka čokolády, kde původ bobů určoval jeho chuť, se dávalo postupně přednost plněným výrobkům dalšími surovinami se silnějším aroma (např. ořechy ovoce, smetana). Tím se snížily požadavky na aromatické a chuťové vlastnosti fine a flavour kakaa v hotovém výrobku. Nyní se fine a flavour kakaové boby zejména používají k výrobě omezeného počtu hotových výrobků určených pro náročné zákazníky. V posledních letech však začala poptávka po fine a flavour kakau stoupat. [20]

V období let 2001-2014 velká část fine a flavour kakaa pocházela z Ekvádoru (178 899 t) a Dominikánské republiky (27 278 t), menší pak z Indonésie (633 t). Oproti roku 2001 se export v roce 2014 zvýšil v Ekvádoru (o 77 %) a Dominikánské republice (o 42 %), naopak v Indonésii se jeho množství snížilo (o 378 %). Celkový export fine a flavour kakaa v roce 2014 představoval 316 088 t. Největším obchodním partnerem obou zmíněných zemí bylo USA následované Nizozemím. [29]

1.5.1 VÝVOJ CENY KAKAA

Cena kakaa se oficiálně určuje od roku 1925, kdy byla v New Yorku založena první burza obchodující s kakaem. Tím se stanovily pravidla trhu a standardizoval se proces obchodování a tvorby světové ceny. V současnosti se s kakaem obchoduje převážně na mezinárodní burze *IntercontinentalExchange (ICE)* s pobočkami v Londýně a New Yorku. [30]

Úroveň světové ceny kakaa se váže na periodicky se opakující cyklus (*cocoa cycle*) trvající trochu déle než 20 let. Nejprve produkce roste, poté se jeho množství stabilizuje a následně propadá. Cyklus se uzavírá opětovným nárůstem produkce. Charakter cyklu je tudíž dán výkyvy, resp. úrovní vzestupu a propadu, produkovaného množství kakaa. [3 s. 20]

Mezi faktory, které ovlivňují trh s kakaem a tudíž i jeho cenu, patří nejen výše zmíněná produkce, resp. velikost sklizně, ale i rychlost úbytku zásob a události spojené s počasím a politikou. Vzhledem k vysoké citlivosti na tyto změny je trh velmi nestabilní a spekulativní. [2]

Níže uvedený graf ilustruje vývoj ceny kakaa od ledna 1960 do října 2015. Od počátku se cena kakaa pohybuje ve stoupajícím trendu. Jeho průměrná hodnota dosahuje 1 626,93 USD/t. Nejnižší průměrná roční hodnota byla zaznamenána v roce 1965 (211 USD/t), naopak nejvyšší v roce 1977 (4 361,58 USD/t). [31] Historicky nejvyšší cena kakaa byla dosažena dne 18. července 1977, kdy vykulminovala na 18 000 USD/t. Od počátku druhého tisíciletí se cena kakaa propadla nejvíce dne 24. listopadu 2000. [32] Od té doby cena kakaa stoupá. Aktuální průměrná cena kakaa v říjnu 2015 je 3 198 USD/t. [33]

Graf 5: Vývoj ceny kakaa 1960-2015, v USD/t



Zdroj 5: Převzato z <http://www.tradingeconomics.com/commodity/cocoa>

1.5.2 MEZINÁRODNÍ ORGANIZACE PRO KAKAO

Světový trh s kakaem a kakaovými produkty je řízen dohodami **Mezinárodní organizace pro kakao** (*International Cocoa Organization, ICCO*). Tato organizace byla založena v roce 1973 za účelem zajistit trvale udržitelný světový trh s kakaem. Členy ICCO jsou jak země produkující kakao⁴, tak i země finální spotřeby⁵. ICCO vydává pro své členy pravidla, sdružená do mezinárodních dohod o kakau, tzv. *International Cocoa Agreement*. Poslední dohoda vznikla v roce 2010 v Ženevě a vstoupila v platnost v roce 2012. [12]

Podstatou zajištění trvale udržitelného trhu s kakaem je vytvoření a dodržování cenových úrovní základní suroviny, která zajišťuje minimální ekonomickou prosperitu farmářů. Účelem dohod je také vytváření standardů pro celý sektor pěstování kakaa, jakými jsou omezení dětské práce, minimalizace užívání pesticidů a dalších doporučení vedoucí k omezení zdravotních rizik spojených s nedodržováním standardů při produkci i manipulaci s kakaovým produktem. Zvláštní pozornost je věnována zbytkovému výskytu Ochratoxinu A v kakaových produktech. [34]

Většina aktivit ICCO se týká zvýšení transparentnosti světového trhu s kakaem, sloužící především k zajištění oprávněných ekonomických zájmů malých pěstitelů, která pak v důsledku příznivě působí k udržení variability odrůd, pěstitelských oblastí a místních produktů a je podmínkou udržitelnosti a dalšího rozvoje světového trhu s kakaem.

Všechny dohody včetně poslední z r. 2010 zahrnovaly též seznam producentů fine a flavour kakaa a jeho procentuální podíl na vývozu jednotlivých zemí (*Ad Hoc Panel on Fine and Flavour Cocoa*). [9] Na jeho vytvoření a aktualizaci se podílejí nezávislí experti s bohatými zkušenostmi z oblasti obchodu, zpracovatelského průmyslu, výroby a kontroly fine a flavour kakaa, kteří prošli výběrem ICCO. Poslední verze seznamu byla aktualizovaná v r. 2011. [20] K další revizi došlo v září 2015, avšak dosud nebyly zveřejněny výsledky. [35] Níže je přiložený seznam zemí produkujících a částečně či absolutně vyvážejících fine a flavour kakao.

⁴ *Pěstitelské (exportní země)*: Brazílie, Kamerun, Demokratická Republika Kongo, Dominikánská republika, Ekvádor, Honduras, Gabon, Ghana, Guatemala, Guinea, Indonésie, Kostarika, Malajsie, Nikaragua, Papua Nová Guinea, Peru, Pobřeží slonoviny, Sierra Leone, Togo, Trinidad a Tobago a Venezuela.

⁵ *Země finální spotřeby (importní země)*: Evropská Unie (28 členských zemí), Rusko, Švýcarsko.

Tabulka 1: Seznam zemí a jejich podíl na vývozu *fine a flavour* kaka (°)

	Země	Rozhodnutí ICCO
		(% vývozu)
Exkluzivní producenti	Bolívie	100 %
	Dominika	100 %
	Grenada	100 %
	Jamajka	100 %
	Kostarika	100 %
	Madagaskar	100 %
	Mexiko	100 %
	Sv. Lucie	100 %
	Trinidad a Tobago	100 %
Částeční producenti	Kolumbie	95 %
	Venezuela	95 %
	Papua Nová Guinea	90 %
	Peru	90 %
	Ekvádor	75 %
	Dominikánská republika	40 %
	Sv. Tomáš a Princův o.	35 %
	Indonésie	1 %

Zdroj 6: Převzato z ICCO [10]

V rámci poslední dohody z r. 2010 bylo rovněž rozhodnuto o vzniku **Poradního výboru Světového kakaového hospodářství** (*Consultative Board on the World Cocoa Economy*). Poradní výbor se skládá z mezinárodních expertů od soukromého sektoru až po veřejnost z obou členských jak pěstitelských, tak i spotřebitelských zemí. Nicméně výbor, jehož mandát dosahuje stejných rozměrů jako mandát ICCO a zahrnuje všechny aspekty světového kakaového hospodářství, slouží pouze jako poradní orgán. Všechny konečné rozhodnutí uskutečňuje ICCO. Poradní výbor byl založen jako projev uznání důležitosti soukromého sektoru na světovém trhu s kakaem a vzrůstající důležitosti role obchodu a průmyslu na půdě ICCO. [34]

Cíl ICCO spočívá v práci směrem k udržitelnosti světového hospodářství kaka. Koncept udržitelnosti zahrnuje společenské, ekonomické a environmentální aspekty jak na straně pěstování, tak spotřeby. Obnáší to práci na zvyky v dopravě kakaových bobů, kakaových meziproduktů a čokolády, (nepřímé) daně související se spotřebou kaka a jeho zpracování, náklady produkce v různých zemích a regionech, informace o trhu pro pěstitele kaka a *price risk management*⁶ zajištěný družstvy. Dostatečně vysoké ceny a vyšší příjmy

⁶ *Price risk management* řeší vysokou pohyblivost (volatilitu) cen kovů, zemědělských produktů a komodit pomocí nástrojů nabízených bankami, brokery a burzou. [36]

pěstitelů kakaa jsou klíčovými elementy v udržitelnosti, bez nichž nemůže koncept existovat. [34]

Transparentnost trhu je pro ICCO již 30 let klíčová. Je neodmyslitelná pro efektivní fungování světového trhu s kakaem, snížení dopadů fluktuace cen, optimalizace rozhodování všech účastníků trhu a zlepšování příjmů pěstitelů kakaa. K hlavním aktivitám organizace patří sběr, zpracování a publikace statistik o kakau. Světově nejvíce uznávaným zdrojem statistik o kakau je vydávaný **čtvrtletník** (*Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics*). [34]

Práce ICCO zahrnuje koordinaci a racionalizaci politiky pěstování a programy na podporu pěstitelských zemí, zlepšení znalostí dostupných o zdrojích o kakaa v pěstitelských zemích, kolekce seznamu zdravotně a nutričně prospěšných složek kakaa a čokolády a v poslední řadě i obecnou propagaci spotřeby kakaa a čokolády v rozvíjejících se zemích (*emerging markets*).

Během poslední dekády organizace iniciovala a dohlížela na několik projektů zaměřujících se na rozvoj pěstování kakaa a obchod a s ním spojené adekvátní ohodnocení drobných farmářů. Hlavním zdrojem externího financování zmíněných projektů je **Společný fond komodit** (*Common Fund of Commodities, CFC*). Podpořené projekty se týkaly využití a uchování genomu kakaa, odlišnost mezi fine a bulk kakaem, obecná propagace spotřeby kakaa v Japonsku i zlepšení marketingu a obchodování kakaa. Nedávno byl podpořen vznik pilotního projektu Price Risk Management pro drobné pěstitele kakaa napříč družstvy. [34]

ICCO před dvaceti lety založilo **informační centrum pro kakao** (*Cocoa Information Centre*), pod které spadá i **knihovna** (*International Cocoa Organization Library*). V poslední dohodě z r. 2010 se uvádí, že „*ICCO by se mělo chovat jako světové informační centrum pro efektivní sběr, porovnání, výměnu a šíření informací ve všech faktorech vztahujících se ke kakau a kakaovým výrobkům.*“⁷ [37] Cílem ICCO je tudíž zprostředkování přístupu k odlišným informačním nástrojům a různým expertům na kakao. Kolekce knihovny zahrnuje více než 5 000 knih, zpráv, dizertačních prací, výzkumných studií, obchodních a přírodovědných periodik apod. Knihovna rovněž disponuje statistickými informacemi o světové kakaové produkci, cenách, dovozu a vývozu, spotřebě a zásobách kakaa od roku 1958

⁷ Převzato a přeloženo z angl. originálu: „*The International Cocoa Organization shall act as a global information centre for the efficient collection, collation, exchange and dissemination of information on all factors relating to cocoa and cocoa products.*“

do současnosti. V rámci své činnosti centrum každoročně publikuje *World Cocoa Directory*. [34]

Podle aktuálních zpráv zahájila ICCO k počátku října 2015 přesun svého sídla z Londýna do Abidjanu, hlavního města Pobřeží slonoviny. Sekretariát by měl být přestěhován do konce března 2017. Rozhodnutí o změně místa sídla ICCO padlo již v r. 2002, avšak z důvodu tamních civilních nepokojů se stěhování přerušilo. Impulesem k přesídlení se stalo na základě hodnocení OSN, resp. zvýšení úrovně bezpečnosti státu Pobřeží slonoviny. [38]

2 ČOKOLÁDA A SVĚTOVÝ TRH ČOKOLÁDY

Čokoláda je rovněž jako kakao potravinou, avšak s tím rozdílem, že se jedná již o hotový produkt, jehož základní ingrediencí jsou kakaové boby. Čokoláda se nejprve konzumovala v podobě horkého nápoje, který se měnil vlivem Aztéků (ochucení kořením) a Španělů (přidáním cukru). V 17. století představili Španělé čokoládu zbytku Evropy a považovala se za luxusní **nápoj** pro vyšší společenskou třídu. Nejdříve byla čokoláda přijata mezi Angličany a nabízena v první londýnské kavárně. Později, v polovině 18. století, se čokoláda dostala do kolonií Severní Ameriky, kde se brzy na to otevřela první továrna na výrobu čokolády. [13]

Průmyslová revoluce odstartovala i sled velmi důležitých událostí, které měly zásadní vliv na výrobu čokolády, jak ji známe dnes. Na počátku 19. století se podařilo nizozemskému chemikovi Coendraadu Van Houtenovi oddělit kakaové máslo a kakaový prášek během výrobního procesu, čehož o pár let později využil Angličan John Cadbury a vytvořil **instantní kakaovou směs**. Důležitým milníkem ve výrobě čokolády byl rok 1847, kdy vzniká **první tabulka čokolády** Fry, a o pár let později v roce 1875 je vytvořena první **mléčná čokoláda** na světě Henri Nestlém.⁸ O čtyři roky později vynalezl Rudolphe Lindt stroj na konšování (nepřetržitě míchání při 60-75°C) a tím se zvýšila kvalita čokolády. Koncem 19. století americká společnost **Hershey's** vyrábí tabulkovou čokoládu určené masové konzumaci. Podařilo se jí snížit výrobní náklady zpracováním nepříliš kvalitních bobů Forastero, a přidáním cukru a vanilinu. Většina čokolády, kterou dnes známe, se vyrábí z této směsi. [13]

Ve 20. století pokračuje vývoj technologie, technologických zařízení a receptur zejména v Evropě a USA. Belgičan Jean Neuhaus přichází na způsob výroby plněného čokoládového **bonbonu**, společnost Nestlé na **bílou čokoládu** a italský výrobce čokolády Pietro **Ferrero** vynalezl recept na lískooříškový krém Nutella. [39] Rovněž dochází ke specializaci některých značek na výrobu čokolády z vysoce jakostních kakaových bobů. V roce 1983 vzniká v italské čokoládovně **Bonnat** tabulka čokolády z bobů pěstovaných v jedné oblasti. Švýcarská značka **Lindt & Sprüngli** uvádí na maloobchodní trh 70% čokoládu s důrazem na obsah kakaové sušiny a v roce 1992 uvádí na běžný trh čokoládu pojmenovanou dle země původu kakaových bobů (*Lindt Excellence Ecuador 75 %*). O dva roky později vytváří francouzský výrobce čokolády **Weiss** první tabulkou hořké čokolády s kousky kakaových bobů. V témže roce přichází v Itálii na trh první tabulka z kakaových bobů z jedné plantáže (*Hacienda el Rosario*,

⁸ První tabulku mléčné čokolády vytvořili švýcarský chemik Henri Nestlé spolu s výrobcem čokolády Danielem Peterem v roce 1875. K jeho výrobě použili sušené mléko, na jehož výrobu přišel H. Nestlé o osm let dříve.

Bonnat). V roce 2003 vytvořila italské firmy **Domori** první tabulkovou čokoládu z bobů kakaovníku Criollo (*Puertomar*). [13]

Následující kapitola proto seznamuje s čokoládovým průmyslem a postupem jak se z kakaových bobů vyrábí čokoláda. Nechybí ani klasifikace podle jednotlivých kritérií. Zároveň představí nejvýznamnější společnosti čokoládového průmyslu a informuje obchodování s čokoládou na světovém trhu.

Obecně se čokoládový průmysl dělí ve dvě na zpracování kakaa a výrobu čokolády. **Zpracování kakaa** zahrnuje sekvenci po sobě jdoucích aktivit nutných k přeměně surového materiálu (kakaových bobů) na meziprodukty (kakaový likér, kakaové máslo a kakaový prášek). Rozeznávají se tři hlavní stupně; *pražení* kakaových bobů, *mletí* kakaových bobů pro výrobu kakaového likéru a *lisování* kakaového likéru pro získání kakaového másla a výrobu kakaového prášku. **Výroba čokolády** spočívá v dalším zpracování kakaového likéru a kakaového másla a jejich spojením s ostatními ingrediencemi. Světový obchod se rozděluje na dva segmenty: **výroba couverture**⁹ a **výroba čokoládových produktů**.

⁹ *Couverture* je průmyslově vyráběná čokoláda s vysokým obsahem kakaového másla, resp. hmota, která se používá k výrobě čokoládových výrobků a též polev využívaných při výrobě cukrovinek, sušenek, zmrzlin a dortů. Hmota se většinou převážně v tekutém stavu (ve vyhřívaných tankerech) k hlavním odběratelům, zatímco menší odběratelé jej preferují v pevném stavu a v menších kusech (kostky, malé kousky). [14]

2.1 ZPRACOVÁNÍ KAKAOVÝCH BOBŮ A VÝROBA ČOKOLÁDY

V období sklizně se plody opatrně odříznou od kmene stromu, aby se nepoškodila kůra kakaovníku. Plody se otevírají a vybírají se z nich čerstvá semena ukrytá v ochranné dužnaté vrstvě, od nichž se očišťují. Semena poté prochází procesem zvaným **fermentace** neboli kvašení. Boby se vkládají do speciálních dřevěných krabic s děrovaným dnem a přikrývají se rohožkami nebo listy banánovníků. Tímto způsobem se přirozeně zahřejí a zkvasí. Během kvašení z bobů vytéká dužina již uzpůsobenými otvory na dně krabic. Délka procesu závisí na odrůdě kakaovníku, zpravidla však trvá tři až sedm dní. Tato doba je nutná pro maximální rozvinutí aromatických vlastností a je proto rozhodujícím krokem určujícím chuť a kvalitu čokolády. Dalším krokem je **sušení**. Kakaové boby nechají vysušit přirozeně na slunci nebo uměle pomocí sušiček se solárními panely. Pravidelně se však musí obracet a v případě sušení venku se musí na noc ukrýt pod střechu, aby nenavlhly. Správným sušením semena ztratí více než 92 % vody. Jednotlivý kus by měl vážit více než 1 g. Doba trvanlivosti správně usušených bobů činí 4-5 let. [1] Kakaové boby se následně třídí, ošetřují chemickými přípravky proti škůdcům a balí do jutových pytlů o váze 60-65 kg. (Bulk kakaové boby jsou běžně převáženy v kontejnerech.) [40] Pytle se rozváží do továren k dalšímu zpracování. Většina sídlí v zemích konečné spotřeby, avšak některé jsou umístěny i v zemích původu. Dovezené kakaové boby procházejí kontrolou, očišťují se a připravují se na **pražení**. Tradičně jsou boby praženy v celku (*bean roasting*), avšak někdy se dává přednost pražení bobů bez slupky či rozdrcených bobů (*nib roasting*). Doba pražení se odvíjí od typu bobů a platí, že čím jsou kvalitnější, tím je doba pražení kratší. V této fázi se rozvíjí jejich aromatické vlastnosti a barva. Po pražení mohou boby procházet ještě procesem alkalizace (*dutching*), což zanechá tmavší barvu a ovlivní chuť kakaových bobů a po jejich umletí i kakaového prášku. Zpracování kakaových bobů završuje **mletí**, během něž vznikají čtyři meziprodukty: *kakaová hmota*¹⁰, *kakaové máslo*, *kakaový koláč* a *kakaový prášek*. Prvním meziproduktem je kakaová hmota. Jedná se o tekutou kakaovou pastu, která slouží jako základní ingredience všech čokoládových cukrovinek. Část likéru se používá přímo pro výrobu čokolády, druhá část se dále lisuje na kakaové máslo a kakaový koláč. Kakaové máslo tvoří 50-55 % hmotnosti kakaového bobu, čímž zlepšuje viskozitu a hladkost čokolády. Při teplotě nižší než 37 °C vypadá jako máslo vyrobené z kravského mléka. V kakaovém koláči zůstane 10-20 % tuku. Posledním meziproduktem je kakaový prášek, jenž vzniká rozemletím kakaového koláče. Obsah tuku v kakaovém prášku určuje jeho konečné

¹⁰ Používá se označení kakaová hmota, kakaová pasta či kakaový likér.

využití. Největší část meziproduktů se používá pro výrobu čokolády, avšak její uplatnění se nachází i v kosmetickém a farmaceutickém průmyslu. [14]

Průmyslově vyráběná čokoláda se nazývá *couverture*. Termín *couverture* je synonymem čokoládového těsta vytvořeného spojením kakaového hmoty, kakaového másla a dalších surovin; cukru, vanilky a sušeného mléka (lecitinu). Kvalita finálního produktu klesá s vyšším počtem přísad. Výsledkem procesu je hladká pasta, která prochází ještě dvěma procesy, konšováním a temperováním. **Konšování** je založeno na nepřetržitém míchání po dobu až tří dnů. Teplotu si určuje každý výrobce sám, většinou však nabývá hodnot 60-75 °C. Rychlost, doba trvání a teplota konšování ovlivňují chuť výsledného výrobku, odstraňuje kyselost a hmotu zjemňuje. Výrobu čokolády završuje **temperování**, což znamená, že se pasta prudce zchladí nejprve na teplotu 45-50°C, poté na 28°C a nakonec se ohřeje na trochu nad 30°C. Krystaly kakaového másla se tak lépe spojí. Z tohoto důvodu se čokoláda leskne, déle nepodléhá zkáze a „nevykveté“, resp. nevytvoří se na jejím povrchu matný našedivělý film tuku. [41] Čokoláda se poté uskladní jako polotovar pro další využití či dopravuje v cisternách anebo se rovnou použije a zabalí do finální podoby produktu. [14]

Světovému dodavatelskému řetězci kakaa a čokolády dominuje devět společností: tři zpracovatelské společnosti (ADM, Barry Callebaut, Cargill) a šest společností vyrábějících cukrovinky a čokoládu (Mars Inc., Nestlé, Mondeléz, Cadbury Schweppes a Ferrero). Společnosti zpracující kakao měly v r. 2008 dohromady roční kapacitu 1 440 000 tun kakaových bobů, což odpovídá téměř 40% podílu na světovém trhu ve zpracování kakaa. K nim se řadí i společnosti Petra Foods Inc., zaměřující se na trh v jihovýchodní Asii, a Blommer, největší v Severní Americe. Americké společnosti ADM a Cargill jsou nazýváni obchodníky, protože se specializují ve výrobě meziproduktů. Naopak švýcarská společnost Barry Callebaut je považována za největšího výrobce průmyslové čokolády (*couverture*), jehož významným odběratelem je společnost Mondeléz. [42]

2.2 KLASIFIKACE ČOKOLÁDY

2.2.1 KLASIFIKACE DLE CELNÍCH STANDARDŮ

Světová celní organizace (*World Customs Organization, WCO*) harmonizuje celní standardy ve světovém měřítku a vytváří jednotný harmonizovaný systém. V jeho rámci byly zavedeny **HS kódy**, resp. kódy zboží, které se používají v celních sazebnících. [15] Na harmonizovaný systém přímo navazuje kombinovaná nomenklatura, zavedená nařízením Evropské komise napříč Evropskou Unií. Česká republika jako platný člen Evropské Unie tento systém označování zboží převzala. Kódy kombinované nomenklatury, tj. **KN kódy**, rozšiřují HS kódy o podrobnější položky. Podle kombinované nomenklatury se rozdělují pod názvem *Kakao a kakaové přípravky* tři hlavní produktové kategorie založené na různém stupni zpracování: kakaové boby, meziprodukty a čokoláda či ostatní výrobky obsahující kakao. Platí, že čím vyšší stupeň zpracování a tedy složitější výrobek, tím vyšší má číslo kódu. Vzhledem k tomu, že se kakao do Evropy dováží, každému artiklu je v rámci kombinované nomenklatury přidělena smluvní celní sazba. Clo se nevztahuje pouze na kakaové boby a kakaové slupky. [16] Níže uvedená tabulka blíže popisuje klasifikaci dle celních standardů a výši aplikovaného cla na jednotlivé položky.

Tabulka 2: Klasifikace kakaa a kakaových přípravků

KN kód	Popis	Smluvní celní sazba (%)
1801 00 00	Kakaové boby, celé či kousky, syrové či pražené	0
1802 00 00	Kakaové skořápky, slupky a další odpad	0
1803	Kakaová hmota odtučněná částečně, úplně i neodtučněná	9,6
1804 00 00	Kakaové máslo, tuk, olej	7,7
1805 00 00	Kakaový prášek, bez obsahu cukru či sladidel	8
1806	Čokoláda a ostatní potravinové přípravky obsahující kakao	8

Zdroj 7: Převzato z [https://www.celnisprava.cz/cz/clo/sazebni-zarazeni-zbozi/spolecny-celni-sazebnik-es/Spolen%20celn%20sazebnik%20EU%20platn%20pro%20rok%202012/l_28220111028cs00010912\[1\].pdf#search=kakao v%C3%A9%20m%C3%A1slo%20celn%C3%AD%20sazba](https://www.celnisprava.cz/cz/clo/sazebni-zarazeni-zbozi/spolecny-celni-sazebnik-es/Spolen%20celn%20sazebnik%20EU%20platn%20pro%20rok%202012/l_28220111028cs00010912[1].pdf#search=kakao v%C3%A9%20m%C3%A1slo%20celn%C3%AD%20sazba)

Evropská Unie usnadňuje dovoz výše zmíněných artiklů z rozvojových zemí v podobě preferenčních dohod. Jednou z nich je *Dohoda z Cottonu*, která usnadňuje dovoz mezi ACP a Evropskou Unií v rámci vzájemné spolupráce v uskupení CARIFORUM. [27]

2.2.2 KLASIFIKACE DLE JAKOSTI ČOKOLÁDY

Existují specifické požadavky na jakost, resp. na minimální obsah kaka, v čokoládě a výrobcích čokoládu obsahující. Na mezinárodní úrovni se standardy upravují pouze rámcově, na úrovni jednotlivých států jsou však právně závazné. V České republice je stanoví Vyhláška č. 76/ 2003 Sb. vydaná Ministerstvem zemědělství ČR. [11]

Vyhláška definuje (**hořkou**) **čokoládu** jako „*potravinu vyrobenou z kakaových součástí¹¹, přírodních sladidel, sladidel nebo jejich kombinací (dále jen „sladidel“), přídatných látek nebo látek určených k aromatizaci, popřípadě z dalších složek*“ [11 §19], a musí obsahovat min. 18 % kakaového másla, min. 14% tukuprosté kakaové sušiny a min. 35 % celkové kakaové sušiny. **Mléčná čokoláda** zahrnuje min. 2,5 % tukuprosté kakaové sušiny, min. 20 % celkové kakaové sušiny, min. 5 % mléčného tuku, min. 25 % celkového tuku a min. 20 % mléčné sušiny. **Bílá čokoláda** je definována jako potravina vyrobená z kakaového másla (min. 20 %), mléka nebo mléčných výrobků, sladidel, popřípadě z dalších složek, a obsahuje min. 3,5 % mléčného tuku a min. 14 % mléčné sušiny. **Plněná čokoláda** je tvořena vnější a vnitřní vrstvou, přičemž vnější vrstva je složena z hořké, mléčné, family mléčné nebo bílé čokolády a její podíl musí být min. 25 % celkové hmotnosti výrobku. **Chocolate a la taza** je čokoláda vyrobená z kakaových součástí (min. 35 % celkové kakaové sušiny, min. 14 % tukuprosté k. sušiny a min. 18 % kakaového másla), sladidel, mouky nebo pšeničného, rýžového nebo kukuřičného škrobu, přičemž obsah mouky nebo škrobu je nejvýše 8 % celkové hmotnosti. **Chocolate familiar a la taza** obsahuje min. 30 % celkové kakaové sušiny, min. 12 % tukuprosté k. sušiny a min. 18 % kakaového másla), sladidel, mouky nebo pšeničného, rýžového nebo kukuřičného škrobu, přičemž obsah mouky nebo škrobu je nejvýše 18 % celkové hmotnosti. **Family mléčná čokoláda** – potravina vyrobená z nižšího podílu kakaových součástí (min. 20 % celkové kakaové sušiny a min. 2,5 % tukuprosté k. sušiny), sladidel a vyššího podílu mléka nebo mléčných výrobků (min. 5 % mléčného tuku, min. 25 % celkového tuku a min. 20 % mléčné sušiny). **Čokoládový bonbon** je potravina o velikosti jednoho sousta, vyrobená z jednoho druhu čokolády nebo kombinace čokolád ve směsi (čokolády, mléčné čokolády, family mléčné čokolády, bílé čokolády nebo plněné čokolády) a jiných jedlých složek; celkový obsah čokolády musí být nejméně 25 % celkové hmotnosti výrobku. [11 §19]

Název výrobku se může doplnit či rozšířit o další přívlastek, čímž se změní nebo se úplně změní nebo rozšíří již stanovené požadavky na jakost. **Extra hořká čokoláda** obsahuje

¹¹ Kakaovými součástmi je míněna kakaová drť, kakaová hmota, kakaový prášek, kakaové máslo, kakaové výlisky, kakaový tuk.

min. 43 % celkové kakaové sušiny a nejméně 26 % kakaového másla. **Extra mléčná čokoláda** obsahuje nejméně 30 % celkové kakaové sušiny a nejméně 18 % mléčné sušiny a 4,5 % mléčného tuku. **Smetanová čokoláda** obsahuje totéž, co mléčná s rozdílem v procentuálním zastoupení mléčného tuku, kterého má 5,5 %. Naopak **mléčná čokoláda s odstředěným mlékem** musí obsahovat max. 1 % mléčného tuku. **Gianduja** je oříšková čokoláda, která se vyrábí jak hořká, tak mléčná. Hořká čokoláda gianduja obsahuje min. 32 % celkové kakaové sušiny, min. 8 % tukuprosté kakaové sušiny, max. 5 % mléčné sušiny a 20-40 g (lískových) oříšků na 100 g hotového výrobku. Mléčná čokoláda gianduja obsahuje min. 10 % mléčné sušiny, 15-40 g (lískových) oříšků na 100 g hotového výrobku. **Čokoládová poleva (couverture)** obsahuje nejméně 35 % kakaové sušiny, nejméně 31% kakaového másla a nejméně 2,5 % tukuprosté kakaové sušiny. **Extra čokoládová poleva** obsahuje nejméně 16 % tukuprosté kakaové sušiny. **Mléčná čokoládová poleva** obsahuje nejméně 31 % celkového tuku. [11 §21]

2.2.3 KLASIFIKACE DLE PŮVODU KAKAOVÝCH BOBŮ

Tabulky prémiových čokolád se označují třemi různými způsoby dle původu zpracovaných kakaových bobů, od největší k nejmenší úrovni detailu: **single plantation**, **single estate** a **single origin**. Označení single plantation znamená, že tabulka čokolády obsahuje kakaové boby z jedné plantáže (např. *Hacienda el Rosario* zn. Bonnat). Single estate informuje o oblasti původu (např. *Chuao* zn. Amedei z Venezuely nebo *Gran Couva* zn. Valrhona z Trinidadu) a single origin o zemi původu kakaových bobů (např. *Ecuador* zn. Lindt Excellence). [13] Propagace a diferenciací čokolád na základě geografického původu kakaa může mít pozitivní dopad na zvýšení dlouhodobého příjmu farmářů. [43]

Dělení čokolády dle původu kakaových bobů se využívá od 80. let 20. století díky italskému výrobcí čokolád Bonnat, který přišla na trh s tabulkou z jedné oblasti původu i plantáže. Stoupající význam původu výrobků měl dopad na vznik iniciativ na ochranu jednotlivých geografických území pěstování kakaovníků. Průkopníkem v této věci se stala Venezuela. Od roku 2000 zákonem chrání oblast *Chuao*, která sdílí hranice s nejstarším latinskoamerickým národním parkem (*the Parque Nacional Henri Pittier Rancho Grande*). Na území leží i stejnojmenná vesnice založená jako jedna z prvních v polovině 16. století ve Venezuele. Prostředkem ochrany je známka *appellation of origin*, kterou vlastní družstvo Campesina sdružující na stovku farmářů pracujících na dané plantáži. Znamka zajišťuje použití názvu Chuao pouze pro kakaové boby a výrobky z daného území. Hlavním obchodním

partnerem Campesiny je italský výrobce čokolády Amedei s. r. l. of Italy. Díky tabulce čokolády s názvem Chuao získal mnohá ocenění kvality. [44]

Vzhledem k tomu, že single estate tabulky čokolád jsou vyráběny zpravidla v omezeném množství, uvádí se na obalu každého kusu pořadové číslo (např. u značek Amedei, Valrhona).

2.3 ČOKOLÁDOVÝ PRŮMYSL

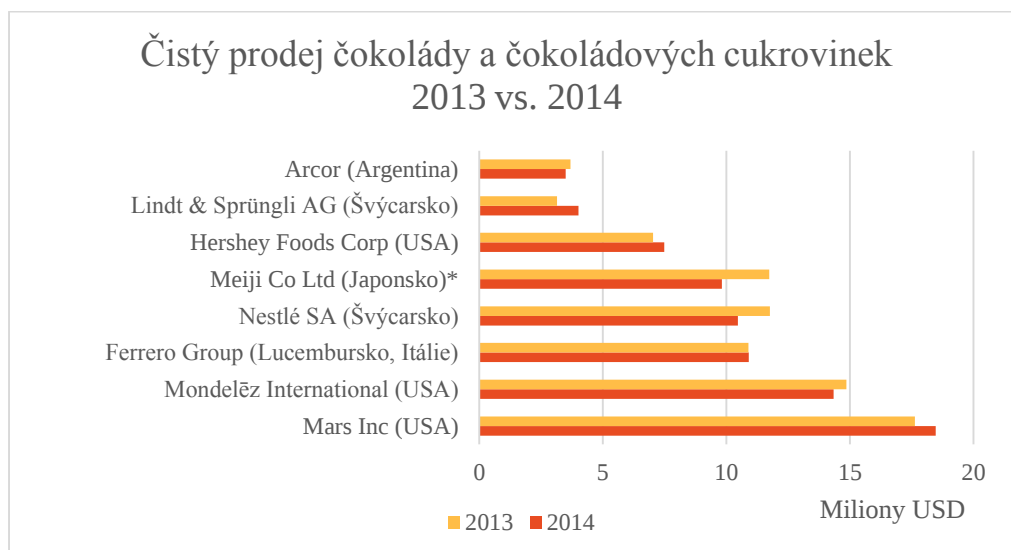
Čokoládový průmysl zastřešuje i výrobu čokolády a čokoládových cukrovinek. Výrobu čokolády zahajují menší i nadnárodní společnosti kakaovou hmotou. Tu si nechávají dovážet z největších pěstitelských zemí, Pobřeží slonoviny a Ghany, prostřednictvím hlavních zpracovatelských společností ADM nebo Cargill. Jedná se tedy o hmotu z bulk kaka. Příkladem je švýcarská společnost Nestlé SA. Naopak společnosti, které vyrábějí zpravidla výrobky s čokoládou, odebírají couverture. Jejím hlavním dodavatelem je švýcarská společnost Barry Callebaut. Od ní si dováží americká společnost Mondeléz. Tímto způsobem se vyrábějí **běžné čokolády** a čokoládové cukrovinky. Mezi běžné výrobce čokolády a čokoládových cukrovinek se řadí i švýcarská společnost Lindt & Sprüngli AG, která se profiluje po marketingové stránce jako prémiová, avšak ve skutečnosti tomu tak není. Společnost totiž při standardní výrobě využívá zpracované kakaové boby běžné kvality (bulk) exkluzivně z Ghany, tak prémiové kvality (fine a flavour) z Jižní Ameriky, Madagaskaru a Karibiku. [45]

Prémiové čokolády se tímto způsobem nevyrábí. Jejich výroba začíná již zpracováním kakaových bobů. **Prémiová čokoláda** se odlišuje od běžně vyráběné v pěti základních oblastech; v původu kakaových bobů a jejich zpracování, v postupu a objemu výroby čokolády, v kvalitě přidaných ingrediencí nečokoládového původu, v odborné znalosti čokolatiéra (osoba vyrábějící čokoládu) a v umělecké prezentaci hotového produktu. Pro výrobu prémiové čokolády jsou použity pouze fine a flavour kakaové boby z jedné oblasti či země (nejsou tedy míchány s jinými co do původu ani kvality), které sami zpracovávají, od pražení kakaových bobů počínaje. Na jejich pěstování výrobci dohlíží a udržují s pěstiteli úzké vztahy. Některé společnosti kakaové plantáže vlastní (Domori), jiné pouze nakupují kakaové boby (Amedei). Takto vyrobené čokoládě v malém objemu či procesu jejího vzniku se říká **bean-to-bar**, v doslovném překladu „od bobu k tabulce“. V neposlední řadě jsou v čokoládě použity pouze přírodní ingredience, čímž je míněno, že kakaové máslo není nahrazeno jiným (rostlinným) tukem a nečokoládové ingredience jsou velmi kvalitní (např. lískové oříšky z italského Piemontu). Čokoláda tedy neobsahuje žádná umělá barviva, vůně, konzervační látky apod. [46]

2.3.1 HLAVNÍ VÝROBCI ČOKOLÁDY

Každý rok zveřejňuje internetový portál a časopis *Candy Industry* seznam 100 největších výrobců čokolády a čokoládových cukrovinek na světě. Srovnávacím kritériem je hodnota čistého prodeje za daný rok. Níže uvedený graf porovnává osm společností v letech 2013 a 2014 na základě dat z ICCO.

Graf 6: Přehled hlavních výrobců čokolády dle výše čistého prodeje 2013-2014



Zdroj 8: Vlastní zpracování na základě dat z ICCO [48]

V obou letech se nejlépe umístily americké společnosti; na prvním místě **Mars Inc.** (výrobce M&M's, Snickers a Twix) a na druhém **Mondelēz International Inc.** (výrobce Milky a Cadbury). Hodnota čistého prodeje Mars Inc. v roce 2014 činila 18,48 mld. USD, což znamenalo 5% navýšení oproti předešlému roku. U Mondelēz International Inc. došlo naopak ke 4% snížení na 14,34 mld. USD. Ze čtvrtého místa na třetí se v roce 2014 posunula italsko-lucemburská společnost **Ferrero Group** (10,91 mld. USD), která se stala známou díky Kinder čokoládě a Nutelle. Švýcarská společnost **Nestlé SA** (výrobce Kitkat a čokolády Perugina) klesla z původně třetího místa na čtvrté o 12 % na 10,46 mld. USD. Mezi další výrobce patří japonská společnost **Meiji Co Ltd.** (9,8 mld. USD), americká společnost **Hershey Foods Corp** (7,5 mld. USD) a švýcarská společnost **Lindt & Sprüngli AG** (4 mld. USD). Na posledním místě se umístil argentinský výrobce **Arcor** (3,5 mld. USD). [47]

2.3.2 VÝROBCI PRÉMIOVÉ ČOKOLÁDY

Prémiovou čokoládu vyrábějí zpravidla malé rodinné společnosti, jejichž produkty jsou k dostání ve specializovaných obchodech. K světově nejznámějším patří Amedei, Bonnat, Michel Cluizel, Domori, El Rey, Original Beans, Pierre Marcolini a Valrhona. V České republice provozuje vlastní pražení kakaových bobů a celou výrobu čokolády pouze jedna společnost, **Jordi's Chocolate**. **Amedei** (1998) je italský výrobce čokolády, který se proslavil hořkou tabulkovou čokoládou Chuao a Porcelana. Tabulka jsou vyráběny z kakaových bobů Criollo v omezeném množství asi 20 000 ks za rok a každý kus je označený pořadovým číslem. Francouzská společnost **Bonnat** (1884) je nejstarší čokoládovna v Evropě. Zasloužila se o výrobu první hořké tabulkové čokolády a používání pojmu *vintage* v souvislosti s čokoládou (1994). **Michel Cluizel** (1948) je rodinná francouzská čokoládovna známá sadou pěti čokolád pojmenovaných dle různých plantáží odkud pochází kakaové boby (Mexiko, Sv. Dominik, Sv. Tomáš, Madagaskar, Papua Nová Guinea). Italská společnost **Domori** (1997) včele s jejím zakladatelem se zasloužila o obnovení tradice pěstování kakaovníků Criollo. **El Rey** (1929) se sídlem ve Venezuele patří k nejstarším čokoládovnám v Latinské Americe. Vzhledem ke své poloze vyrábí čokoládu pouze z kakaových bobů vypěstovaných ve Venezuele. Německá společnost **Original Beans** (2006) se podílela na založení nové plantáže kakaovníků Criollo (Porcelana) v Peru. **Pierre Marcolini** (1995), belgický výrobce čokolády, byl označen již v době otevření prvního obchodu světovým šampionem v oboru cukrářství. Marcolini se specializuje na výrobu plněných bonbonů a single origin čokolády. Poslední zmíněnou je **Valrhona** (1924). Tato francouzská společnost proslavila zavedením single estate výrobků s označením Grand Cru pro odborníky a posléze pro veřejnost. [13 s. 26-29]

Na podporu odvětví výroby prémiové čokolády a čokoládových výrobků byla založena **Asociace prémiového čokoládového průmyslu** (*Fine Chocolate Industry Association, FCIA*). Jedná se o mezinárodní neziskovou organizaci, která umožňuje svým členům se vzájemně setkávat a ovlivňovat se. [48] Organizace sdružuje 220 členů, drobných výrobců prémiové čokolády převážně z USA. Mezi členy patří i americká pobočka francouzské společnosti Valrhona. [49]

2.3.3 MEZINÁRODNÍ OCENĚNÍ KVALITY

Prémiové čokolády a bonbony jsou posuzovány a hodnoceny na prestižních mezinárodních soutěžích *Academy of Chocolate* a *Great Taste*.

Academy of Chocolate je britská organizace, založená v r. 2005 několika britskými experty z oblasti čokoládového průmyslu za účelem propagace širšího povědomí o odlišné kvalitě mezi běžnými a prémiovými výrobky. Organizace si stanovila tři hlavní cíle svého působení. Prvním cílem je povzbuzení konzumentů čokolády, aby se více zajímali o více než jen údaje na obalu a poznali skutečně kvalitní čokoládu. Druhým cílem je zlepšení standardů a informovanosti o čokoládě ve Velké Británii skrze porozumění charakteru ingrediencí použitých v hotovém čokoládovém výrobku. Třetím a zároveň posledním cílem je povzbuzení k transparentnosti pěstování kakaových bobů v podmínkách sociální spravedlnosti a ochrany životního prostředí. [50] Dle akademie musí prémiová hořká čokoláda obsahovat nejméně 60 % kakaové sušiny a mléčná nejméně 30 % kakaové sušiny. [51] Téměř každý rok uděluje ocenění v podobě (zlaté, stříbrné, bronzové) sochy kakaového bobu v různých kategoriích.¹² Oceněné výrobky automaticky získávají i ochrannou známku kvality AoC, která se později umísťuje na jejich obal. V r. 2015 získaly ocenění čokoládové výrobky společnosti mezi jinými Domori, Jordi's, Michel Cluizel a Original Beans.

Great Taste je světově největší a nejuznávanější ocenění kvalitních potravin a nápojů již od r. 1994. Více než 450 expertů z daného oboru (šéfkuchaři, nákupčí, atd.) každoročně hodnotí výrobky na základě slepých testů. Oceněné výrobky se označují logem Great Taste a počtem hvězd (1-3), přičemž tři hvězdy získají chuťově nejlepší výrobky. [52] V r. 2015 byla v kategorii tabulkové čokolády oceněna mezi jinými společnost Original Beans dvěma hvězdami.

Kromě výše zmíněných soutěží zaměřených na čokoládu se koná mezinárodní soutěž kvality a jakosti kakaových bobů *International Cocoa Awards*.

¹² Jedná se o kategorie: hořká čokoláda s obsahem do 80 % kakaové sušiny, hořká čokoláda s obsahem nad 80 % kakaové sušiny, čokolády s příchutí, mléčné čokolády do 45 % kakaové sušiny, mléčné čokolády nad 45 % kakaové sušiny, ochucené mléčné čokolády, neochucených lanýžů z hořké a mléčné čokolády, plněné čokolády (bez příchutě, s ovocem, s kořením a bylinkami, s alkoholem, s ořechy, s karamellem, ostatní), čokoláda pro přípravu nápoje, tyčinky a bonboniéry.

2.4 SVĚTOVÝ TRH ČOKOLÁDY A MEZIPRODUKTŮ

Světový trh se zpracovanými kakaovými boby v podobě meziproduktů (kakaové hmoty, kakaového másla a kakaového prášku) či výsledného produktu, čokolády, neustále vzkvétá. Nejvíce se spotřebovává čokoláda, a proto se s ní nejvíce obchoduje. V období let 2001-2014 tvořil trh s čokoládou nadpoloviční podíl na trhu se zpracovanými kakaovými boby. Z meziproduktů se nejvíce obchoduje s kakaovou hmotou.

Graf 7: Vývoj světového exportu meziproduktů a čokolády v letech 2001-2014

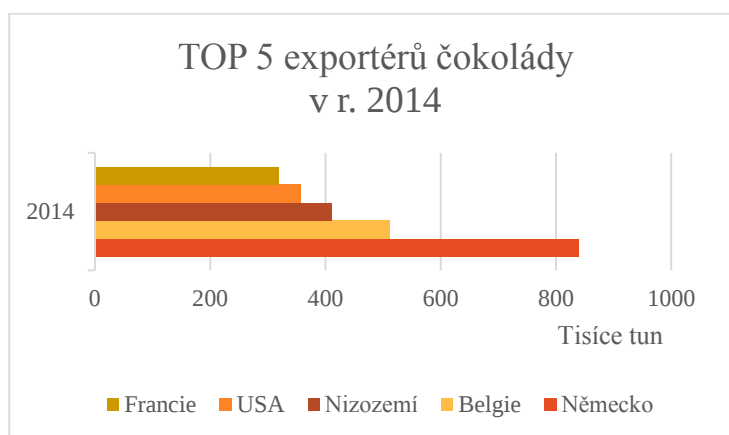


Zdroj 9: Vlastní zpracování na základě dat z ITC [28] a FaoStat [19]

Celkové exportované množství meziproduktů a čokolády v r. 2014 dosahovalo 8 081 548 tun, z toho 68 % tvořil export čokolády (5 453 694 t) a zbytek tj. 2 627 854 t meziprodukty. Množství exportovaných meziproduktů je vyrovnané a pohybuje se mezi 810-910 00 t. Největší relativní změny dosáhl export **kakaové hmoty** (o 119 %). K hlavním exportérům patří Pobřeží slonoviny, Nizozemí, Ghana, Indonésie a Německo. V r. 2014 na prvním místě bylo Pobřeží slonoviny s 214 343 t, což odpovídá 24 % celkovému exportu. Druhým největším vývozcem je Nizozemí (165 289 t) a třetím Ghana (108 248 t). Co se týče vývozu **kakaového másla**, tomu dominuje Nizozemí, které si svoji pozici stabilně udržuje již od r. 2001. V roce 2014 představoval export z Nizozemí 234 001 tun, tj. o 27 % více než v roce 2001. Dalšími významnými exportéry jsou asijské země, Malajsie (102 765 t) a Indonésie (99 483 t), které zaznamenaly průměrný růst 169 % oproti r. 2001. Pětici největších exportních zemí uzavírají Pobřeží slonoviny (89 689 t) a Německo (73 552 t). **Kakaového prášku** se vyváží nejmenší množství. V r. 2014 se vyvezlo pouze 813 460 t, přičemž 29 % zajistilo opět Nizozemí, 12 % Malajsie a 11 % Německo. Dalšími významnějšími exportními zeměmi jsou Španělsko a

Indonésie. Jak již bylo výše uvedeno, **trh čokolády** je dvakrát větší než trh s meziprodukty. V období let 2001-2014 dominuje trhu s čokoládou Evropa. Velikost trhu je 5 453 694 t. Největší podíl na vývozu čokolády má Německo, v r. 2014 dosáhlo 15 %, což odpovídá 839 856 t. Jedná se o téměř dvojnásobné navýšení oproti r. 2001. Na druhém místě se umístila Belgie s 511 852 t následovaná Nizozemím (411 568 t). Čtvrté místo obsadilo USA (356 808 t) a páté Francie (318 245 t). Níže uvedený graf znázorňuje vývoj exportu čokolády včetně podílu vybraných zemí.

Graf 8: TOP 5 největších světových exportérů čokolády v r. 2014

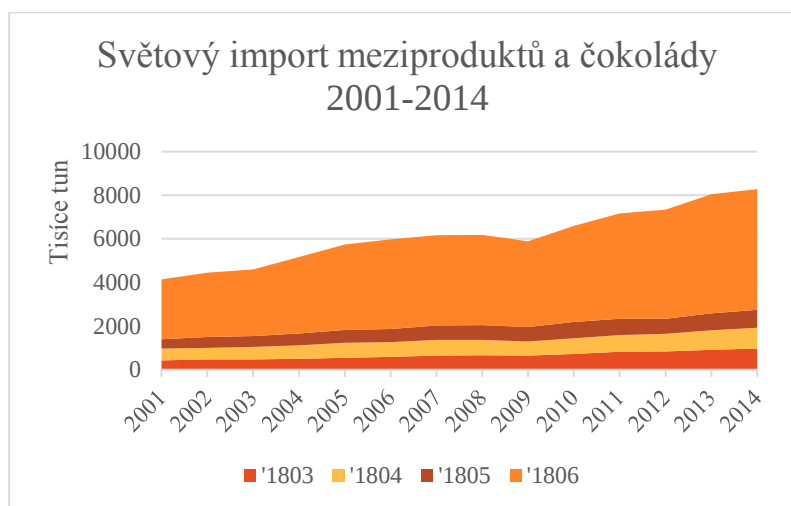


Zdroj 10: Vlastní zpracování na základě dat z ITC [29] a FaoStat [19]

Souhrnná hodnota importovaných meziproduktů (kakaové hmoty, kakaového másla a kakaového prášku) a čokolády pro r. 2014 činí 8 284 057 t, z čeho 67 % tvoří import čokolády. Pokud bychom měli porovnat výši exportu s importem, světový import mírně převyšuje světový export o 2 %. Jako u exportu i v importu dosáhla **kakaová hmota** největší relativní změny 123 %. Importu kakaové hmoty v r. 2014 vévodí evropské země a USA. Na prvním místě se umístilo Nizozemí (124 195 t) následované Německem (116 541 t), Francií (106 581 t) a USA (73 976 t). Pětici uzavírá Španělsko (69 301 t). Většinu importu kakaové hmoty Nizozemí obstarávají pěstitelské země Pobřeží slonoviny a Ghana. Naopak Německu Nizozemí a až poté Pobřeží slonoviny a Indonésie. Francie dováží předně ze zmíněného Pobřeží slonoviny, Nizozemí a Německa. **Kakaového másla** se celkem dovezlo 956 655 t. Pět největších importérů jej tvořilo z 52 %. Jedná se o Německo (155 051 t), USA, Nizozemí, Belgii a Malajsii. Německo jej dováží přednostně z Nizozemí, Indonésie a Číny. Naopak USA jej dováží z Indonésie a Malajsie. **Kakaový prášek** se v porovnání s ostatními artikly tradičně dováží v nejmenším množství. V r. 2014 celkový import činil 830 025 t. Dovoze kakaového prášku vévodí USA (102 624 t) následované evropskými zeměmi (Německem, Nizozemím, Francií; celkem 170 403 t) a Ruskou federací (39 729 t). Významný dovozcem je i v pořadí umístěná

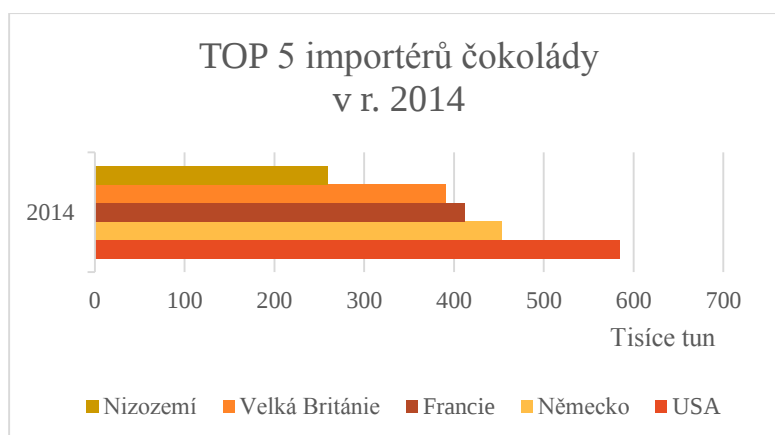
šestá Čína (37 146 t). USA dováží zejména z Nizozemí, Španělska a Malajsie, odkud dováží největší množství kakaové prášku Čína. Celkové množství dovezené **čokolády** dosahovalo 5 528 418 t a relativně se změnilo o 102 % oproti hodnotě v r. 2001. Dovoze čokolády se účastní zejména USA a Evropa. Množství dovezené čokolády do USA činí 583 992 t a představuje tak 11% podíl na celkovém importu. Nejvíce dováží z Kanady (52 %), Mexika a Německa. Importu čokolády v Evropě dominuje Německo (452 398 t), které dováží čokoládu z jiných západoevropských zemí (Belgie, Nizozemí a Švýcarska). Na druhém místě se umístila Francie (412 140 t), která rovněž dováží z Evropy, a to z Belgie, Německa a Itálie. Třetí největší evropský importér je Velká Británie (390 662 t). Nejvíce importuje z Německa, Polska a Francie. Poslední významným evropským importérem je Nizozemí (258 937 t).

Graf 9: Vývoj světového importu meziproduktů a čokolády v letech 2001-2014



Zdroj 11: Vlastní zpracování na základě dat z ITC [29]

Graf 10: TOP 5 největších importérů čokolády v r. 2014

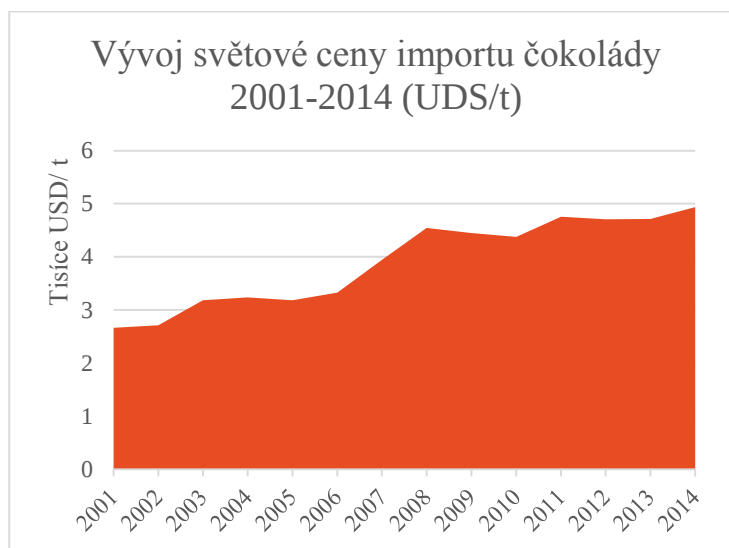


Zdroj 12: Vlastní zpracování na základě dat z ITC [29]

2.4.1 VÝVOJ CENY ČOKOLÁDY

Cena čokolády se odvíjí od ceny hlavní ingredience, kakaá. Vzhledem k tomu, že cena kakaá v poslední dekádě výrazně stoupala, ovlivnila i cenu čokolády. Její vývoj lze sledovat na jednotkové ceně importovaného množství čokolády (USD/t), která určuje jako podíl hodnoty importovaného množství (USD) na celkovém množství (t) ve světovém měřítku.

Graf 11: Vývoj jednotkové ceny importu čokolády ve světovém měřítku 2001-2014

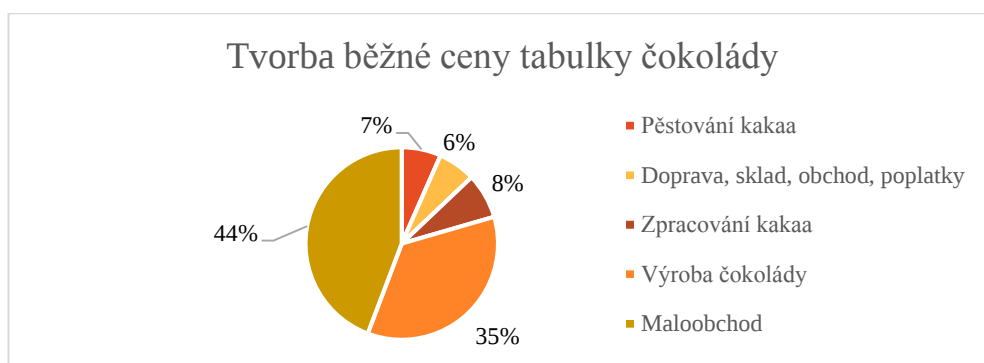


Zdroj 13: Vlastní zpracování na základě dat z ITC [29]

Z grafu je zřejmé, že jednotková cena čokolády zaznamenává stoupající trend mezi lety 2001-2014. V roce 2001 byla jednotková cena 2 663 USD/t a postupně stoupala. Skokově se zvýšila mezi lety 2006-2008 z 3 324 USD/t na 4 543 USD/t (relativní změna 37 %). V r. 2014 hodnota kulminovala na 4 935 USD/t, což představovalo téměř dvojnásobné zvětšení oproti r. 2001.

Konečná cena hotového čokoládového výrobku, např. tabulkové čokolády, je tvořena akumulací nákladů na vypěstování kakaá, jeho dopravu, sklad a obchodování, na které navazuje zpracování, výroba čokolády a prodej v maloobchodním řetězci. Z následujícího grafu je patrné, že doprava, sklad a obchod se podílí nejmenší částí, tj. 6 % z celkové ceny. Pěstování a zpracování kakaá tvoří 15 %. Naopak největší procentuální podíl patří maloobchodním řetězcům (44 %) a výrobcům čokolády (35 %).

Graf 12: Způsob tvorby ceny běžné tabulky čokolády



Zdroj 14: Vlastní zpracování na základě dat z ICCO převzatých ze studie Cocoa Barometer [32]

Na situaci zvýšené cenové hladiny reagují výrobci čokolád různými způsoby, aby si zachovali velikost marže na jednotlivých výrobcích. Prvním z nich je zavedení menších balení tabulkových čokolád (např. 50 g místo 100g) a větší balíčky (*sharing bags*) obsahující jednotlivě zabalené kusy. Balíčky se totiž na první pohled zdají levnější než tabulky čokolády. Není to však pravda. V Evropě stojí balíček 16 USD/kg v porovnání s tabulkou čokolády za 13 USD/kg, což odpovídá 25 % rozdílu v cenách. Příkladem úspěšného zavedení změny je Lindt & Sprüngli AG (*Lindt Lindor*). Druhý způsob je snížení poměru kakaových součástí na úkor jiných ingrediencí jako např. mléka, sušenek, karamelu apod. Tím se sníží se dopad pohyblivosti cen kakaa a čokolády. Příkladem zavedení této změny je Mondelez International (*Milka Oreo*). Třetí variantou je výroba a následně výroba speciálních výrobků a jejich propagace mezi širší veřejností, ne pouze odbornou. Příkladem je opět Lindt & Sprüngli AG (*Lindt Excellence*). Poslední možností je získání certifikace spojené se sociální odpovědností či dlouhodobě udržitelným pěstováním kakaa. Mezi ně se řadí ochranné známky Fair Trade, Rainforest Alliance a UTZ Certified. Ačkoli je certifikace poměrně drahou záležitostí, napomůže zdůvodnit vyšší maloobchodní ceny. [17]

2.4.2 PRÉMIUMIZACE ČOKOLÁDY

„*Prémiumizace vytvořila most mezi touhou po světě luxusu a potřebami běžného trhu.*“ [53] Jedná se o způsob, jakým běžní výrobci přidávají hodnotu svým výrobkům a přitom zdůrazňují jeho kvalitu a jedinečnost za dostupnou cenu, čímž se výrazně odlišují od své konkurence. Tento trend vznikl již v 90. letech 20. století uvedením značky Tesco Finest na běžný trh a pokračoval zahájením prodeje super prémiové vodky Grey Goose. [53] Postupně se rozšířil napříč trhem s nápoji a potravinami. Trend postihl nejen již existující značky a výrobky, ale podnítila vznik nových. Příkladem prémiumizace nápojů jsou minerální vody (např. *Evian*). Příkladem prémiumizace potravin jsou výrobky respektující zdravý životní styl,

dietní režimy a potravinové alergie (např. energetické tyčinky *Livebar*). V posledních letech se trend uchytil i mezi běžnými výrobci čokolády a čokoládových cukrovinek (např. *Lindt & Sprüngli*, *Nestlé*) a nyní nabírá čím dál tím většího významu. Mnoho společností proto mění své marketingové strategie.

Jak vypadají prémiumizované čokolády a čokoládové cukrovinky? V podstatě jednoduše, protože už svým balením upoutávají pozornost a vyvolávají pocit něčeho speciálního. Tyto výrobky spojují určité vlastnosti, tj. líbivé balení navozující exkluzivitu (v barvách bílé, zlaté, červené či černé), na obalu zdůrazněný původ kakaa včetně množství kakaové sušiny, použití expresivních přídavných jmen (prémiová, luxusní, kvalitní), vyšší cena než běžně prodávané výrobky téže kategorie a image vlastní zavedené značky. Některé společnosti svoji komunikaci na venek umocňují otevřením vlastních butiků (např. *Lindt & Sprüngli*). Jedná se však stále o běžnou čokoládu vyráběnou ve velkém, která se dá zakoupit v běžných maloobchodních řetězcích.

Jedním z příkladů první prémiumizace čokolády je švýcarská společnost *Lindt & Sprüngli*, která koncem 80. let uvedla na trh tabulku čokolády *Lindt Excellence*. [54] V poslední dekádě počet zákazníků vyhledávajících prémiové výrobky významně stoupal, a proto se i další společnosti rozhodly vydat stejným směrem. Vstupují tak na dosud malý trh, který svými aktivitami zvětšují. Alessandro Rigoni, výkonný obchodní manažer *Nestlé* řekl *ConfectioneryNews*, že „se [proto] současná prémiovost stane v budoucnosti běžnou záležitostí.“ [55] Příkladem je společnost *Nestlé*, která nedávno zveřejnila plány na výrobu čokolády z kakaových bobů v Ekvádoru.¹³ Týká se to i největší plantáže fine a flavour kakaa v Ekvádoru *Hacienda Victoria*. [56] [57]

Mezitím *Nestlé* oznámilo vstup své švýcarské značky *Cailler* na mezinárodní trhy prostřednictvím internetových obchodu *Amazon* v Číně, Německu, Velké Británii a USA. Historie značky sahá až do konce 18. století a dle *Nestlé* se jedná o nejstarší dosud fungující švýcarskou čokoládovnu. [58] Možná i proto si vybudovala silnou image a je vnímána jako prémiová, přestože tomu tak není. Společnost totiž nikdy neuvádí, že by používala fine a flavour kakaové boby, pouze se zmiňuje o odběru běžných kakaových bobů z Pobřeží slonoviny. [59]

¹³ V souvislosti s rostoucí poptávkou po fine a flavour kakau se v Ekvádoru investovalo do rozvoje plantáží. Díky tomu se stal největším producentem a exportérem fine a flavour kakaa na světě a těší se velkého zájmu ze strany nadnárodních společností (*Nestlé*, *Mars*, *Lindt & Sprüngli*, *Barry Callebaut*). [55]

2.5 SPOTŘEBA ČOKOLÁDY VE SVĚTĚ

Ze všech kontinentů na světě se čokoláda nejvíce spotřebovává v Evropě. Její konzumace má zde totiž nejdelší tradici, která sahá až do období objevení Ameriky. Následující graf ukazuje deset zemí světa v největší spotřebou čokolády přepočtených v kg/os. v r. 2012. Žebříčku vévodí na prvním místě Švýcarsko s 12 kg na obyvatele. Druhé se umístilo Irsko s 10 kg a třetí Velká Británie s 9,5 kg na obyvatele. K dalším významným evropským konzumentům patří Rakousko, Belgie, Německo, Norsko a Dánsko, jejichž spotřeba se pohybuje mezi 7,7-9 kg na obyvatele. Jediným státem mimo Evropu, který byl zařazen do žebříčku, je Kanada s 6,4 kg na obyvatele. Poslední zemí je Francie.

Graf 13: 10 zemí světa s největší spotřebou čokolády (kg/os.)

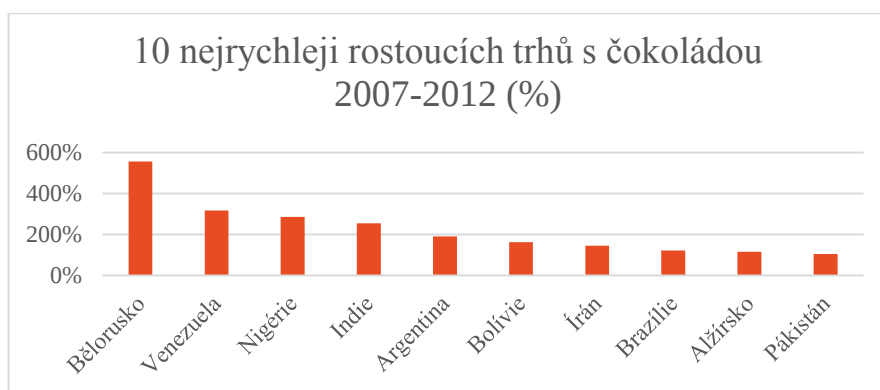


Zdroj 15: Vlastní zpracování na základě dat z Luxuo [60]

Ačkoli západní Evropa dominuje spotřebovanému množství čokolády, její trh s čokoládou v této oblasti nepatří k nejrychleji rostoucím. Mezi nejrychleji rostoucí trhy se řadí převážně rozvojové země se silícím průměrným příjmem na osobu. Ten jim dovolí nakupovat a konzumovat více čokolády než předtím. Má to však své rizika, protože jejich spotřeba přímo závisí na výši příjmu. Proto v těchto zemích najdeme převážně běžně prodávanou čokoládu a čokoládové cukrovinky. Pro prémiové značky jsou tyto trhy příliš riskantní, bez záruky stabilního prodeje. [61]

Následující graf ilustruje deset nejrychleji rostoucích čokoládových trhů světa v letech 2007-2012. První místo obsadilo Bělorusko. Během pěti let se konzumace v této východoevropské zemi zvýšila o 500 %. Na druhém místě je Venezuela s růstem 318 %, třetí místo patří Nigérii s meziročním růstem 286 %. Dalším významným trhem je Indie (255 %).

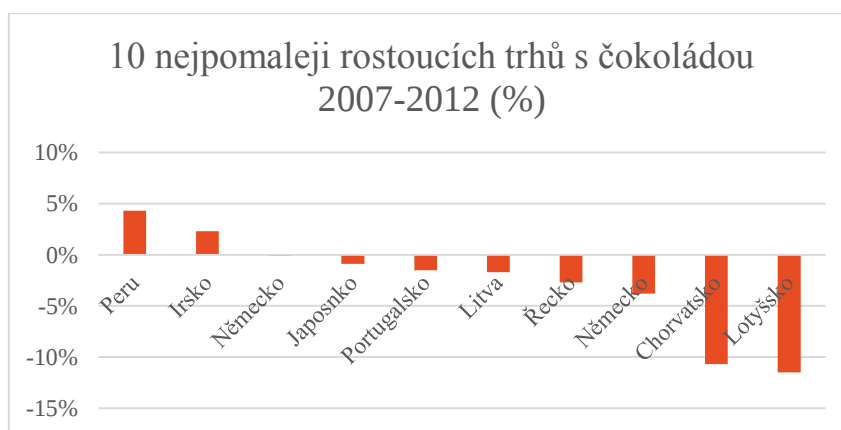
Graf 14: TOP 10 nejrychleji rostoucích trhů čokolády 2007-2012



Zdroj 16: Vlastní zpracování na základě dat z Confectionery News [62] použitá KPMG [70]

V protikladu nejrychleji rostoucím trhům rozvojových ekonomik stojí konzervativní trhy v zemích Evropy a v Japonsku. V Lotyšsku se trh s čokoládou propadl na nejnižší úroveň o 12 %. Další země, které zaznamenaly schodek, jsou Chorvatsko (- 11 %), Dánsko (- 4 %), Řecko (- 3 %), Litva s Portugalskem (- 2 %) a Japonsko (- 1 %). Spotřeba v Německu stagnuje. Minimální růst spotřeby byl zaznamenán v Irsku (2 %) a Peru (4 %). Vše ilustruje níže uvedený graf.

Graf 15: 10 nejpomaleji rostoucích trhů čokolády 2007-2012



Zdroj 17: Vlastní zpracování na základě dat z Confectionery News [62]

3 ANALÝZA SPOTŘEBY ČOKOLÁDY V ČR

V návaznosti na rozšiřující se trend zdravého životního stylu, specifických dietních režimů tím i na transparentnost jejich původu. Poslední kapitola práce analyzuje spotřebu čokolády v České republice se zaměřením na situaci v r. 2015 a zároveň zjišťuje, do jaké míry byla spotřeba výše uvedenými trendy ovlivněna. Kapitola vyústí vlastním výzkumem na základě dotazníku zaměřeného na spotřebu tabulkové čokolády v České republice.

3.1 ČOKOLÁDOVÝ PRŮMYSL V ČR

Výroba čokolády v České republice sahá až do první poloviny 19. století. Navazuje tak na dlouhou tradici pekařského a cukrářského řemesla. Převážná většina závodů na výrobu čokolády a čokoládových cukrovinek vznikla do 1. světové války. Poté se jejich výroba vzhledem k nedostatku surovin změnila a podstatně snížila. Po 2. světové válce se situace zlepšila, avšak nástupem komunismu mnoho závodů zaniklo. Některé však dodnes fungují díky akvizicím nadnárodními společnostmi jako např. Nestlé či Mondeléz. Mezi nejznámější závody patří Zora Olomouc (Nestlé Česko), kde se vyrábí čokoládové výrobky značky Orion. [5]

V závislosti na charakteru společností se zahajuje výroba zpracováním kakaových bobů (pražením), couverture nebo kakaovou hmotou. Jediná společnost, která si nechává dovážet kakaové boby a vyrábí čokoládu způsobem bean-to-bar, je Jordi's. Příkladem společnosti, která zahajuje výrobu kakaovou hmotou, je česká pobočka nadnárodní společnosti Nestlé a česká společnost Carla. Menší společnosti jako Pražská čokoláda, BON BON nebo Gold Pralines zahajují výrobu couverture. [4]

3.1.1 HLAVNÍ VÝROBCI ČOKOLÁDY V ČR

Českému čokoládovému průmyslu v současnosti dominují nadnárodní společnosti. Šest nejsilnějších společností na českém trhu v r. 2015 se podílí na spotřebě z 81 %. Z hlediska procentuálního podílu na maloobchodních prodejkách v r. 2015 patří první místo společnosti **Nestlé Česko** (42 %). Její úspěch je založen na silné značce Orion s dlouhou tradicí, kterým je konzervativní český spotřebitel věrný. Značka Orion je totiž v porovnání s ostatními značkami výrazně nejprodávanější v České Republice (36 %). Ačkoli se podíl společnosti Nestlé Česko se od r. 2010 zmenšil o 1 % na úkor druhého největšího hráče, **Mondeléz Czech Republic**, jeho pozice je velmi stabilní. Podíl Mondeléz Czech Republic je téměř pětinný (19 %), a to obzvláště díky silným značkám v jeho portfoliu (Milka, Figaro). Výrobky značky Milka a Figaro jsou druhé a třetí nejprodávanější na českém trhu s podílem 8 % a 7 % v tomto pořadí. Třetí místo patří české pobočce **Ferrero Česká** (11 %), jehož přední značkou je Kinder

Surprise. Po značce Lentilky (Nestlé) je druhým nejprodávanějším výrobkem cíleným na děti. Další významnou společností na českém trhu je původem německá společnost **Storck Česká republika** (5 %), následovaná **Mars Czech** (4 %) a **Lindt & Sprüngli (Czechia)**, (3 %). Společnost Perfetti Van Melle Czech Republic, výrobce čokolád Ritter Sport, dosahuje téměř 1% podílu. Nejrychleji rostoucí společností v letech 2010-2015 byla Lindt & Sprüngli (Czechia), která zvýšila své prodeje o 5 % a tím i zlepšila svoji pozici na českém trhu. [63]

3.1.2 PRÉMIOVÍ VÝROBCI ČOKOLÁDY V ČR

V České republice existuje pouze jedna společnost, kterou lze zařadit mezi prémiové a bean-to-bar. Jedná se o **Jordi's Chocolate** (2012) se sídlem v Hradci Králové. Vzhledem k tomu, že se jedná o drobnou, ryze českou manufakturu, nelze ji zařadit mezi největší výrobce. Jejich výrobky jsou distribuovány především ve specializovaných obchodech s farmářskými potravinami (např. Sklizeno) či čokoládou (např. Čokoláda.cz) po celé republice. Na druhou stranu se začíná manufaktura dostávat do širšího povědomí veřejnosti. Svůj významný podíl na její propagaci mělo video zveřejněné na konci října 2015 na Internetu, které zaznamenalo více než 230 000 zhlédnutí. [64] Poté se zvedla vlna překvapivě velkého zájmu ze strany spotřebitelů, která vyústila ve veřejné oznámení společnosti na oficiálních stránkách, že jejich kapacita neumožňuje vyrobit více čokolády, takže „*od 1. 12. 2015 není již možné dodat objednané zboží do Vánoc.*“ [65] Situaci nárazově velkého zájmu o čokoládu Jordi's Chocolate mi potvrdila i Šárka Robinson z Čokoláda.cz, internetového obchodu specializovaného na prodej prémiových a bean-to-bar čokolád a výrobků s ní spojených. Podle ní se „*s čokoládami Jordi's roztrhl pytel*“. [67]

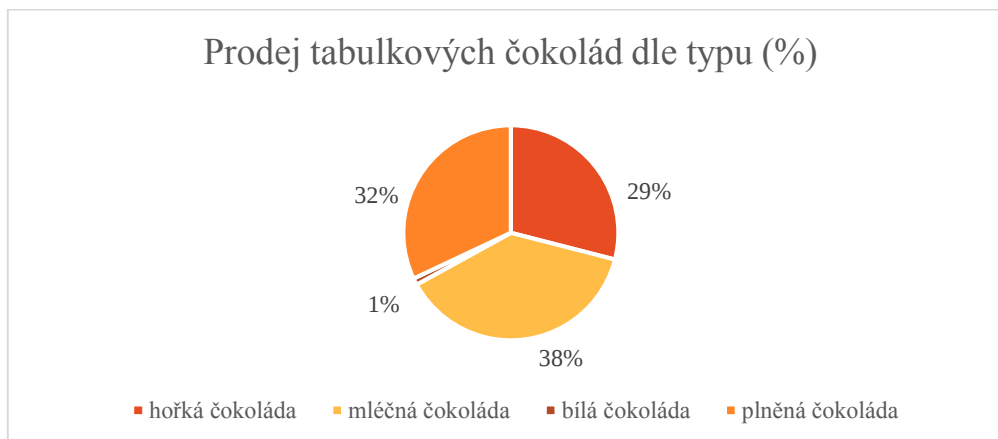
3.2 SPOTŘEBA ČOKOLÁDY V ČR

Česká republika je pomalým, avšak mírně rostoucím trhem čokolády. V r. 2015 se spotřebovaly čokolády a čokoládové cukrovinky v hodnotě 12,9 mld. Kč. Většina (87 %) prodejů je uskutečněna v běžných maloobchodních řetězcích, menšina (11 %) pak ve specializovaných obchodech. To jen potvrzuje silné postavení nadnárodních společností na českém trhu a citlivost českých spotřebitelů na cenu. Výrobky prodávané ve speciálních obchodech jsou totiž zpravidla kvalitnější, ale dražší než v řetězcích a zpravidla se nenabízí ve slevě. Množství prodaného zboží čokolády a čokoládových cukrovinek je zpravidla přímo úměrné množství promočních akcí a výši slev. S tím souvisí i fakt, že čeští spotřebitelé jsou konzervativní a věrní k značkovým výrobkům, na jejichž nízkou cenu si rádi počkají. [63]

Z pohledu skupin výrobků se v letech 2010-2015 mezi jinými druhy výrobků (bonboniéry, sezónní čokoláda, apod.) nejdynamičtěji zvýšil prodej tabulkových čokolád

(o 4 %). Hlavním trendem, který převažuje v této kategorii, je zvýšená poptávka po hořké tabulkové čokoládě s vysokým obsahem kakaá. Příčinou je šíření stylu zdravého stavování, které se projevuje větším zájmem o složení, kvalitu a energetickou hodnotu výrobků. Ačkoli se poptávka po hořké tabulkové čokoládě zvyšuje a nyní dosahuje 29% tržního podílu, mléčná tabulková čokoláda zůstává stále nejoblíbenější (38% podíl). Významný tržní podíl mají i plněné tabulky (32 %). Naopak podíl bílé tabulkové čokolády je velmi malý (1 %). [63]

Graf 16. Prodej tabulkových čokolád v ČR dle typu (v %)



Zdroj 18: Vlastní zpracování na základě dat z Euromonitor International [63]

Zvýšený prodej hořké tabulkové čokolády s vyšším procentem kakaové sušiny souvisí s větší oblíbeností výrobků společnosti Lindt & Sprüngli, zpravidla tabulek čokolády *Lindt Excellence*. Sortiment tabulkových čokolád je velmi široký a zahrnuje nespočet ochucených čokolád. Přesto zůstávají nejoblíbenějším výrobkem společnosti bonbony Lindt Lindor.

V následujících pěti letech (2015-2020) se očekává, že bude situace na českém čokoládovém trhu ovlivněna připravovanou novelou zákona, kterým se změní zákon č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití. [66] Návrh zákona by měl dopad na snížení vlivu maloobchodních řetězců ve prospěch menších prodejců. Tím se mohou zvýšit ceny a snížit počet promočních akcí čokoládových výrobků. Nicméně se očekává, že do roku 2020 se objem prodaných výrobků zvýší na 14,63 mld. Kč. [63]

3.3 ANALÝZA SPOTŘEBY TABULKOVÉ ČOKOLÁDY V ČR

Na českém trhu s čokoládou v současnosti stoupá zájem spotřebitelů o složení čokolád, zdravý životní styl a kvalitní potraviny. Tyto trendy se odrazily ve zvýšené konzumaci hořké čokolády a tabulkových čokolád. Přesto však nejoblíbenějším typem čokolády zůstává mléčná čokoláda. Vzhledem této situaci, jsem se rozhodla analyzovat spotřebu tabulkové čokolády, zjistit povědomost o prémiových značkách typu *bean-to-bar*.

3.3.1 VÝZKUM A JEHO CÍL

Pro výzkum byl použit dotazník zaměřený na spotřebu tabulkových čokolád a prémiové značky v České republice. Dotazník se šířil elektronickou formou a odpovědělo na něj 200 respondentů. Celý dotazník však vyplnilo pouze 194. Jednalo se o respondenty různého pohlaví a věku. Pro dosažení věrohodnosti jsem se ve výzkumu snažila docílit vyrovnanému poměru mezi muži a ženami (50:50) a mezi čtyřmi věkovými kategoriemi (25:25:25:25).

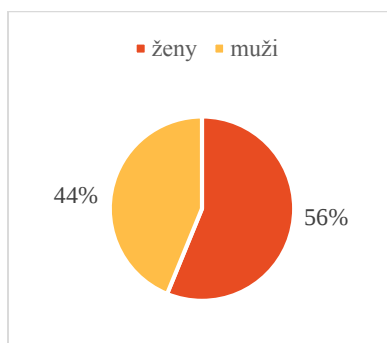
Hypotézy

1. Respondenti dávají přednost mléčné čokoládě, nejoblíbenější značkou tabulkové čokolády je Milka (*Nestlé*).
2. Znalost prémiových značek *bean-to-bar* tabulkové čokolády je nízká.
3. Pojmem *prémiová značka* většina respondentů definuje jako čokoládu s vysokým obsahem kaka.

3.3.2 POPIS A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ

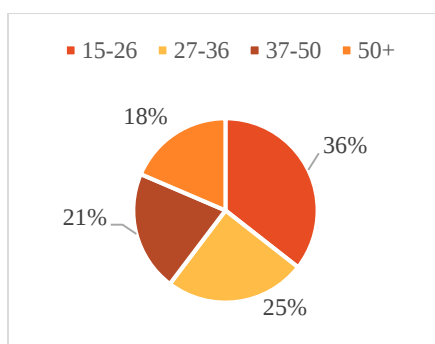
Tato část práce analyzuje odpovědi z šířeného dotazníku. Dotazník byl složen ze 13 otázek, z nichž 2 rozřazovaly respondenty dle pohlaví a věku a zbylých 11 bylo výzkumných. Z celkového počtu výzkumných otázek bylo 9 uzavřeného a 2 otevřeného typu. První otázka třídila relevantní respondenty pro účel dotazníku. Celkový počet dotázaných respondentů bylo 200, z toho však 6 respondentů bylo vyloučeno odpovědí na první otázku. Z počtu 194 relevantních respondentů byly zastoupeny ženy z 56 % a muži ze 44 %. Největší část (36 %) tvořili respondenti ve věku 15-26 let, naopak nejmenší (18 %) respondenti ve věku 50 a více let. Respondenti ve věku 27-36 let a ve věku 37-50 let tvořili v pořadí 25% a 21% podíl na celkovém počtu relevantních respondentů.

Graf 17: Zastoupení respondentů dle pohlaví



Zdroj 19: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Graf 18: Zastoupení respondentů dle věku



Zdroj 20: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 1. – Máte rádi čokoládu?

První otázka třídila počet respondentů na základě oblíbenosti čokolády. Z 200 respondentů jej 194 (97 %) odpovědělo kladně a pokračovalo v dotazníku. Zbytku respondentů (3 %) se po záporné odpovědi dotazník automaticky ukončil. Pro následující otázky proto výchozí (celková) hodnota činí 194 relevantních respondentů.

Graf 19: Máte rádi čokoládu?

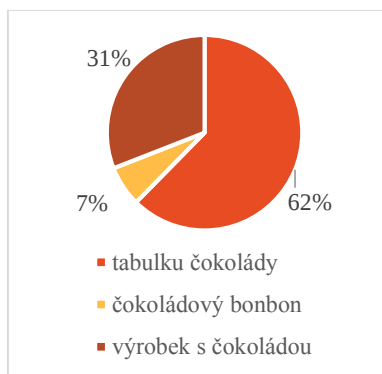


Zdroj 21: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 2 – Jaký čokoládový výrobek jste naposledy koupili?

Respondenti měli na výběr mezi třemi variantami: tabulkou čokolády, čokoládovým bonbonem a výrobkem s čokoládou. Více jak polovina (62 %) respondentů naposledy zakoupila tabulku čokolády. Výrobek s čokoládou si koupilo 31 % respondentů. Čokoládový bonbon zakoupilo pouze 7 % respondentů.

Graf 20: Jaký čokoládový výrobek jste naposledy koupili?

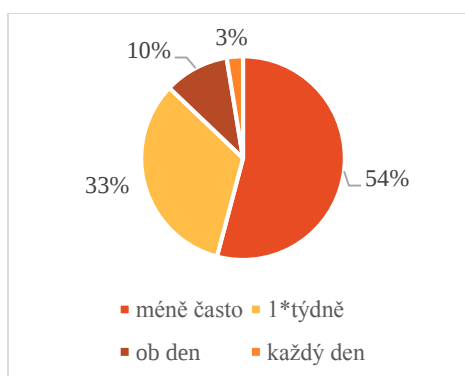


Zdroj 22: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 3 – Jak často konzumujete tabulkovou čokoládu?

Z následujícího grafu je patrné, že zhruba polovina (54 %) respondentů konzumuje čokoládu méně často a třetina (33 %) jich konzumuje čokoládu jednou za týden. Každodenní konzumace nebo konzumace každý druhý den je minimální (celkově 13 %).

Graf 21: Jak často konzumujete tabulkovou čokoládu?



Zdroj 23: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 4 – Nakupujete tabulkovou čokoládu i ve specializovaných obchodech?

(Pozn. mimo běžné maloobchodní řetězce)

Tabulková čokoláda je součástí běžného sortimentu v běžných řetězcích typu supermarket či hypermarket. V těchto místech se však prémiová čokoláda nedá koupit. Tato otázka proto zjišťovala, zdali ji respondenti nakupují ve specializovaných obchodech. Ačkoli většina (92 %) respondentů odpověděla záporně, 8 % jich nakupuje tabulkovou čokoládu ve specializovaných obchodech.

Graf 22: Nakupujete tabulkovou čokoládu i ve specializovaných obchodech?

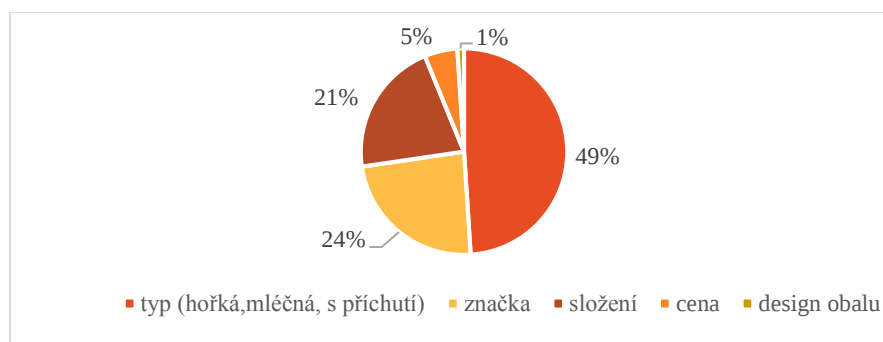


Zdroj 24: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 5. – Co je pro Vás při výběru tabulky nejdůležitější?

Tato otázka se zaměřuje na rozhodující vlastnost kupované tabulkové čokolády. V okamžiku výběru tabulky hraje hlavní roli pro téměř polovinu (49 %) dotázaných její typ (hořká, mléčná, s příchutí). Další významnou roli představuje její značka (24 %) a její složení (21 %). Respondenti nepřikládají velký význam ani ceně (5 %), ani designu obalu (1%).

Graf 23: Co je pro Vás při výběru tabulky nejdůležitější?

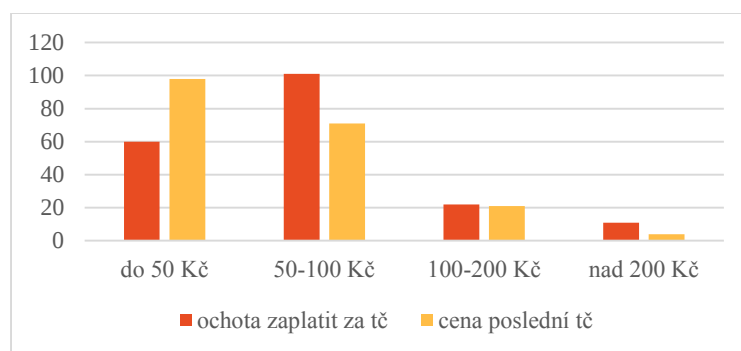


Zdroj 25: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 6, č. 7 – Za kolik korun byste koupili tabulku čokolády? Kolik stála poslední nakoupená tabulka?

Pro názornost jsem otázku č. 6 a č. 7 vyhodnotila společně. Otázka č. 6 zjišťuje, za jakou cenu jsou respondenti ochotni nakoupit tabulku čokolády. Většina respondentů (52 %) je ochotna zaplatit za tabulku v rozmezí 50-100 Kč. Další významnou skupinou jsou respondenti (31 %), kteří by zaplatili pouze do 50 Kč. Naopak menšinu (17 %) tvoří respondenti, kteří by utratili za čokoládu více než 100 Kč. Otázka č. 7 se zaměřuje na cenu poslední nakoupené tabulky. Většina (51 %) respondentů odpověděla, že zaplatili méně než 50 Kč, a o něco méně (37 %) jich zaplatilo v rozmezí 50-100 Kč. Významnější menšinu tvořili respondenti, kteří by za tabulku utratili v rozmezí 100-200 Kč. V porovnání výsledků obou otázek byla zaznamenána tendence ve skutečnosti utrácet za tabulku čokolády méně než je naše ochota za ni zaplatit.

Graf 24: Za kolik byste si koupili tabulku čokolády? vs. Kolik stála poslední nakoupená tabulka?

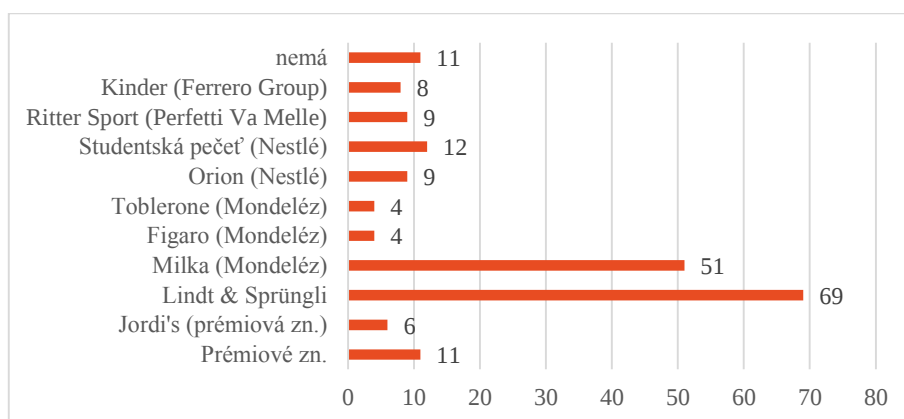


Zdroj 26: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 8 – Jaká je Vaše oblíbená značka tabulkové čokolády?

Tato otázka byla otevřená s možností krátkého textu. V oblíbenosti značky tabulkové čokolády vyhrály značky nadnárodních společností nad značkami výrobců prémiových čokolád. První se umístila švýcarská společnost Lindt & Sprüngli, kterou zmínilo 69 respondentů. Druhá se umístila americká společnost Mondelez, jejíž výrobky zmínilo 59 respondentů. Většina (51 respondentů) má v oblíbenosti výrobky značky Milka. Třetí se umístila švýcarská společnost Nestlé (21 respondentů) s tradičními značkami Orion a Studentská pečeť. Ostatní zmíněné značky byly Kinder (Ferrero) a Ritter Sport (Perfetti Van Melle). Prémiové značky zmínilo 17 respondentů, z nich jsou nejvíce zastoupeny českou společností Jordi's Chocolate. Mezi dalšími se objevili značky Amedei i Valrhona.

Graf 25: Jaká je Vaše oblíbená značka tabulkové čokolády?

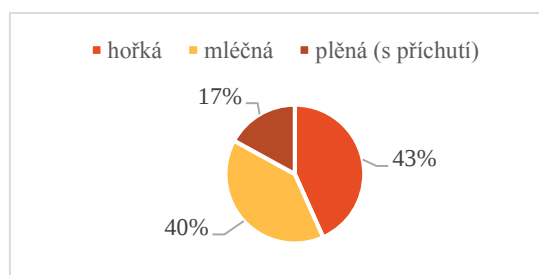


Zdroj 27: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 9 – Jaký typ tabulkové čokolády preferujete?

Do variant na tuto otázku jsem zahrнула pouze hořkou, mléčnou a plněnou (s příchutí). Možnost zvolit bílou čokoládu byla vynechána v závislosti na velmi omezenou konzumaci tohoto druhu v České republice. Následující graf ukazuje, že poměr mezi konzumenty hořké a mléčné čokolády je téměř vyrovnaný. Hořkou čokoládu preferuje 43 % a mléčnou 40 % respondentů. Naopak plněná čokoláda je preferována pouze 17 % respondenty.

Graf 26: Jaký typ tabulkové čokolády preferujete?



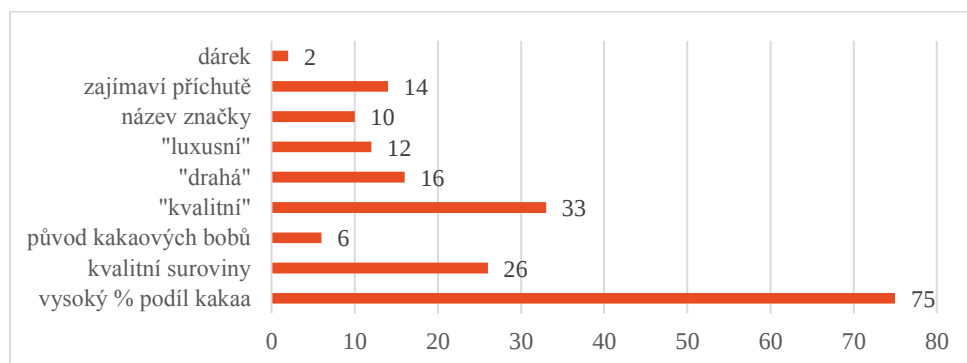
Zdroj 28: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 10 – Jak byste definovali pojem *prémiová čokoláda*?

Tato otázka byla otevřená s možností krátkého textu. Nejvíce (40 %, tj. 75) dotázaných zmínilo vyšší procentuální podíl kaka. Druhou nejčastější odpovědí byla „kvalita“ (33 respondentů), což je velmi zavádějící a neurčité. Třetí nejvíce zmiňovanou odpovědí byla o něco specifikovanější kvalita surovin použitých v čokoládě (26 respondentů). Respondenti rovněž definovali prémiovou čokoládu jako drahý a luxusní výrobek, na jehož ceně má podíl i název značky. Menšina zmínila důležitost stejného původu kakaových bobů. Zajímavý je podíl

respondentů, kteří si očekávají tabulku čokolády se speciálními příchutěmi, často v limitovaných edicích, nebo dárek navíc jako překvapení ukryté pod obalem.

Graf 27: Jak byste definovali pojem prémiová čokoláda?

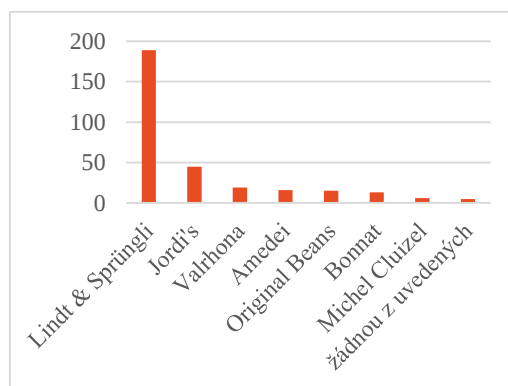


Zdroj 29: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

Otázka č. 11 – Jaké značky tabulkové čokolády znáte?

Tato otázka byla uzavřená s výčtem dále uvedených značek. Jejím cílem bylo zjistit velikost povědomí o vybraných prémiových značkách (Amedei, Bonnat, Jordi's, Michel Cluizel, Original Beans, Valrhona) a porovnat je se znalostí předního výrobce kvalitnějších čokolád mezi nadnárodními společnostmi Lindt & Sprüngli. Kromě pěti dotázaných znají všichni značku Lindt & Sprüngli (189 respondentů). Vybrané prémiové značky jsou však více jak dvou třetinám dotázaných neznámé. Nejznámější prémiovou značkou je česká Jordi's Chocolate. Zná ji 45 respondentů. Naopak Michel Cluizel zná pouze 6 respondentů. Ostatní značky; Valrhona, Amedei, Original Beans a Bonnat zná v pořadí 19, 16, 15 a 13 respondentů.

Graf 28: Jaké značky tabulkové čokolády znáte?



Zdroj 30: Vlastní zpracování na základě autorčina výzkumu

3.3.3 OVĚŘENÍ HYPOTÉZ

1. *Respondenti dávají přednost mléčné čokoládě, nejoblíbenější značkou tabulkové čokolády je Milka (Nestlé).*

Tato hypotéza se **nepotvrdila**. Zkoumaný vzorek respondentů dával přednost hořké čokoládě (43 %) před mléčnou (40 %). S tím souvisí, že si respondenti zvolili nejoblíbenější značku Lindt & Sprüngli (69 respondentů). Značka Milka společnosti Mondelez obsadila v oblíbenosti druhé místo (51 respondentů). Uvědomuji si, že tento vzorek je příliš úzký a že rozdíl mezi preferencemi je malý. Je možné, že při zkoumání většího množství respondentů by tato hypotéza byla pravdivá.

2. *Znalost prémiových značek bean-to-bar tabulkové čokolády je nízká.*

Tato hypotéza se **potvrdila**. Prémiovost a kvalitu mají respondenti spojenou převážně se značkou Lindt & Sprüngli. Není na tom nic překvapivého, protože tato značka je velmi dobře dostupná napříč běžnými maloobchodními řetězci. Svoji prezentací řady Lindt Excellence se profiluje jako prvotřídní a v oblasti běžných prodejných míst opravdu nemá mnoho konkurentů, nejedná se však o značku prémiovou (*bean-to-bar*). Nejznámější prémiová značka mezi respondenty byla Jordi's (45 respondentů). Tato česká společnost, která jde cestou *bean-to-bar*, se nedávno proslavila mezi veřejností díky prezentačnímu videu šířenému přes Internet. [64]Zahraniční prémiové značky (Amedei, Bonnat, Domori, Michel Cluizel, Original Beans, Valrhona) zná velmi omezený počet respondentů (cca 20). Není to však překvapením, protože jsou výrobky těchto společností pouze ve vybraných obchodech, kam zavítá pouze 8 %, tj. 16 dotazovaných respondentů.

3. *Pojmem prémiová značka většina respondentů definuje jako čokoláda s vysokým obsahem kaka.*

Tato hypotéza se **potvrdila**. Největší část (75) respondentů uvedla, že se jedná o čokoládu s vysokým obsahem kaka. Toto tvrzení však není správné. Existují totiž velmi kvalitní mléčné čokolády, vysoký podíl kaka v čokoládě proto není zárukou kvality. Platí tedy, že kvalita kaka převyšuje nad kvantitou. V prémiové čokoládě *bean-to-bar* jsou použity pouze fine a flavour kakaové boby z jedné oblasti nebo jedné plantáže, které se nikdy nemíchají s bulk kakaem nebo kakaem z jiné oblasti. Ztratilo by se tím specifické aroma, které je základní vlastností tohoto druhu čokolády. Z pohledu množství různých vůní a chutí se může čokoláda přirovnávat k vínu nebo ke kávě. Pouze 6 respondentů přikládalo důležitost kvalitě surovin a

jejich původu bez ohledu na procentuální množství kakaové sušiny v tabulce. Úplnou charakteristiku však neznal nikdo dotázaný.

3.3.4 SHRNUÍ VÝZKUMU

Z 200 oslovených osob, mělo 194 lidí rádo čokoládu a právě tato skupina lidí se stala relevantními respondenty dotazníku pro účely mé práce. Jednalo se o respondenty různého pohlaví a věku. Ačkoli jsem se snažila docílit, vyrovnanému poměru mezi muži a ženami a mezi čtyřmi věkovými kategoriemi, nepovedlo se mi to ani v jednom z případů. Z hlediska pohlaví jsem dosáhla poměru 44:56 mužů versus ženy, z hlediska věkových kategorií byly rozdíly větší. Převažovali respondenti ve věku 15-26 let (36 %), což byl dvojnásoben nejmenší věkové kategorie 50+ let. Uvědomuji si, že na vině může být forma šíření dotazníku (v elektronické podobě), který například není uživatelsky tolik přívětivý starším lidem (50+ let) než mladým (15-26 let).

Na počátku jsem si stanovila tři hypotézy, na kterých byl dotazník založen. Předpokládala jsem převažující oblíbenost mléčné čokolády a její značky Milka. V tomto případě jsem se zmýlila, skupina dotázaných preferovala hořkou čokoládu a s tím souvisela i nejoblíbenější značka Lindt & Sprüngli, jejichž významnou část portfolia tvoří právě hořké čokolády. Domnívám se, že tomu odpovídá i frekventovanost konzumace čokolády, většina (54 %) dotázaných ji konzumuje méně často než jednou do týdne. Z toho vyplývá, že respondenti vnímají čokoládu jako zpestření jídelníčku než jako její důležitou součást. Tabulkové čokolády a další sortiment značky Lindt & Sprüngli je dostupný především v běžných maloobchodních řetězcích, kde většina (92 %) také nakupuje. Je pravdou, že v těchto prodejních místech se značka vyjímá svojí image a prezentací jako prémiové a velmi kvalitní značky. Od svého vstupu na trh si získala silnou pozici na českém trhu, která se neustále umocňuje. Pouze 8 % respondentů nakupuje tabulkovou čokoládu i ve specializovaných obchodech. Zpětně si uvědomuji, že otázka byla příliš široce položená a nepokládá důkaz o tom, jestli respondenti nakupují v buticích běžných „prémiových značek“ typu Lindt & Sprüngli nebo jestli skutečně nakupují v obchodech, kde se prodává pouze prémiová čokoláda bean-to-bar.

Šárka Robinson se k tomu vyjádřila tak, že *„pokud člověk hledá v supermarketu lepší produkt než klasický, zakoupením tabulky s označením „prémiová kvalita“ nakoupí nejspíše tu nejlepší tabulku v tom daném supermarketu. Ovšem ve srovnání s čokoládami vyráběnými*

v malých nákladech a tzv. „bean-to-bar“ se tyto tabulky nedají srovnávat. V „samoobsluze“ by vedle těchto čokolád byly „prémiové čokolády“ brány jako klasické zboží. “ [67]

Nadpoloviční většina respondentů se při nákupu orientuje hlavně dle svých chutí a nakupují proto hlavně podle typu tabulkové čokolády. Naposledy za ni více než polovina respondentů neutratila více než 50 Kč, o něco menší část (37 %) utratila v rozmezí 50-100 Kč. Na otázku zjišťující kolik by byli ochotni za tabulku utratit respondenti odpověděli opačně, tedy že jsou ochotni zaplatit více (50-100 Kč). V této cenové hladině se pohybuje většina běžných čokolád s přízviskem prémiová či kvalitní jako např. Lindt & Sprüngli. Na druhou stranu je nutné dodat, že i některé prémiové čokolády bean-to-bar je možné zakoupit v tomto cenovém rozpětí. Je však nutné podotknout, že by byla v menším balení než ta běžně dostupná. Její cena na 100g by se proto při přepočítání výrazně lišila od té běžně prodávané. Domnívám se tedy, že je správná cesta, po níž jdou některé prémiové značky bean-to-bar, tj. že díky snížení hmotnosti jednoho kusu tabulky čokolády, se produkty stávají cenově dostupnější. Jejich dostupnost se však z hlediska distribuce nedá srovnávat s běžně vyráběnými tabulkami.

Poslední část dotazníku se zaměřovala na povědomí o prémiových značkách bean-to-bar a též informovanost o tom, co je prémiová značka. Podle mých předpokladů si většina dotázaných respondentů zafixovala prémiovost s vysokým podílem kakaa, kvalitou (surovin) a luxusem, tudíž i vyšší cenou. Přesně to odpovídá míře premiumizace velkých společností, které vyrábí běžně dostupné čokoládové výrobky. Vyplývá z toho, že jsou respondenti velmi ovlivněni marketingovou komunikací značek. Do jaké míry na tom má podíl zdravého životního stylu, si netroufám uvést. Jedno je však jisté, počet informovaných respondentů o prémiových značkách bean-to-bar je velmi malý ve srovnání se znalostí značky Lindt & Sprüngli. Z nejznámějších prémiových značek se mezi respondenty na nejvyšším stupni umístily Jordi's Chocolate, Valrhona a Amedei. Znalost první zmíněné české značky příkládám popularizaci díky v říjnu zveřejněnému videu šířenému přes internet, ve které majitelé Jordi's Chocolate prezentují svoje produkty a způsob výroby včetně vysvětlení jak se liší od nadnárodních společností. V návaznosti na to se i zvedla velká vlna takového zájmu o tyto čokolády, tak že společnost ani sama nestíhá uspokojovat poptávku. Ostatní značky, francouzskou Valrhonu či italskou Amedei, jsou obecně nejznámějšími prémiovými značkami bean-to-bar na světě, kde je možné se s nimi častěji setkat. Valrhonu najdete především v restauracích či kavárnách, kde podávají horkou čokoládu, protože společnost dodává do lepších podniků čokoládové pecičky pro její přípravu. Amedei je známá převážně díky tomu, že její tabulky čokolády jsou odborníky považovány za nej kvalitnější ve své kategorii.

ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo na základě analýzy současné situace na světovém trhu kakaa a čokolády vystihnout současné trendy ve spotřebě čokolády. Zároveň jsem analyzovala na základě provedeného dotazníku dopady těchto trendů na český trh.

Z první teoreticky zaměřené kapitoly vyplývá, že světový trh kakaa je charakteristický určitou bipolaritou. Na jedné straně stojí pěstitelské země Latinské Ameriky, Afriky a Asie a Tichomoří, které zpravidla veškerou svoji produkci vyvázejí. Na druhé straně jsou země, kam se kakao dováží, a kde se zpravidla dále zpracovává. Kakao známe díky Španělům již od první poloviny 16. století, kdy dostala tato plodina ze Střední Ameriky na evropský trh. Tehdy se kakao primárně konzumovalo ve formě horkého nápoje, který pila jen nejvyšší společenská vrstva. V 17. století se povědomí o kakau rozšířilo napříč koloniálními mocnostmi v západní Evropě (Francie, Anglie, Nizozemí, Portugalsko), které se do pěstování zapojili zakládáním nových kakaových plantáží na území svých latinskoamerických kolonií. Na počátku 19. století se vlivem stoupající poptávky po kakau a její cenové dostupnosti rozšířilo pěstování kakaa po celém světě, zejména v západní Africe a jihovýchodní Asii. Stalo se to však na úkor kvality kakaa. Produkce nejkvalitnějšího a aromatického (*fine a flavour*) kakaa zůstávala v Latinské Americe, naopak běžné (*bulk*) kakao se rostlo zpravidla v nových oblastech. Na počátku 20. století již produkci kakaa v Latinské Americe převýšila Afrika. V té době pouze Ghana vyprodukovala více než 100 000 tun ročně, množství, kterého předtím nedosáhla žádná jiná země. Ghana si pozici světově největšího producenta kakaa udržela do konce sedmdesátých let, kdy byla vystřídána Pobřežím slonoviny. Velikost produkce Pobřeží slonoviny strmě stoupala do takové míry, že v polovině devadesátých let dosahovala 1 mil. t za rok. V posledních dvaceti letech se zvyšovala i produkce v oblasti Jihovýchodní Asie, nejprve v Malajsii, poté i v Indonésii. Kakao se nyní pěstuje asi v 61 zemích, avšak *fine a flavour* pouze v 17 z nich, a to buď exkluzivně anebo částečně. V letech 2013/2014 se vyprodukovalo 4 104 000 t kakaa, přičemž více než 70 % produkce prochází z Afriky a 16 % z Latinské Ameriky. Celkový export kakaa v r. 2014 dosahoval 3 206 435 t. Na exportu běžného (*bulk*) kakaa se nejvíce podílely dvě největší pěstitelské africké země, Pobřeží slonoviny se 1 117 000 t, což odpovídá 35 %, a Ghana se 766 084 t, tj. 24 % světového exportu. Hlavní partnerem obou zemí je Nizozemí, čímž se podílí až z pětiny na importu (650 820 t). Celkový export *fine a flavour* kakaa v r. 2014 představoval 316 088 t. Největší podíl na exportu prémiového (*fine a flavour*) kakaa má Ekvádor (178 899 t), jehož největším partnerem bylo USA následované Nizozemím. Cena kakaa se oficiálně určuje na komoditní burze a její hladina se odvíjí od velikosti produkce, která

může být ovlivněna nepříznivým počasím či rozšířenými chorobami, a velikostí poptávky po kakau. Vzhledem k tomu cena kakaa neustále stoupá, k říjnu 2015 dosahovala 3 198 USD/t. O trvale udržitelný stav světového trhu s kakaem se stará Mezinárodní organizace pro kakao (ICCO), která se v souvislosti s významností Pobřeží slonoviny přemísťuje svoji centrálu z Londýna do Abidjanu.

Na počátku jsem si stanovila tři *hypotézy*, které byly vodítkem během zpracování mé práce. První hypotéza zněla, že *světový obchod s kakaem ovlivňuje světový trh s čokoládou*. Tato hypotéza se potvrdila. V návaznosti na rozšíření produkce kakaa do celého světa na počátku 19. století, se během několika dekád zvýšil objem sklizeného kakaa několikanásobně. Tím se snížila i kvalita kakaa a umožnila výrobu čokolády pro masovou konzumaci. Významnou roli ve výrobě čokolády a čokoládových cukrovinek mělo Nizozemí, kde byly nalezeny postupy zpracování kakaových bobů na jednotlivé meziprodukty (kakaová hmota, kakaové máslo, kakaový prášek), ze kterých se čokoláda v různém poměru skládá, což určuje její jakost. Díky tomuto objevu mohla na konci 19. století vzniknout první tabulka čokolády. Ve 20. století se v důsledku technologického pokroku začaly vyrábět i plněné čokoládové bonbony, ke konci století však v Evropě vznikají malé čokoládovny, které vyrábějí tabulky z prémiového *fine a flavour* kakaa, jehož geografický původ z jedné ze 17 pěstitelských zemí slouží k jejich odlišení. Běžná čokoláda a čokoládové cukrovinky se vyrábí ve velkém objemu smícháním meziproduktů v různém poměru, k nimž se přidávají méně kvalitní suroviny i rostlinné tuky. Hlavními výrobci těchto produktů jsou americké společnosti Mars Inc. a Mondelez International Inc., následované evropskými Ferrero Group a Nestlé SA. Prémiová čokoláda bean-to-bar se vyrábí v malém rozsahu na základě zpracování kakaových bobů do výsledné čokoládové hmoty, ke které se přidávají pouze kvalitní ingredience nečokoládového původu (např. lískové oříšky z italského Piemonte). K nejznámějším výrobcům prémiové čokolády se řadí Amedei a Valrhona. Kvalita těchto čokolád je posuzována na mezinárodních soutěžích Academy of Chocolate a Great Taste, které tak přispívají ke zvyšování standardů kvality. Konečná cena čokoládového výrobku se odvíjí od celkových nákladů na vypěstování kakaa, jeho dopravu, skladování a obchodování, na které navazuje zpracování, výroba čokolády a prodej. Vzhledem k tomu, že se cena kakaa a tím i čokolády neustále zvyšuje, nadnárodní společnosti se uchylují k různým strategiím. Příkladem je zmenšení balení (ze 100g na 50g), snížením množství kakaových součástí na úkor jiných ingrediencí (např. sušenek) nebo premiumizací (vytvořením dražšího, avšak cenově dostupného luxusního čokoládového výrobku).

Druhá hypotéza zněla, že *spotřeba čokolády souvisí s ekonomickou vyspělostí země*. Tato hypotéza se rovněž potvrdila. V souvislosti s historií výroby čokolády má spotřeba čokolády silnou tradici v zemích západní Evropy a Severní Americe, tedy ekonomicky vyspělých zemí. Stabilně nejvíce čokolády na obyvatele se zkonzumuje ve Švýcarsku (12 kg na obyvatele) a na ostrovech Spojeného království (10 kg na obyvatele). Na těchto trzích se spíše poptávka diverzifikuje v souvislosti s vyššími životními standardy, zdravým životním stylem a různými dietními režimy. Spotřeba v těchto zemích se však zvyšuje velmi mírně. Naopak v méně rozvinutých zemích, kde je konzumace na obyvatele velmi nízká, se spotřeba exponenciálně zvyšuje. Příkladem je Bělorusko, Venezuela, Nigérie a Indie. V těchto zemích se spotřeba zvýšila v rozmezí let 2007-2012 o více než 250 %, v Bělorusku dokonce dvojnásobně. Z toho vyplývá, že spotřeba čokolády v těchto zemích je silně vázána na výši příjmů a proto zde bude rozšířen trh běžně dostupné čokolády, ne prémiové bean-to-bar.

Třetí hypotéza zněla, že *trend spotřeby prémiových čokolád roste a je viditelný i v České republice*. Na základě provedeného dotazníku šířeného elektronickou cestou, který vyplnilo 200 respondentů lze říci, že se poslední hypotéza potvrdila pouze částečně. Obyvatelé České republiky nejsou příliš informovaní o kritériích, které určují skutečnou kvalitu čokoládových výrobků. Prémiovost si zpravidla spojují s vysokým podílem kakaové sušiny, což nemusí být vždy zárukou kvality a jistě to není záruka prémiovosti. Skutečně prémiové čokolády se tak standardně nenazývají a ani to nemají na obalech svých produktů. Vyznačují se především výrobou v omezeném množství z kakaových bobů fine a flavour způsobem bean-to-bar. Z pohledu množství různých vůní a chutí se může tento typ čokolády přirovnávat k speciálním druhům vína či kávy. Shrňme-li výstupy z dotazníku, lze konstatovat, že v České republice významně roste spotřeba hořké čokolády s vysokým podílem kakaa (percepce kvality), což se promítá i do zvýšené konzumace čokolád značky Lindt & Sprüngli, která má ve svém portfoliu mnoho druhů hořké tabulkové čokolády. Nicméně někteří respondenti znají skutečné prémiové značky jako italskou Amedei, francouzskou Valrhonou nebo českou Jordi's Chocolate.

Shrňme-li práci, zprvu byla čokoláda delikátním pokrmem pouze pro vybranou společnost. Poté se tlakem veřejnosti stala dostupnější a masovější záležitostí, avšak na úkor poskytované kvality. V současnosti je kvalita znovu významným kritériem v rozhodování spotřebitelů a společně s trendem zdravého životního stylu a rostoucími požadavky na kvalitu obecně vede k rozmanitosti sortimentu. Umožňuje tak prosperitu drobných výrobců a prémiumizaci velkých značek. Domnívám se, že cíl práce byl naplněn.

SEZNAM ZDROJŮ

ODBORNÉ PUBLIKACE A ČLÁNKY

- [1] ARCIMOVIČOVÁ, Jana; VALÍČEK, Pavel. *Čokoláda pokrm bohů*. Benešov: START, 1999, 28. publikace. ISBN 80-86231-07-0.
- [2] BASTILDE, Phillip. *Atlas on Regional Integration in West Africa* [online]. [cit. 2015-01-02]. Dostupné z: <http://www.oecd.org/swac/publications/39596493.pdf>
- [3] INTERNATIONAL TRADE CENTRE UNCTAD/WTO. *Cocoa: A guide to international trade practices* [online]. Xi. Geneva: ITC, 2001, 180 s. [cit. 2015-11-17]. ISBN 92-9137-163-7. Dostupné z: <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Cocoa%20-%20A%20Guide%20to%20Trade%20Practices%20English.pdf>
- [4] ČOPÍKOVÁ, Jana. *Čokoláda, kakao a výrobky z nich*. 1. vydání. Praha: Sdružení českých spotřebitelů, z.ú., 2015, s. 19. Jak poznáme kvalitu? ISBN 978-80-88019-06-0 et 978-80-87719-26-8. Dostupné z: http://www.ctpp.cz/data/files/Jak%20pozname%20kvalitu_COKOLADA,%20KAKAO%20A%20VYROBKY%20Z%20NICH.pdf
- [5] KRÁMSKÝ, Stanislav. *Kniha o čokoládě: historie výroby čokolády a cukrovinek v českých zemích*. MILPO: Praha, 2008. ISBN 978-80-87040-13-3.
- [6] Byskov, B., & Scheu, H. (1991). *Specialty cocoa beans: A market to watch carefully*. International Trade Forum, 27(1), 26. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/231367345?accountid=17203>
- [7] WOODS, G. A. R. a R. A. LASS. *Cocoa* [online]. Longman Group Ltd., 1975, 1985, 2008-04-16 [cit. 2015-01-02]. 4. ISBN 9780470698983. DOI: 10.1002/9780470698983.app2
- [8] WORLD COCOA FOUNDATION. *Cocoa Market Update* [online]. 2014 [cit. 2015-01-27]. Dostupné z: <http://worldcocoafoundation.org/wp-content/uploads/Cocoa-Market-Update-as-of-4-1-2014.pdf>
- [9] ICCO. *REPORT BY THE CHAIRMAN ON THE MEETING OF THE ICCO AD HOC PANEL ON FINE OR FLAVOUR COCOA TO REVIEW ANNEX "C" OF THE INTERNATIONAL COCOA AGREEMENT, 2001* [online]. [.pdf] London, 2010, 2010-09-10 [cit. 2015-10-04]. Dostupné z: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/doc_download/1549-ffp-3-5-fine-or-flavour-cocoa-report-of-meeting.html
- [10] ICCO. *Review of Annex "C" of the International Cocoa Agreement, 2010: Background information* [online]. [.pdf] 2015, 2015-07-25 [cit. 2015-10-04]. Dostupné z: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/doc_download/1757-ffp-4-1-draft-agenda-fine-flavour-panel-english-w.html

- [11] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR. *Vyhláška č. 76/2003 Sb., kterou se stanoví požadavky pro přírodní sladidla, med, cukrovinky, kakaový prášek a směsi kakaa s cukrem, čokoládu a čokoládové bonbony*. In: Sbírka zákonů České republiky. [2003-03-06] ISSN 1211-1244 Dostupné také z: http://eagri.cz/public/web/mze/legislativa/pravni-predpisy-mze/tematicky-prehled/Legislativa-MZe_uplna-zneni_vyhlaska-2003-76-potraviny.html
- [12] UNCTAD. International Cocoa Agreement, 2010 [online] [.pdf] [cit. 2015-10-04] Dostupné z: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/doc_download/6-english-2010-international-cocoa-agreement.html
- [13] DOUTRE-Roussel, Chloé. *Čokoláda pro znalce: opravdová chuť i vášně*. Praha, Slovart 2006. ISBN 80-7209-825-X
- [14] MUSSELLI, Irene. *Cocoa Study: Industry Structures and Competition* [online]. 2008 [cit. 2015-10-04]. © 2013 UNCTAD. Dostupné z: http://unctad.org/en/docs/ditccom20081_en.pdf . United Nations Conference on Trade and Development.
- [15] ŠTĚRBOVÁ, Ludmila a kol. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 364 s., 316-317 s. Expert (Grada). ISBN 9788024746944.
- [16] POLÁK, Pavel. *Intrastat: příručka pro zpracování statistických hlášení Intrastat*. Vyd. 1. Praha: BOVA POLYGON, 2005, 169 s., 13-25 s. ISBN 80-7273-126-2.
- [17] TERAZONO, E. *Rising Cocoa Prices Eat into Chocolate Bars*. FT.Com, Jun 30, 2015 ProQuest Central.

INTERNETOVÉ ZDROJE

- [18] ICCO. *Growing cocoa: Origins Of Cocoa And Its Spread Around The World*. [online]. 2013, 2013-03-26 [cit. 2015-01-03]. Dostupné z: <http://www.icco.org/about-cocoa/growing-cocoa.html>
- [19] FaoStat. [online] [.xlsx] 2012. [cit. 2015-11-03] Dostupné z: <http://faostat3.fao.org/download/Q/QC/E>
- [20] ICCO. *Fine or Flavour Cocoa: What is the Fine of Flavour Cocoa?* [online]. 2015, 2015-07-16 [cit. 2015-09-30]. Dostupné z: <http://www.icco.org/about-cocoa/fine-or-flavour-cocoa.html>
- [21] ICCO. *FAQ: How is the quality of cocoa checked - by hand, by machine?* [online]. 2012, 2012-03-27 [cit. 2015-01-02]. Dostupné z: <http://www.icco.org/faq/59-fermentation-a-drying/108-how-is-the-quality-of-cocoa-checked-by-hand-by-machine.html>
- [22] ICCO. *FAQ: What time of year is cocoa harvested?* [online]. 2014, 2014-07-23 [cit. 2015-01-02]. Dostupné z: <http://www.icco.org/faq/58-cocoa-harvesting/131-what-time-of-year-is-cocoa-harvested.html>
- [23] PEPITONE, Laurent. ICCO. *Cocoa supply & demand: what to expect in the coming years?* [online]. [pdf] London: 2015-09-22 [cit. 2015-10-20]. Dostupné z:

http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/doc_download/1810-1-laurent-pipitone.html

[24] ICCO. *Production: Latest figures from the Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics* [online]. 2015-08-28 [cit. 2015-10-20]. Dostupné z: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/doc_download/240-production-latest-figures-from-the-quarterly-bulletin-of-cocoa-statistics.html

[25] COPAL. *Members countries*. [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2015-01-09] Dostupné z: <http://www.copalcpa.org/members.php>

[26] COPAL. *Activities*. [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2015-01-09] Dostupné z: <http://www.copal-cpa.org/activities.php>

[27] European Commission: International cooperation and development. *ACP: The Cotonou Agreement* [online]. 2015-10-02 [cit. 2015-11-02]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/europeaid/regions/african-caribbean-and-pacific-acp-region/cotonou-agreement_en

[28] The Forum of the Caribbean Group of African, Caribbean and Pacific (ACP) States (CARIFORUM). *What is CARIFORUM?* [online]. Caribbean Community (CARICOM) Secretariat., ©2011 [cit. 2015-11-02]. Dostupné z: http://www.caricom.org/jsp/community_organs/cariforum/cariforum_main_page.jsp?menu=cob

[29] ITC. *Trade map: International Trade Statistics* [online]. Geneva: International Trade Centre., ©1999-2015 [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: http://www.trademap.org/tradestat/Product_SelProduct_TS.aspx

[30] ICE Futures U. S. *Cocoa* [online]. [.pdf] 2012 [cit. 2014-12-19]. Dostupné z: https://www.theice.com/publicdocs/ICE_Cocoa_Brochure.pdf

[31] Trading Economics. *Cocoa: 1959-2015 | Data | Chart | Calendar | Forecast | News* [online]. ©2015 TRADING ECONOMICS [cit. 2015-11-04]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/commodity/cocoa>

[32] ANGA, Jean-Marc. ICCO. *Latest developments in the global cocoa market*. [online]. [pdf]. London: UNCTAD 2015, [cit. 2015-11-01]. Dostupné z: <http://unctad.org/meetings/en/Presentation/SUC%20MYEM2015%20Jean-Marc%20Anga.pdf>. Seventh Multi-year Expert Meeting on Commodities and Development 15-16 April 2015.

[33] ICCO. *MONTHLY REVIEW OF THE COCOA MARKET SITUATION* [online]. [.pdf] October 2015 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/doc_download/1871-icco-monthly-review-october-2015.html

[34] ICCO. *About ICCO* [online]. 2015, 2015-10-20 [cit. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.icco.org/about-us/about-the-icco.html>

[35] ICCO. *International Cocoa Council and Subsidiary Bodies, 18-25 September 2015, London* [online]. London: 2015, 2015-08-19 [cit. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.icco.org/about-us/icco-news/287-international-cocoa-council-and-subsidiary-bodies-18-25-september-2015-london.html>

- [36] FOEX. *Price Risk Management* [online]. ©2015 Foex Indexes [cit. 2015-12-06]. Dostupné z: <http://www.foex.fi/index.php?page=alias-3>
- [37] ICCO. *International Cocoa Organization Library* [online]. London, 2015, 2015-12-04 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.icco.org/library-db.html>
- [38] ICCO. *ICCO HQ to move to Abidjan following Council decision* [online]. London: 2015, 2015-09-29 [cit. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.icco.org/about-us/icco-news/290-icco-hq-to-move-to-abidjan-following-council-decision.html>
- [39] Nutella.com. *The History*. [online] [2015-11-03] Dostupné z: <http://www.nutella.com/en/us/history>
- [40] Carefully to Carry: Carriage of cocoa. In: *UK P&I CLUB* [online]. [cit. 2015-01-29]. Dostupné z: http://www.ukpandi.com/fileadmin/uploads/uk-pi/LP%20Documens/Carefully_to_Carry/Cocoa.pdf
- [41] Jordi's Chocolate. *Výroba čokolády* [online]. [cit. 2015-10-29]. Dostupné z: <https://www.jordis.cz/cs/vyroba-cokolady.html>
- [42] UNCTAD. *Commodity Atlas* [online]. New York: United Nations, 2004. 50 s. 2004 [cit. 2014-12-19]. ISBN 92-1-112630-4. Dostupné také z: http://unctad.org/en/docs/ditccom20041ch4_en.pdf
- [43] HUGES, Justin. *Coffee and chocolate: Can we help developing country farmers through geographical indications?* [online] [pdf]. [cit. 2015-10-29]. 2009. Dostupné z: <http://iipi.org/wp-content/uploads/2010/09/Coffee-and-Chocolate-J.-Hughes.pdf>. A report prepared for the International Intellectual Property Institute, Washington, D.C.
- [44] World Intellectual Property Organization (WIPO). *Branding Matters: The Success of Chuao Cocoa Bean* [online]. [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=2618>
- [45] Lindt & Sprüngli. *Ingredients* [online]. [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.lindt-spruengli.com/sustainability/sustainably-sourced/ingredients/>
- [46] Fine Chocolate Industry Association. *Fine Chocolate: Differentiating Fine Chocolate*. [online]. © 2015 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.finechocolateindustry.org/differentiate.php>
- [47] ICCO. *The Chocolate Industry* [online]. 2014-01-25 [cit. 2014-12-10], aktualizováno ke dni 2015-01-23 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.icco.org/about-cocoa/chocolate-industry.html>
- [48] Fine Chocolate Industry Association. *About FCIA* [online]. ©2015 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://www.finechocolateindustry.org/about.php>
- [49] Fine Chocolate Industry Association. *FCIA Members* [online]. ©2015 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://www.finechocolateindustry.org/spotlight.php>
- [50] Academy of Chocolate. *About Us* [online]. ©2013 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://www.academyofchocolate.org.uk/about-us/>

- [51] Academy of Chocolate. *Chocolate Defined* [online]. ©2013 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://www.academyofchocolate.org.uk/about-us/chocolate-defined/>
- [52] Great Taste Awards. *What is Great Taste?* [online]. ©2015 [cit. 2015-11-05]. Dostupné z: <http://greattasteawards.co.uk/files/2013/07/GT-15-what-is-A5.pdf>
- [53] Pearlfisher Perspectives. *What is Premiumisation?* [online]. © PEARLFISHER 2015 [cit. 2015-11-06]. Dostupné z: <http://www.pearlfisher.com/live/perspectives/what-is-premiumisation/>
- [54] Lindt Czech. *Excellence: Svět hořké čokolády* [online]. 2015 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <https://www.lindt.cz/svet-lindt/zazitek-lindt/lindt-excellence/>
- [55] NIEBURG, Oliver. ConfectioneryNews . *Nestlé plays premium chocolate card with global Cailler rollout*. [online]. William Reed Business Media SAS, ©2015, 2015-10-07 12:07 GMT [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.confectionerynews.com/Manufacturers/Nestle-plays-premium-chocolate-card-with-global-Cailler-rollout>
- [56] HOŞAFÇI, Pinar. Euromonitor International Blog. *Single-Origin Chocolate: The Future of Premium Chocolate Confectionery Foretold* [online]. Euromonitor, ©2014, 2014-08-08 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://blog.euromonitor.com/2014/08/single-origin-chocolate-the-future-of-premium-chocolate-confectionery-foretold.html>
- [57] NIEBURG, Oliver. ConfectioneryNews. *Chocolate firms eye Ecuador for single estate cocoa: Hacienda Victoria* [online]. 2015-10-07 11:08 GMT [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.confectionerynews.com/Commodities/Chocolate-firms-eye-Ecuador-for-single-estate-cocoa-Hacienda-Victoria>
- [58] CORPORATE MEDIA RELATIONS NESTLÉ SA. *Nestlé Enters Global Super-Premium Chocolate Category with Swiss Chocolate Cailler*. [online] [pdf] Vevey, Switzerland, 2015. Dostupné z: <http://www.nestle.com/asset-library/documents/media/news-feed/cailler-press-release-300915.pdf>
- [59] RYSER, Monique. The milk for Cailler chocolate comes from cows in the region. The COCOA is sourced from the Nestlé Cocoa Plan in the Ivory Coast. An inspection. In: *SCHWEIZER ILLUSTRIERTE* [online] [pdf]. 2013, s. 251-254 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: http://www.cailler.ch/wp-content/uploads/2013/11/SI_Cocoa_ENG.pdf
- [60] LUXUO. *The top 10 chocoholic countries* [online]. Luxuo, ©2008-2015, 2013-08-06 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.luxuo.com/gastronomy/top-10-chocoholic-countries-2012.html>
- [61] Euromonitor International. *ECONOMY, STANDARD OR PREMIUM? WHAT'S DRIVING GROWTH IN CHOCOLATE CONFECTIONERY?* [online] [pdf]. © Euromonitor International 2015, September 2015 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.portal.euromonitor.com.zdroje.vse.cz/portal/analysis/tab>
- [62] NIEBURG, Oliver. ConfectioneryNews. *Global Chocolate markets: Biggest sinker and risers* [online]. © William Reed Business Media SAS 2015, 2012, 2012-11-27 naposledy aktualizováno 2013-07-30 [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.confectionerynews.com/Markets/Global-chocolate-markets-Biggest-sinkers-and-risers>

- [63] Euromonitor International. *Chocolate confectionery in the Czech Republic* [online] [pdf]. © Euromonitor International 2015, August 2015 [cit. 2015-10-05]. Dostupné z: <http://www.portal.euromonitor.com.zdroje.vse.cz/portal/analysis/tab>
- [64] Stream.cz. *Jídlo s. r. o.: Malá čokoládovna* [online]. 2015-10-27 [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/jidlo-s-r-o/10007844-mala-cokoladovna>
- [65] Návrh zákona, kterým se mění zákon č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití. In: *Sbírka zákonů České republiky*. [2003-03-06] ISSN 1211-1244 Dostupné také z: <https://apps.odok.cz/kpl-detail?pid=KORN9KHA8EI7>
- [66] *Jordi's Chocolate* [online]. [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: <https://www.jordis.cz/>

OSOBNÍ ROZHOVOR

- [67] ROBINSON, Šárka. Čokoláda.cz [2015-11-30]

OSTATNÍ POUŽITÉ ZDROJE

- [68] KPMG INTERNATIONAL. *The chocolate of tomorrow: What today's market tell us about the future* [online]. [.pdf] Haymarket Network Ltd., June 2012 [cit. 2014-12-19]. Dostupné z: <http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/chocolate-of-tomorrow.pdf>
- [69] KPMG INTERNATIONAL. *A taste of the future: The trends that could transform the chocolate industry* [online]. [.pdf] Haymarket Network Ltd., June 2014 [cit. 2014-12-19]. Dostupné z: <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/taste-of-the-future.pdf>

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Seznam zemí a jejich podíl na vývozu fine a flavour kakaá (%)	22
Tabulka 2: Klasifikace kakaá a kakaových přípravků	29

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Velikost sklizené půdy v r. 2013.....	14
Graf 2: Světová produkce kakaa v r. 2012-2013	16
Graf 3: Vývoj světového trhu s kakaovými boby 2001-2014	18
Graf 4: Vývoj exportu fine a flavour kakaových bobů 2001-2014	19
Graf 5: Vývoj ceny kakaa 1960-2015, v USD/t	20
Graf 6: Přehled hlavních výrobců čokolády dle výše čistého prodeje 2013-2014	33
Graf 7: Vývoj světového exportu meziproduktů a čokolády v letech 2001-2014.....	36
Graf 8: TOP 5 největších světových exportérů čokolády v r. 2014	37
Graf 9: Vývoj světového importu meziproduktů a čokolády v letech 2001-2014	38
Graf 10: TOP 5 největších importérů čokolády v r. 2014	38
Graf 11: Vývoj jednotkové ceny importu čokolády ve světovém měřítku 2001-2014	39
Graf 12: Způsob tvorby ceny běžné tabulky čokolády.....	40
Graf 13: 10 zemí světa s největší spotřebou čokolády (kg/obyv.).....	42
Graf 14: TOP 10 nejrychleji rostoucích trhů čokolády 2007-2012	43
Graf 15: 10 nejpomaleji rostoucích trhů čokolády 2007-2012.....	43
Graf 16. Prodej tabulkových čokolád v ČR dle typu (v %).....	46
Graf 17: Zastoupení respondentů dle pohlaví.....	48
Graf 18: Zastoupení respondentů dle věku.....	48
Graf 19: Máte rádi čokoládu?	48
Graf 20: Jaký čokoládový výrobek jste naposledy koupili?.....	49
Graf 21: Jak často konzumujete tabulkovou čokoládu?	49
Graf 22: Nakupujete tabulkovou čokoládu i ve specializovaných obchodech?	50
Graf 23: Co je pro Vás při výběru tabulky nejdůležitější?	50
Graf 24: Za kolik byste si koupili tabulku čokolády? vs. Kolik stála poslední nakoupená tabulka?.....	51
Graf 25: Jaká je Vaše oblíbená značka tabulkové čokolády?.....	52
Graf 26: Jaký typ tabulkové čokolády preferujete?	52
Graf 27: Jak byste definovali pojem prémiová čokoláda?	53
Graf 28: Jaké značky tabulkové čokolády znáte?.....	53

PŘÍLOHY

PŘÍLOHA Č. 1: OBRAZOVÁ PŘÍLOHA

Obrázek 1: Plod kakaovníku (*Theobroma cacao* L.)



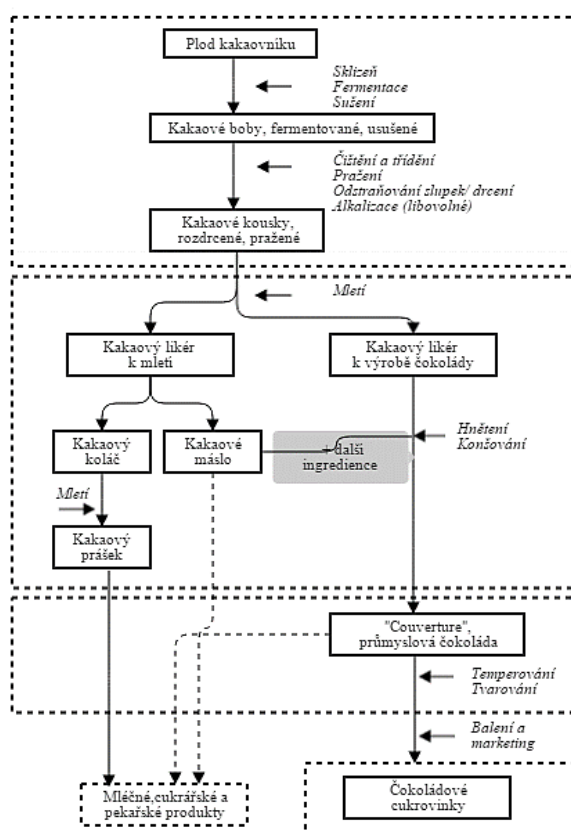
Zdroj 31: <http://www.lloydlibrary.org/exhibits/chocolate/manginchocolatefacingp44.jpg>

Obrázek 2: Mapa



Zdroj 32: http://mobile.foodnavigator.com/var/plain_site/storage/images/media/images/world-cocoa-production-breakdown-icco/9117646-1-eng-GB/world-cocoa-production-breakdown-icco_reference.png

Schéma 1: Průběh zpracování kakaových bobů na meziprodukty a hotové výrobky



Zdroj 33: Vlastní zpracování autorky

Obrázek 3: Premiové tabulkové čokolády, výběr autorky



Zdroj 34: Čokoláda.cz

Obrázek 4: Znamky kvality Academy of Chocolate



Zdroj 35: http://idilio.ch/uploads/tx_idilioorigins/AOC-2011_01.jpg

Obrázek 5: Znamka kvality Great Taste Awards



Zdroj 36: <http://www.gfw.co.uk/images/dynamicImages/image/Logos/GreatTasteAwards2013.jpg>