Česká technologická platforma pro potraviny

SČS
SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ, Z. Ú.
CZECH CONSUMER ASSOCIATION
www.konzument.cz

MOTTO:

Kvalita za spotřebitelem, spotřebitel za kvalitou

PUBLIKACE ČESKÉ TECHNOLOGICKÉ PLATFORMY PRO POTRAVINY

Miroslav Čeřovský,
Libor Dupal,
Irena Michalová

Jak poznáme kvalitu?

Lahůdkářské výrobky – tradice i trendy

LAHŮDKÁŘSKÉ VÝROBKY – TRADICE I TRENDY

Dr. Ing. Miroslav Čeřovský,
Ing. Libor Dupal,
Ing. Irena Michalová

Obsah

Předmluva 3
1 ÚVOD 4
2 STRUČNÉ DĚJINY LAHŮDEK 4
3 Sortiment lahůdkářských výrobků 5
3.1 Saláty 5
3.2 Pomazánky, krémy a pěny 5
3.3 Nakládané (marinované) uzeniny 5
3.4 Nakládané (marinované) sýry 5
3.5 Výrobky z ryb 5
3.6 Kusové lahůdkářské výrobky 6
4 LAHŮDKÁŘSKÉ VÝROBKY V TRENDECH 6
5 SPOTŘEBITEL ZA KVALITOU, KVALITA ZA SPOTŘEBITELEM 7
5.1 Požadavky na označování 7
5.1.1 Balené lahůdky 8
5.1.2 Zabalené lahůdky 8
5.1.3 Volně prodejné lahůdky 8
5.2 Výživové (nutriční) hodnoty 8
5.3 Cechovní normy 9
5.4 Trvanlivost a čerstvost 9
5.4.1 Faktory ovlivňující dobu použitelnosti lahůdek 10
5.4.2 Prodloužení doby použitelnosti konzervací 10
5.4.3 Čerstvé lahůdkářské výrobky 10
5.4.4 Poznáme podle data spotřeby čerstvost výrobku? 10
6 LAHŮDKY A SPOTŘEBITEL 11
6.1 Cesty lahůdkářských výrobků ke spotřebiteli 11
6.2 Čeho si všímat při nákupu lahůdek? 11
6.3 Možnosti využití lahůdek v domácnosti 12
7 MÝTY O LAHŮDKÁCH 13
8 NAD DOTAZY SPOTŘEBITELŮ 14
Slovo o autorech 16
Edice – jak poznáme kvalitu? 17

Publikace byla vydána za podpory Ministerstva zemědělství ČR v rámci priority pracovní skupiny Potraviny a spotřebitel při České technologické platformě pro potraviny.
ISBN 978-80-87719-65-7 (Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.)
ISBN 978-80-88019-33-6 (Potravinářská komora České republiky)

Předmluva

Kvalita je pojem velmi relativní, každý jedinec ji vnímá odlišně a z osobního – subjektivního pohledu. Potraviny kupujeme prakticky denně, proto se i cítíme být odborníky. A přesto si někdy (a možná často) nedokážeme dostupné informace a své obvykle mnohaleté zkušenosti vyhodnotit tak, abychom si vybrali výrobek, který by zcela splnil naše očekávání.

Je celá řada aspektů, které spotřebitel při nákupu potraviny bere v úvahu. Jeho rozhodování ovlivňují vědomé, ale často i podvědomé aspekty.

Jako „všelék" se často uvádí, že spotřebitel má všechny relevantní informace na etiketě. Označování potravin je široce regulovanou oblastí vnitřního trhu, a to zejména na evropské úrovni, ale i s jistou kompetencí na národních úrovních členských států EU. Není snadné se ve všech legislativních požadavcích orientovat. Některé informace dobrovolného charakteru mohou mít pro spotřebitele dokonce matoucí význam. Mezi ně bohužel náleží i některé značky kvality, které vždy nemusí mít pro spotřebitele věcně dostatečně vypovídající obsah, přidanou hodnotu, a tedy důvěryhodnost. Ale jak to poznat?

Na výběr zboží má nepochybně vliv vzhled obalu či forma balení; a samozřejmě reklama, byť její účinek na nás si mnozí odmítáme připustit. Ale nemůžeme podceňovat ani mediálně přetřásaná témata a „kauzy". Média nás při rozhodování velmi ovlivňují, bohužel nikoliv vždy ku prospěchu skutečně racionálního pohledu na věc. A co teprve různé „mýty" čile šířené médii – po internetu, ale i tradičními mediálními prostředky.

A konečně – cena. Ponechme stranou, že čeští spotřebitelé často „jdou po ceně" (ačkoliv snad už to není tak „žhavé"). Ale uvažme, že jsem spotřebitel, který „na to má"; vybere si podle nejvyšší ceny – a…?

Jak tedy vlastně nakupujeme? Na základě zkušeností – vlastních, rodiny a blízkých, známých či s využitím aplikací internetového sdílení. To se stává v praxi nejdůležitějším nástrojem používaným při nákupu.

Cílem naší edice, vydávané pod záštitou ČTPP a s podporou MZe, je, aby se každý uměl rozhodnout na základě složení a kvalitativních ukazatelů potravin a nenechal se ovlivňovat pouze cenou anebo reklamou. Jsme přesvědčeni, že na našem trhu je široká nabídka potravin – od domácích producentů i z dovozu, a to kvalitních i méně kvalitních. Za naprosto tendenční a zavádějící považujeme proto zlehčující invektivu, že naše země je „popelnicí Evropy". Spotřebitel si může vybrat a v tom mu chceme pomáhat, a to i touto publikací. Jsme si vědomi mnoha aktuálních problémů souvisejících s kvalitou potravin. Přesto věříme, že obecně je kvalita potravin velmi dobrá, a je na spotřebiteli, aby byla ještě lepší, protože svojí poptávkou nabídku a kvalitu na trhu ovlivňuje.

Ing. Libor Dupal, předseda pracovní skupiny Potraviny a spotřebitel při ČTPP a předseda správní rady Sdružení českých spotřebitelů

1/ ÚVOD

Lahůdky, přesněji lahůdkářské výrobky, jsou samostatnou skupinou potravin určených k přímé spotřebě bez dalších úprav. V užším smyslu za lahůdky považujeme výrobky studené a teplé kuchyně, výjimečné chuti a vzhledu, podávané zpravidla v malých porcích jako studené občerstvení (přesnídávka, svačina) či předkrm. Zejména dříve bylo jejich podávání spojeno se slavnostními příležitostmi. To jistě platí i dnes, ale použití je podstatně širší.

Běžně mezi lahůdky řadíme výrobky složené z více druhů převážně slaných potravin, distribuované ve zchlazeném stavu s omezenou dobou použitelnosti a určené k přímé spotřebě zastudena.

2/ STRUČNÉ DĚJINY LAHŮDEK

Lahůdkářská výroba prošla dlouhým vývojem. Již koncem devatenáctého století se rozvinuly specializované lahůdkářské firmy, které pro nás postupně objevovaly majonézové saláty, lahůdky z mořských i sladkovodních ryb, obložené chlebíčky a další, dnes již legendární výrobky. Tento vývoj přerušilo poválečné zestátnění soukromých firem.

Od padesátých let vznikala síť výroben lahůdek, z nichž mnohé existují v transformované podobě dodnes. Výroba v nich probíhala podle standardizovaných receptur, mnohé z nich jsou i v současnosti považovány za tradiční. Návrat k demokracii přinesl nejen „osvobození" od závazných norem a receptur, ale především rozvoj soukromých firem a návrat k dávné pestrosti nabídky.

Významný zásah do vývoje představoval rozvoj distribučních řetězců, které začaly na dodavatele, výrobce potravin, vyvíjet cenový tlak, který donutil výrobce v mnoha případech přizpůsobovat receptury, nahrazovat dražší suroviny lacinějšími a snižovat podíl dražších surovin ve výrobcích. Prosadily se balené výrobky s prodlouženou dobou použitelnosti. Aby byli výrobci potravin schopni čelit tlaku na cenu i na trvanlivost výrobků, začali ve větším měřítku používat přídatné látky.

Dnes je ovšem evidentní, že je velká část spotřebitelů, kteří chtějí nadstandardní kvalitu a jsou za ni ochotni připlatit. Navíc na současný trh působí i širší poptávka po recepturách ovlivněných novými či módními trendy, jako jsou zdravá a racionální výživa, vegetariánská či veganská strava a další. Lahůdkářská výroba tak získává zcela nový okruh spotřebitelů.

3/ SORTIMENT LAHŮDKÁŘSKÝCH VÝROBKŮ

Rozsáhlý sortiment lahůdkářských výrobků se člení na základě tradice, surovin, způsobu výroby a konzistence výrobků do několika základních skupin:

3.1 Saláty

Lahůdkářské saláty jsou směsi zpravidla jemně nakrájených surovin spojených majonézou nebo různými typy dresinků na bázi oleje, jogurtu, tvarohu, zakysaného mléka apod. Zahrnují řadu variant:

- s obsahem surovin živočišného původu – masa, uzenin, vajec, ryb nebo sýrů;
- s převažujícím obsahem surovin rostlinného původu – zeleniny, ovoce, luštěnin, obilnin, rýže, těstovin nebo texturovaných rostlinných bílkovin;
- obsahující fermentované suroviny – sýry, jogurty, tvaroh, kysanou zeleninu nebo fermentované salámy, v nichž se může uplatnit příznivý vliv živé kulturní mikroflóry.

3.2 Pomazánky, krémy a pěny

Tato skupina výrobků má zpravidla jemnou, řidší nebo hustší kašovitou strukturu, v případě pěn vylehčenou našleháním. Patří sem zejména výrobky:

- tvarohové a sýrové;
- s majonézovým základem;
- s kombinovaným základem tvořeným majonézou, tvarohem, jogurtem, rostlinným tukem, případně tavenými sýry;
- s obsahem masa, ryb, uzenin nebo paštik.

3.3 Nakládané (marinované) uzeniny

Marinované uzeniny stojí na pomezí lahůdkářských a masných výrobků. Jako nakládací lák se používá obvykle kořeněný octový nálev.

Tradiční „utopence" obsahují kromě uzeniny také cibuli, oblíbené jsou i varianty obsahující navíc feferony nebo paprikové řezy a ochucený rajčatový protlak. Do této skupiny můžeme zařadit i nakládané karbanátky v kořeněném nálevu, které jsou krajovou specialitou.

3.4 Nakládané (marinované) sýry

Nakládané sýry mají u nás poměrně krátkou tradici. Součástí nabídky lahůdkářských firem se staly snad díky receptům přivezeným z pobytů v Řecku. Sýry se u nás nakládají nejčastěji do řepkového oleje, ale v některých recepturách je obsažen i olej slunečnicový. V pestré škále koření se můžeme setkat s pepřem, bobkovým listem, novým kořením, bazalkou, oreganem, tymiánem, rozmarýnem. Další přísady zahrnují cibuli, česnek, pálivé papričky, sušená rajčata nebo olivy.

Vedle původní receptury s bílým sýrem typu feta, balkán nebo istanbul se u nás rozšířila varianta s hermelínem a dalšími sýry s bílou plísní na povrchu nebo také s olomouckými tvarůžky. Do této skupiny výrobků můžeme zařadit také nakládané papričky plněné krémovým sýrem.

3.5 Výrobky z ryb

Lahůdkářské výrobky z ryb se tradičně připravovaly převážně z kdysi levných mořských ryb, sleďů. V současnosti zahrnují velmi širokou nabídku produktů z marinovaných, solených a uzených sleďů i uzených

makrel, ale také z rekonstituovaného masa treskovitých ryb (surimi) a z masa vodních živočichů (korýšů, mlžů apod.). Příklady:

- studené marinády s obsahem rybího masa pod 60 % – zavináče, sledě v remuládě, matjesy v oleji apod.;
- teplé marinády (např. závitky v rosolu, pečenáče) s obsahem rybího masa pod 60 %;
- saláty z ryb;
- pomazánky, pěny a ochucené majonézy obsahující rybí maso.

3.6 Kusové lahůdkářské výrobky

Kusové výrobky představují jakýsi vrchol výroby lahůdek. Často jsou dokladem úrovně dovedností v lahůdkářském oboru. Zejména obložené chlebíčky jsou českou specialitou, nemající v jiných zemích obdobu. Bagety a sendviče s poměrně krátkou tradicí u nás nabývají na oblibě. Skupina zahrnuje tyto podskupiny:

- obložené chlebíčky;
- plněné pečivo (bagety, sendviče);
- aspiky (šunkové závitky v aspiku, vejce v aspiku, aspikové dorty apod.);
- obložená vejce a jiné kombinované výrobky;
- vaječné a maso-zeleninové huspeniny, mozaiky, rosoly;
- studené mísy vyrobené na zakázku.

U některých z uvedených skupin lahůdek se můžeme setkat i s výrobky, které jsou žádány skupinou konzumentů se speciálními požadavky na stravování, např. vegetariánská, veganská nebo raw strava, a rovněž i s výrobky vhodnými pro diety – bezlepkovou, bezlaktózovou a další.

Někteří lahůdkáři vyrábějí i výrobky typické pro jiné obory, například pečenou sekanou, studená pečená masa, vařené masné výrobky, ochucené hořčice, kečupy nebo majonézy, které se však běžně mezi lahůdkářské výrobky nezařazují. Také výrobky z ryb s obsahem masa nad 60 % se již z hlediska předpisů nepovažují za lahůdkářské výrobky.

4/ LAHŮDKÁŘSKÉ VÝROBKY V TRENDECH

Lahůdkářské výrobky jsou konzumovány při specifických příležitostech, kdy mohou spotřebitelé oceňovat jejich pohotovost a pohodlí při spotřebě.

Splnění základního očekávání spotřebitelů by mělo zaručovat použití kvalitních surovin a jejich zaručený podíl ve výrobcích spolu s dobrým chuťovým sladěním přísad. Zárukou této stránky kvality může být využití tradičních receptur a čerstvost, zejména u výrobků, jako jsou například obložené chlebíčky. Samozřejmostí je bezpodmínečné očekávání zdravotní nezávadnosti, které výrobci v naprosté převaze běžně splňují. A také přijatelná cena, to je ale pojem velmi relativní. Lahůdkářské delikatesy splní očekávání i nejnáročnějších labužníků, a tomu pak samozřejmě odpovídá i cena, která asi nebude „lidová".

Někteří spotřebitelé aktuálně požadují omezení počtu přídatných látek, zejména barviv, látek zvýrazňujících chuť a konzervačních látek. Oceňují i místní původ surovin a vyšší standard při jejich získávání (bio produkty, produkty organického zemědělství). Velkého pokroku v informovanosti bylo dosaženo zavedením značení alergenů a výživových údajů, takže se spotřebitelé mohou snáze zaměřit na výrobky lépe vyhovující jejich specifickým potřebám.

Již nyní roste skupina spotřebitelů, kteří vyhledávají autentické výrobky menších místních výrobců. Tito spotřebitelé oceňují ruční výrobu a originální recepturu. Roste podíl spotřebitelů, kteří vyhledávají lahůdkářské výrobky vhodné i pro děti a výrobky odpovídající současným výživovým trendům, zejména zásadám zdravého životního stylu nebo BIO výrobky. Uspokojení poptávky po takovýchto výrobcích, které obvykle nejsou distribuovány prostřednictvím větších prodejních řetězců, výrazně usnadňuje e-shopping. Tento nástroj umožňuje malým výrobcům vyrábět (a prodávat) pro dostatečně širokou klientelu, aby se jim výroba skutečně čerstvých lahůdek vyplatila.

5/ SPOTŘEBITEL ZA KVALITOU, KVALITA ZA SPOTŘEBITELEM

5.1 Požadavky na označování

Údaje, které spotřebitel najde v označení výrobku, jsou pro něj základní informací o jeho složení, tedy i o výchozí kvalitě. Obecně platí, že informace uváděné na potravinách:

- nesmějí uvádět spotřebitele v omyl, pokud jde o charakteristiky potraviny (nesmějí ani podle vzhledu, popisu nebo vyobrazení vyvolávat nesprávný dojem), nesmějí uvádět účinky nebo vlastnosti, které dotčená potravina nemá, a nesmějí vyvolávat dojem zvláštnosti, zejména výslovným zdůrazňováním přítomnosti nebo nepřítomnosti určitých složek nebo živin, pokud se stejnými charakteristikami vyznačují všechny podobné potraviny;
- musí být čitelné, přesné, jasné, spotřebitelům snadno srozumitelné;
- nesmějí připisovat potravině vlastnosti (nebo na ně odkazovat) umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit;
- údaje musí být uvedeny v českém jazyce.

Za informace o potravině odpovídá ten provozovatel potravinářského podniku usazeného v EU (výrobce, balírna, dovozce, distributor nebo obchodník), pod jehož jménem nebo obchodním názvem je potravina uváděna na trh.

V podnicích, které na tento podnik navazují, nesmějí být informace připojené k potravině upraveny, pokud by tyto úpravy mohly uvádět konečného spotřebitele v omyl nebo snížit možnost spotřebitele rozhodovat se při výběru potravin, a tyto podniky odpovídají za veškeré jimi provedené změny informací.

Informace o lahůdkách (stejně jako o ostatních potravinách) nesmějí obsahovat klamavé údaje a údaje, ze kterých při zohlednění způsobu, jakým jsou prezentovány spotřebiteli, zejména vyplývá, že:

a) potravina nebo její složka je „vhodná pro děti“, „domácí“, „čerstvá“, „živá“, „čistá“, „přírodní“ nebo „pravá“,
b) charakter potraviny je „dia“,
c) potravina je dietní nebo dietetická, nebo
d) potravina byla vyrobena podle náboženských nebo rituálních zvyklostí.

5.1.1 Balené lahůdky

Balenými lahůdkářskými výrobky se rozumí ty, které byly do spotřebitelského obalu zabaleny u výrobce a v tomto obalu jsou distribuovány.

Musí na nich být uvedeny následující údaje – název potraviny, seznam složek, alergenní látky, množství složky, čisté množství, datum použitelnosti (které se označuje slovy „spotřebujte do"), podmínky uchování, jméno a adresa odpovědné osoby, výživové údaje. Množství složek se uvádí pouze v případě, že je složka uvedena v názvu nebo ji spotřebitelé s tímto názvem obvykle spojují, na etiketě je zdůrazněna slovy, vyobrazením nebo grafickým znázorněním, je důležitá pro charakterizaci potraviny a pro její odlišení od výrobků, se kterými by mohla být zaměněna kvůli svému názvu nebo vzhledu.

Uvedené údaje musí být dobře viditelné, snadno čitelné, nesmazatelné, nesmějí být žádným způsobem zakryty, zastřeny jiným textem, kontrast mezi tiskem a pozadím atd., s velikostí písma min. 1,2 mm. Osvobozeni od povinnosti uvádět výživové údaje mají malé výrobny (do deseti zaměstnanců, obrat do 20 mil. Kč ročně).

5.1.2 Zabalené lahůdky

Termínem „zabalené potraviny“ se rozumí potraviny, které byly zabaleny bez přítomnosti spotřebitele prodejcem (např. v zázemí provozovny). Na takto zabalené lahůdky se vztahují stejné požadavky na značení jako na lahůdky balené.

5.1.3 Volně prodejné lahůdky

Lahůdky často nakupujeme formou pultového prodeje. Zde se obvykle nabízí „nebalené“ zboží (rozumí se nezabalené do spotřebitelských obalů). Prodávající požadované množství naváží, naměří či napočítá a za přítomnosti spotřebitele zabalí. Takto balená potravina nemusí být označena jako v případech balené či zabalené potraviny (viz výše).

Ale i pro nebalené výrobky musí být umožněno získat informace stanovené předpisy. Některé údaje musí být uvedeny přímo u výrobku, další údaje má povinnost spotřebiteli na vyžádání sdělit prodávající, a to následujícími způsoby:

- v těsné blízkosti je uveden název potraviny, jméno nebo obchodní název výrobce a jeho úplná adresa a samozřejmě i cena;
- na vyžádání spotřebitele musí prodejce sdělit nebo v blízkosti místa nabízení nebalené potraviny k prodeji viditelně a snadno čitelně uvést údaj o alergenech, obsahu složek (viz 5.1.1), o datu použitelnosti a další údaje stanovené pro balené potraviny.

5.2 Výživové (nutriční) hodnoty

Lahůdkářské výrobky zahrnují velmi širokou škálu výrobků a neplatí, že by všechny musely nutně mít vysokou energetickou hodnotu, mnoho tuků, cholesterolu a dalších látek, které jsou mnohými spotřebiteli sledovány. Výživová hodnota je dána složením každého výrobku. Z hlediska uvedení nutričních hodnot je výhodou balený či zabalený výrobek (vysvětlení v předcházející kapitole 5.1), na kterém musí být uvedena nejen energetická hodnota, ale i kompletní výživové údaje zahrnující obsah tuků, nasycených mastných kyselin, sacharidů, cukrů, bílkovin a soli. U volně prodejných výrobků (pultový prodej) tuto informaci získáme na požádání od prodávajícího.

Od povinnosti uvádět výživové údaje jsou osvobozeny malé výrobny do deseti zaměstnanců nebo s obratem do 20 mil. Kč ročně. Mezi tyto malé výrobny velmi často patří i výrobci lahůdek.

5.3 Cechovní normy

Jako protiváha dopadů tlaku na co nejnižší ceny se postupně objevovalo více iniciativ směřujících k podpoře kvality.

Jednou z takových iniciativ bylo zavedení značky Potravinářské komory „Vyrobeno podle České cechovní normy“. Spotřebitelé se s ní mohou setkat u vybraných výrobků, kde výrobce deklaruje shodu s oborově zavedenou normou. Se značkou se můžeme setkat u různých výrobků masných, mléčných a dalších, včetně lahůdkářských.

Základní principy normy navrhla Potravinářská komora ve spolupráci s partnery; pro lahůdkářské výrobky je příkladem nadstandardních parametrů zákaz použití některých přídatných látek – u výrobků s dobou použitelnosti do 5 dnů včetně dne výroby nesmí být použity kyseliny benzoová, sorbová ani jejich soli. V lahůdkách vyrobených podle cechovní normy musí být použity suroviny, které rovněž odpovídají požadavkům příslušných cechovních norem, např. majonéza pro lahůdkářské výrobky, hořčice pro lahůdkářské výrobky či salám pro lahůdkářské výrobky.

Informace ke značce a výrobkům, které soulad s příslušnou normou deklarují jsou k dispozici na adrese https://www.cechovninormy.cz/.

5.4 Trvanlivost a čerstvost

Tradičně se lahůdky připravovaly bezprostředně před spotřebou, i když mohly vedle čerstvých surovin obsahovat trvanlivé potraviny, jako jsou některé sýry, masné výrobky nebo různými metodami konzervovaná zelenina, např. sušená rajčata, fermentované olivy nebo sterilované, nakládané či kvašené okurky. Při přechodu na průmyslovou výrobu se doba mezi přípravou a spotřebou prodloužila na 48 až 72 hodin za podmínky uchovávání výrobků v chladu. Tento stav se udržel velmi dlouho, prakticky až do doby rozvoje distribučních sítí. Pro zlepšení hygienických podmínek a pro usnadnění manipulace s lahůdkářskými výrobky kašovité konzistence bylo zavedeno jejich balení do plastových misek s krycí fólií nebo s víčky, a současně byl prolomen do té doby platící zákaz tyto výrobky chemicky konzervovat. Postupně tak byly vyvinuty výrobky s dobou použitelnosti prodlouženou na 7, 14, nebo až 28 dnů. Bohužel prodloužená trvanlivost bývá velmi často doprovázena přítomností konzervačních látek.

5.4.1 Faktory ovlivňující dobu použitelnosti lahůdek

Lahůdkářské výrobky patří vedle cukrářských výrobků k potravinám, které nejsnáze podléhají zkáze. Jsou ideálním prostředím pro růst mikroorganismů.

Doba použitelnosti konkrétní potraviny (setkáváme se i s pojmem údržnost) je ovlivněna jejím:

- složením, a tím i odolností ke změnám, které vznikají působením mikroorganismů;
- přítomností kyslíku v jejím bezprostředním okolí nebo v obalu;
- teplotou a případně také vlhkostí okolního prostředí.

Způsoby uchování a prodloužení trvanlivosti:

- uchováváním v chladu, mimo přímé sluneční záření; obvykle při teplotě do 8 °C, je třeba dodržovat pokyny výrobce;
- přídavkem konzervačních látek.

5.4.2 Prodloužení doby použitelnosti konzervací

Zdravotní nezávadnost a údržnost výrobků nejvíce ovlivňuje růst mikrobů a jejich další projevy, které je možné za určitých okolností zpomalit přídavkem konzervačních látek. Smyslem chemické konzervace ale není snížit počáteční množství mikrobů v potravině (to chemická konzervace nedokáže), ale zabránit rozmnožování těch, které jsou v ní už obsaženy. Nejčastěji používané konzervační látky jsou kyselina benzoová E210 a kyselina sorbová E200 a jejich soli (E211 a E202). Ty jsou sice přirozeně obsaženy např. v brusinkách nebo v jeřabinách, ale pro účely konzervace potravin se používají jako čisté látky vyrobené synteticky. Ke konzervaci potravin se používají buď jednotlivě, nebo v kombinaci, v souhrnném množství nejvýše 2 g na 1 kg potraviny. V této koncentraci a při běžně nízké spotřebě takto konzervovaných potravin neohrožují lidské zdraví. Při každodenní konzumaci 300 až 500 g konzervovaných potravin by však mohly nepříznivě ovlivnit zejména mikroflóru zažívacího traktu, a proto se doporučuje omezovat nadměrnou spotřebu takto konzervovaných potravin.

5.4.3 Čerstvé lahůdkářské výrobky

Jednou z možností omezení spotřeby konzervovaných potravin je návrat k čerstvým potravinám včetně lahůdek, který by byl žádoucí i z dalších důvodů. V lahůdkářské praxi se jako čerstvé lahůdky označují výrobky s dobou spotřeby nejdéle do čtyř až pěti dnů ode dne výroby a v nichž se nepoužívají chemické konzervační látky.

Obecně je ale obtížné určit, jak dlouho mohou být potraviny označovány jako čerstvé, protože některé potraviny ztrácejí známky čerstvosti rychleji než jiné. Pokud pomineme na první pohled patrné změny, jako je vadnutí, uvolňování tekutiny, osychání nebo změna barvy, projevuje se stárnutí potravin také změnami chuti a vůně. Tyto změny nemusejí být vždy škodlivé a spojené s kažením. I domácí bramborový salát bývá chutnější po krátkém rozležení. Tak i lahůdkářské výrobky s prodlouženou trvanlivostí (např. balené saláty) mohou být chutné, ale po delší době se v nich ztrácí rozmanitost chutí po jednotlivých surovinách, typická pro čerstvé výrobky, a jejich chuť se spojuje v jednu víceméně společnou pro všechny součásti.

5.4.4 Poznáme podle data spotřeby čerstvost výrobku?

U lahůdkářských výrobků prodávaných pultově musí být uvedeno datum použitelnosti. Pokud se rozhodneme dát přednost čerstvým výrobkům, které nemají prodlouženou dobu použitelnosti, nemůžeme se orientovat podle data použitelnosti (které se označuje slovy „spotřebujte do"), protože stejné datum použitelnosti mohou mít výrobky vyrobené včera nebo i před měsícem. Údaj o datu výroby totiž není povinný a zpravidla se neuvádí. Ani lahůdkářské výrobky rozvažované u prodejních pultů nemusí být čerstvě připravené, přestože bychom to běžně očekávali.

Jediným rozlišovacím znamením je pak složení výrobků, v němž by se u čerstvých výrobků neměly objevit konzervační látky (např. E202 – sorban draselný, E211 – benzoan sodný).

Dobře si vybrat lahůdkářský výrobek nemusí být jednoduché. Měli bychom spoléhat na své předchozí zkušenosti s výrobcem i s prodejcem – zůstat věrní těm spolehlivým a jen opatrně se vracet tam, kde jsme byli zklamáni. Jak je zmíněno jinde, podporu prodeje čerstvých lahůdek s krátkou dobou použitelnosti může podpořit nákup přes internet, ale za stejné podmínky – zkušenost s daným výrobkem a výrobcem je nejlepším nástrojem pro výběr.

6/ LAHŮDKY A SPOTŘEBITEL

6.1 Cesty lahůdkářských výrobků ke spotřebiteli

Tradičně se čerstvé lahůdky prodávaly u pultů, kde prodavači navažovali saláty, pomazánky nebo aspikové a další vážené kusové výrobky a balili je do kelímků nebo do papíru, podobně jako chlebíčky, které skládali na papírové tácky a přebalovali dovedně složeným papírem.

S příchodem obchodních řetězců se objevily balené výrobky s prodlouženou dobou použitelnosti, určené pro samoobslužný prodej. Ve druhé polovině devadesátých let k nám pronikl fenomén salátových barů, kde si zákazníci sami nabírali saláty do krabiček a u pokladny platili jednotnou cenu podle velikosti krabičky. Tento způsob prodeje téměř zanikl z hygienických a bezpečnostních důvodů. Do současnosti se zachoval jen v rámci některých forem stravovacích služeb.

Dosud nejnovější trend představuje prodej lahůdkářských výrobků prostřednictvím prodeje přes internet s možností buď osobního odběru u výrobce, nebo s dopravou kurýrní či rozvozovou službou.

6.2 Čeho si všímat při nákupu lahůdek?

Při výběru se můžeme orientovat zrakem i čichem a vnímat vzhled i vůni prodejny. Často nás mohou upozornit i zdánlivé maličkosti, jako je orosený růžek vitríny nebo její na dotek studený povrch, které mohou svědčit o dodržení nízké teploty. Všímáme si čistoty nádobí, lžic, kleští, vah a dalších pomůcek pro nabírání a odvažování, čistoty rukou a úpravy vlasů prodavačů, stejně jako jejich návyků při používání rukavic, manipulaci s penězi nebo při bezděčných dotecích vlasů nebo obličeje rukama. Samotné výrobky by neměly mít oschlé a ztmavlé řezné plochy,

barevné rozdíly mezi starším povrchem a nověji odkrytými vrstvami nebo povadlé zeleninové ozdoby. Balené výrobky takto posoudit nemůžeme – u nich nám zbývá jen zkoumat informace na etiketě.

6.3 Možnosti využití lahůdek v domácnosti

Saláty, pomazánky a některé další lahůdkářské výrobky můžeme využít při rozvíjení vlastních gastronomických nápadů. Tyto většinou velmi chutné potraviny můžeme kombinovat se zeleninou a vhodnými druhy pečiva. Při podávání v menším množství spolu s dalšími potravinami a nápoji využijeme jejich chuťovou rozmanitost a přitažlivost, jejich hlavní přednosti, a omezíme jejich nevýhodu, kterou může být vyšší energetická hodnota.

7/ MÝTY O LAHŮDKÁCH

Asi největším mýtem tradovaným o lahůdkách je tvrzení některých výživových poradců a lékařů, že lahůdkářské výrobky jsou nezdravé. Toto tvrzení je zevšeobecňující, a proto zpochybnitelné. Vzniklo možná v době, kdy se majonézy připravovaly podomácku ze syrových vajec včetně vajec vodních ptáků, která byla často zdrojem salmonel. Již dlouhou dobu se majonézy vyrábějí výhradně z pasterovaných žloutků, takže výskyt salmonel z vajec je prakticky vyloučen.

Dalším argumentem byl obsah cholesterolu, který pochází ze žloutků v majonézových salátech. A majonézové saláty byly hlavním představitelem lahůdkářských výrobků. Podle aktuálních poznatků není zdravotní vliv cholesterolu z potravin významný. Poukazovalo se také na vysoký obsah tuku, a tím na vysokou energetickou hodnotu lahůdek. Současná výživová doporučení však více rozlišují tuky podle zastoupení mastných kyselin, oceňují zejména podíl omega-3 nenasycených mastných kyselin a připouštějí vyšší podíl energie z tuku na celkové energetické hodnotě. Současné nutriční značení potravin navíc umožňuje lepší kontrolu nad příjmem energie.

Lahůdkářské výrobky naopak mohou přímo (obsaženým podílem zeleniny) i nepřímo (kombinováním lahůdek se syrovou zeleninou a celozrnnými výrobky) podpořit velmi žádoucí příjem vlákniny.

8/ NAD DOTAZY SPOTŘEBITELŮ

Venku je 30 °C; zakoupila jsem pro rodinnou oslavu chlebíčky. Od nákupu domů uběhla cca 1 hodina. Do jaké doby by měly být zkonzumovány?

V tomto případě záleží na tom, jak jsou chlebíčky zabaleny. Pokud se cestou domů neohřejí na teplotu vyšší než 15 až 20 °C, můžeme je celkem bez obav spotřebovat týž den. Pokud se při dopravě zahřály více, měli bychom je spotřebovat bezodkladně po příchodu, snad nejvýše po krátkém zchlazení na teplotu kolem 15 °C, aby byly chutné.

Jak zjistím/ověřím čerstvost výrobku?

Jak je uvedeno v předchozích částech, ověřit čerstvost výrobku je obtížné, neboť neexistuje povinnost uvádět datum výroby. Můžeme se orientovat pouze smysly (zrakem, čichem, chutí) a nepřímými důkazy, jako je přítomnost látek prodlužujících dobu použitelnosti (údržnost), což zjistíme ze složení balených výrobků, a doba, která nás dělí od konce data spotřeby.

Na jaké informace mám právo, pokud kupuji vážené lahůdkářské výrobky u pultového prodeje?

Při nákupu u pultu máme právo být informováni o názvu potraviny, o výrobci, o jejím množství a ceně, o době spotřeby a o případném ošetření potraviny ionizujícím zářením (což u lahůdek prakticky nepřipadá v úvahu). Od roku 2014 jsou spotřebitelé povinně informováni také o přítomnosti těch složek v potravině, které vyvolávají alergie nebo nesnášenlivost. Jsou to lepek, vejce, mléko, ryby, korýši, měkkýši, skořápkové plody, arašídy, sójové boby, vlčí bob (lupina), sezam, hořčice, celer a oxid siřičitý v koncentraci nad 10 mg/kg nebo 10 mg/l. Podrobně viz kap. 5.1.3.

Jaké je datum použitelnosti u výrobků prodávaných pultově? Musí být vyznačeno?

Datum použitelnosti je prodejce povinen na vyžádání spotřebitele sdělit nebo v blízkosti místa nabízení označit.

Jaké konzervační přípravky a jaká barviva mohou lahůdkářské výrobky obsahovat?

Lahůdkářské výrobky se vyrábějí ze surovin, které již samy mohou obsahovat konzervační látky (např. dusitany v masných výrobcích). Pro prodloužení doby použitelnosti (údržnosti) lahůdek se zpravidla používá přídavek solí kyselin benzoové a sorbové, případně i látek upravujících kyselost, jako jsou kyseliny citronová, mléčná, octová, vinná nebo jablečná a jejich soli. Suroviny pro výrobu lahůdek jsou obvykle dostatečně barevné, takže se lahůdky zpravidla nedobarvují. Výjimku tvořily některé výrobky z ryb, které napodobovaly barvu uzeného lososa. V tomto případě se používaly kombinace žlutých a červených barviv, např. E100 kurkumin, E102 tartrazin, E110 žluť SY, E122 azorubin, E124 ponceau 4R. V současné době se ale od výroby těchto barvených výrobků z ryb upouští. Ve složení lahůdek se však mohou případně objevit barviva přenosem, např. z barvené hořčice.

Jsem alergický na konzervační látky, zejména oxid siřičitý, kyselinu benzoovou a sorbovou, ale mám rád saláty. Jak se mám orientovat v nabídce lahůdkářských výrobků, které jsou pro mě vhodné? Mám právo tuto informaci požadovat, pokud si kupuji nebalené vážené zboží u pultu?

V případě nákupu výrobků balených u výrobce nebo u zabalených výrobků (porcované a balené v zázemí prodejny bez přítomnosti spotřebitele) najdete informaci o přítomnosti těchto látek na etiketě. Pokud ale nakupujete vážené výrobky u obslužného pultu, je povinen vám tyto informace prodávající na vyžádání sdělit. Někteří prodejci poskytují takovou informaci písemně a viditelně poblíž vystaveného zboží, jejich povinnost to ale není.

Je možné navázat kontakt s výrobci lahůdek přes jejich e-shopy a najít výrobce čerstvých výrobků, kteří nepoužívají uvedené konzervační látky. Je to trend.

Jsou předpisy dána přesná hygienická pravidla pro prodej? Musí mít prodávající rukavice, může obsluhovat v „teplákové bundě", musí mít pokrývku hlavy, může zároveň manipulovat s penězi?

Hygienická pravidla jsou dána nejen pro prodej, ale pro všechny fyzické osoby přicházející při výrobě potravin nebo při uvádění potravin do oběhu do přímého styku s potravinami, pokrmy, zařízením, náčiním nebo plochami, které jsou ve styku s potravinami nebo pokrmy (tzv. „fyzické osoby vykonávající činnosti epidemiologicky závažné"), tyto osoby musí mít zdravotní průkaz a znalosti nutné k ochraně veřejného zdraví. Tuto povinnost stanovuje zákon na ochranu veřejného zdraví. Podrobněji je to rozpracováno ve vyhlášce Ministerstva zdravotnictví o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných. Vyhláška mimo jiné upravuje zásady osobní a provozní hygieny. Tam se mj. uvádí, že je nutno:

- pečovat o tělesnou čistotu a před započetím vlastní práce, při přechodu z nečisté práce na čistou (například úklid, hrubá příprava), po použití záchodu, po manipulaci s odpady a při každém znečištění je nutno si umýt ruce v teplé vodě s použitím vhodného mycího (případně dezinfekčního) prostředku;
- nosit osobní ochranné prostředky, zejména pracovní oděv, pracovní obuv a pokrývku hlavy při výrobě potravin. Pracovní oděv musí být udržován v čistotě a podle potřeby měněn v průběhu směny;
- zdržet se jakéhokoliv nehygienického chování na pracovišti (například konzumace jídla, kouření, úpravy vlasů a nehtů);
- mít na rukou krátce ostříhané a čisté nehty a ruce bez ozdobných předmětů.

Pokud máme podezření, že ze strany prodávajícího dochází k vážným porušením principů hygienického prodeje, jistě nejjednodušší a i logickou reakcí je odejít a do tohoto obchodu již nikdy nejít.

Správný postup ale je upozornit na svoji výhradu vedoucího prodejny. Pokud nepochodíme – uplatnit podnět u dozorového orgánu (Státní zemědělská a potravinářská inspekce, hygienická služba), možno i prostřednictvím například naší spotřebitelské organizace (Sdružení českých spotřebitelů).

Mám právo vidět na teplotu, při které jsou lahůdkářské výrobky v chladicí vitríně nabízeny? Platí tyto teploty i při prodeji nebaleného zboží?

Povinnosti prodávajících ve vztahu k teplotě výrobků jsou rovněž stanoveny obecně: „Suroviny, složky, meziprodukty a hotové výrobky, které mohou podporovat růst patogenních mikroorganismů nebo tvorbu toxinů, nesmí být udržovány při teplotách, které by mohly vést k ohrožení zdraví. Chladicí řetězec nesmí být přerušen. Jsou však povolena krátká období mimo prostředí s řízenou teplotou, je-li nezbytné se přizpůsobit praktickým podmínkám při manipulaci během přípravy, přepravy, skladování, vystavování potravin k prodeji a při jejich podávání, za předpokladu, že to nepovede k ohrožení zdraví." Na baleném lahůdkářském výrobku musí být vedle data použitelnosti uvedeny i podmínky uchování. Obecně by při prodeji potravin měla být dodržena teplota, kterou určil výrobce. Sledovat teplotu je povinností prodávajícího, ten ale nemusí o aktuální teplotě zboží při prodeji informovat kupujícího.

Při jaké teplotě mají být uchovávány a nabízeny chlebíčky?

Konkrétní teplota není obecně stanovena, určuje ji výrobce. Zpravidla je požadována teplota uchování do 8 °C, nejvýše do 10 °C.

Slovo o autorech

Dr. Ing. Miroslav Čeřovský, potravinářský technolog a mikrobiolog, absolvent VŠCHT v Praze, dlouholetý vysokoškolský učitel v oborech mikrobiologie a konzervace potravin. Od osmdesátých let se zabýval uplatněním principů HACCP v potravinářské praxi, spolupracoval s Českou společností pro jakost jako auditor systémů jakosti a bezpečnosti potravin. Od roku 2001 působí jako odborný poradce a v současnosti také jako tajemník Asociace výrobců lahůdek, z. s.

Ing. Libor Dupal, potravinářský technolog (VŠCHT) s praxí mj. v České obchodní inspekci a zejména v Úřadě pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví, kde v pozici ředitele mezinárodních vztahů koordinoval přípravu na vstup ČR do Evropské unie v oblasti volného pohybu zboží. Od roku 2002 pracuje ve vrcholných funkcích Sdružení českých spotřebitelů. Mezi oblasti jeho profesního zaměření patří samozřejmě kvalita a bezpečnost potravin, ale také bezpečnost dětských hřišť, zdravotní nezávadnost dětské obuvi či životnost výrobků. Dlouhodobě prosazuje hlubší zohlednění zájmů spotřebitelů ve standardizaci (je statutárním ředitelem Kabinetu pro standardizaci, o. p. s.).

Ing. Irena Michalová, absolventka VŠCHT Fakulty potravinářské a biochemické technologie. Zabývá se oblastí potravin po celý život. Pracovala ve výrobní sféře, v oblasti kontroly potravin, při tvorbě harmonizace norem (Potravinářský obchod, ČSNI) i právních předpisů pro potraviny na Ministerstvu zdravotnictví se zaměřením např. na hygienu potravin, přídatné látky, kontaminanty, mikrobiologii potravin. V obchodní sféře vykonávala práci Quality Managera vč. odborných auditů. V současné době je odborným poradcem pro potraviny pro Sdružení českých spotřebitelů, kde se podílí na přípravě příruček o potravinách „Jak poznáme kvalitu", přednáškách pro spotřebitele a na dalších aktivitách. Je členkou Společnosti pro výživu.

Edice – Jak poznáme kvalitu?

Publikace Sdružení českých spotřebitelů v edici Jak poznáme kvalitu? jsou vydávané v rámci priorit České technologické platformy pro potraviny. Mají podporovat vnímání kvality potravin včetně identifikace určujících kvalitativních činitelů při výběru potravin. Edice je každoročně rozšiřována o další komodity na trhu a jejími autory jsou vždy odborníci z daného oboru. Všechny publikace jsou dostupné ve formě tištěných brožur (do rozebrání) a elektronicky na webových stránkách http://www.konzument.cz/publikace/jak-pozname-kvalitu.php a http://spotrebitelzakvalitou.cz.

Vydané publikace:

Lahůdky – tradice a trendy (2018), Čeřovský, Dupal, Michalová
Podle čeho vybírat tuky a oleje (2018), Brát
Mražené krémy a zmrzliny (2017), Benešová
Ryby, ostatní vodní živočichové a výrobky z nich (2. přepracované vydání, 2017), Kavka
Svět kávy (2. přepracované vydání, 2017), Brzoňová
Vliv kulinární úpravy na nutriční hodnotu potravin (2017), Turek, Šíma, Michalová
Sója a sójové výrobky (2017), Dostálová
Pivo (2017), Mezerová
Vyvážená strava a zdraví (2016), Turek, Šíma, Michalová
Sýry a tvarohy (2. přepracované vydání, 2016), Čejna, Kopáček, Obermaier
Označování masných výrobků (2. přepracované vydání, 2016), Katina
Nealkoholické nápoje (2016), Čížková
Čaj (2016), Brzoňová
Obiloviny a luštěniny (2016), Sluková a kol.
Drůbeží maso a drůbeží masné výrobky (2015), Mates
Med (2015), Dupal, Kamler a kol.
Těstoviny (2015), Hrušková, Hrdina, Filip
Tuky, oleje, margaríny (2. upravené vydání, 2015), Brát
Mléko a mléčné výrobky (dotisk 2015), Kopáček
Hovězí a vepřové maso (2. přepracované vydání, 2015), Katina, Kšána ml.
Vejce (dotisk, 2015), Boháčková
Chléb a pečivo (dotisk, 2015), Příhoda, Sluková, Dřízal
O lahůdkách pro spotřebitele (2. upravené vydání, 2015), Čeřovský
Ryby, ostatní vodní živočichové a výrobky z nich (2013), Kavka
Svět kávy (2012), Brzoňová
Značení GDA na obalech potravin – navigace ve světě živin a kalorií (2011), Dupal
Nanotechnologie v potravinářství (2011), Kvasničková
Moderní šlechtění a potraviny. Co všechno potřebujeme vědět o potravinách z geneticky modifikovaných plodin? (2010), Drobník
RFID – radiofrekvenční identifikace: důvod k obavám? (2010), Pešek
Potraviny ošetřené ionizací (2009), Michalová, Dupal

... barevný svět v tisku

GARAMON
vydavatelství a tiskárna

knihy • prospekty
• katalogy • brožury
• plakáty • kalendáře
• výroční zprávy
• korespondenční
materiály • úřední
tiskoviny • noviny • časopisy
• další polygrafické výrobky

GARAMON s.r.o.
Wonkova 432
500 02 Hradec Králové

tel./fax: 495 217 101
e-mail: garamon@garamon.cz
www.garamon.cz

Ve spolupráci s Magistrátem vydáváme každý týden informační zpravodaj města Hradec Králové Radnice, do kterého zajišťujeme příjem inzerce.

Radnice - příjem inzerce
tel.: 495 499 086
mobil: 603 234 459
e-mail: radnice@garamon.cz

NÁRODNÍ AKREDITAČNÍ ORGÁN

Český institut pro akreditaci, o.p.s.

„Accredo – dávám důvěru“

Olšanská 54/3, 130 00 Praha 3, tel.: +420 272 096 222, fax: +420 272 096 221, mail@cai.cz, www.cai.cz

ČIA akredituje:

- ► zkušební laboratoře
- ► kalibrační laboratoře
- ► zdravotnické laboratoře
- ► certifikační orgány provádějící certifikaci produktů
- ► certifikační orgány provádějící certifikaci systémů managementu
- ► certifikační orgány provádějící certifikaci osob
- ► ověřovatele výkazů emisí skleníkových plynů
- ► inspekční orgány
- ► poskytovatele zkoušení způsobilosti
- ► výrobce referenčních materiálů
- ► environmentální ověřovatele programu EMAS

ČIA je členem mezinárodních organizací a signatářem multilaterálních dohod:

EUROPEAN ACCREDITATION
Evropská organizace pro spolupráci v oblasti akreditace (EA)

ilac-MRA
Mezinárodní spolupráce v oblasti akreditace laboratoří (ILAC)

IAF
Mezinárodní akreditační fórum (IAF)

Fórum akreditačních a licenčních orgánů (FALB)

PUBLIKACE ČESKÉ TECHNOLOGICKÉ PLATFORMY PRO POTRAVINY

Lahůdkářské výrobky – tradice i trendy; edice Jak poznáme kvalitu?, svazek 27, 1. vydání, autor © Dr. Ing. Miroslav Čeřovský, Ing. Libor Dupal, Ing. Irena Michalová; předmluva © Ing. Libor Dupal. Vydaly © Sdružení českých spotřebitelů, z. ú., a Potravinářská komora ČR v rámci priorit České technologické platformy pro potraviny, červen 2018. Obálka a grafická úprava Tomáš Vomáčka. Vytiskla tiskárna: Studio 66 & Partners s.r.o.

ISBN 978-80-87719-65-7 (Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.)
ISBN 978-80-88019-33-6 (Potravinářská komora České republiky)

PUBLIKACE ČESKÉ TECHNOLOGICKÉ PLATFORMY PRO POTRAVINY

Česká technologická platforma
pro potraviny
Počernická 96/272; 108 03 Praha 10 – Malešice
tel./fax: +420 296 411 187 (sekretariát)
tel.: +420 296 411 184-93
e-mail: foodnet@foodnet.cz
www.ctpp.cz · www.foodnet.cz

Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.
Pod Altánem 99/103
100 00 Praha 10 – Strašnice
tel./fax: +420 261 263 574
e-mail: spotrebitel@regio.cz
www.konzument.cz
www.spotrebitelzakvalitou.cz

Pracovní skupina Potraviny a spotřebitel při ČTPP: