

KDYŽ BUŘT

Složení: vepřové+hovězí maso (min 40%), sádlo, vepřové kůže, pšeničná mouka hrubá, sojový izolát, jodlá sůl s jodem (max. 3,1%), stabilizátory E450, E451, antioxidant E316, zahušňovadla E452, E407 a E412, E415, E1422, sacharidy, rostlinná vláknina, zvýrazňovače chuti E621, E635, extrakty koření, želírující látka E508, živočišná bílkovina, konzervant: E250.

Obsah tuku max. 40hm%.

Alergologické informace: Výrobek obsahuje lepek a může obsahovat sóju.

Složení: Vepřové maso 68%, pitná voda, hovězí maso 5%, vepřové kůže, bramborový škrob, jodlá sůl s jodem, stabilizátory E450, E451, dextróza, látka zvýrazňující chuť a vůni E621, směs koření a extraktů koření, antioxidanty E300, E301, zahušňovadlo E412, regulátor kyselosti E500, konzervant E250.

Obsah tuku max. 35%. Obsah soli max. 2,0%.

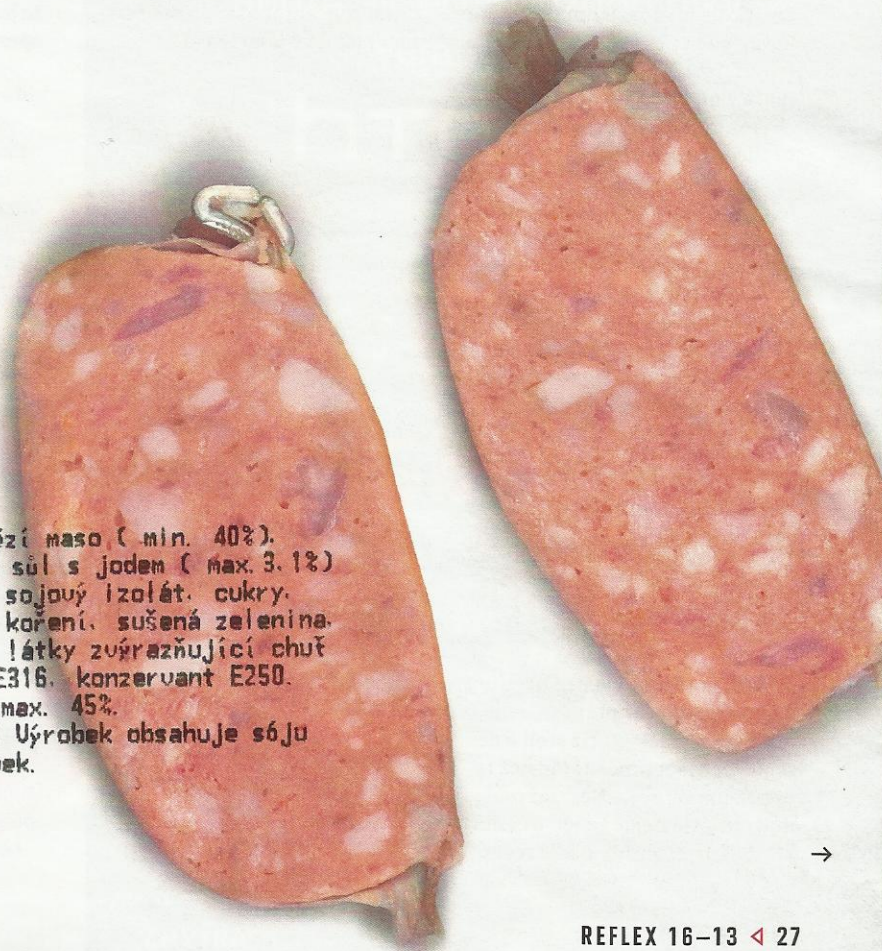
Alergologické informace: Může obsahovat stopy pšenice, vajec, mléka, sáji, pistácií, mandlí, celeru, hořčice.

KOUZLA S MASEM ANEB PODVODY ČESKÝCH HYPERMARKETŮ OČIMA ROMANA VAŇKA

NENÍ ŠPEKÁČEK

Salámy, párky nebo drůbeží špekáčky – ač spadají do kategorie takzvaných masných výrobků, mnohé z nich obsahují jen velmi malé množství masa. V některých dokonce libová svalovina vůbec není. Za absurdní stav mohou zákony, které nechávají výrobcům velkou volnost, a drzé triky prodejních řetězců. Jdou až tak daleko, že některé masné výrobky se sníženým podílem masa prodávají za stejnou cenu jako srovnatelný sortiment bez umělých přídatných látek.

TEXT PETR HOLEC KOLÁŽ REFLEX



Složení: Vepřové a hovězí maso (min. 40%),
sádlo, vepřové kůže, jedlá sůl s jodem (max. 3,1%)
, pšeničná mouka hrubá, sojový izolát, cukry,
bramborový škrob, extrakty koření, sušená zelenina,
stabilizátory E450, E451, látky zvýrazňující chuť
E621, E635, antioxidant E316, konzervant E250.
Obsah tuku max. 45%.

Alergologické informace: Výrobek obsahuje sóju
a lepek.

„**KDYBY SE S MALÝMI** změnami zachovaly státní normy, bylo by to ku prospěchu všech. Jejich zrušením vznikla džungle. A na špekáčcích je to nejpatrnější,“ říká Tomáš Hudera, uzenář, spoluautor populárních kuchařek Romana Vaňka a lektor Pražského kulinařského institutu (Prakul). Právě „špekáčky“, jejichž často skandální podobu Hudera s Vaňkem tepou ve webovém seriálu *Peklo na talíři*, nejlépe ilustrují, co je u nás špatně s potravinami. A proč jíme stále více masa bez masa.

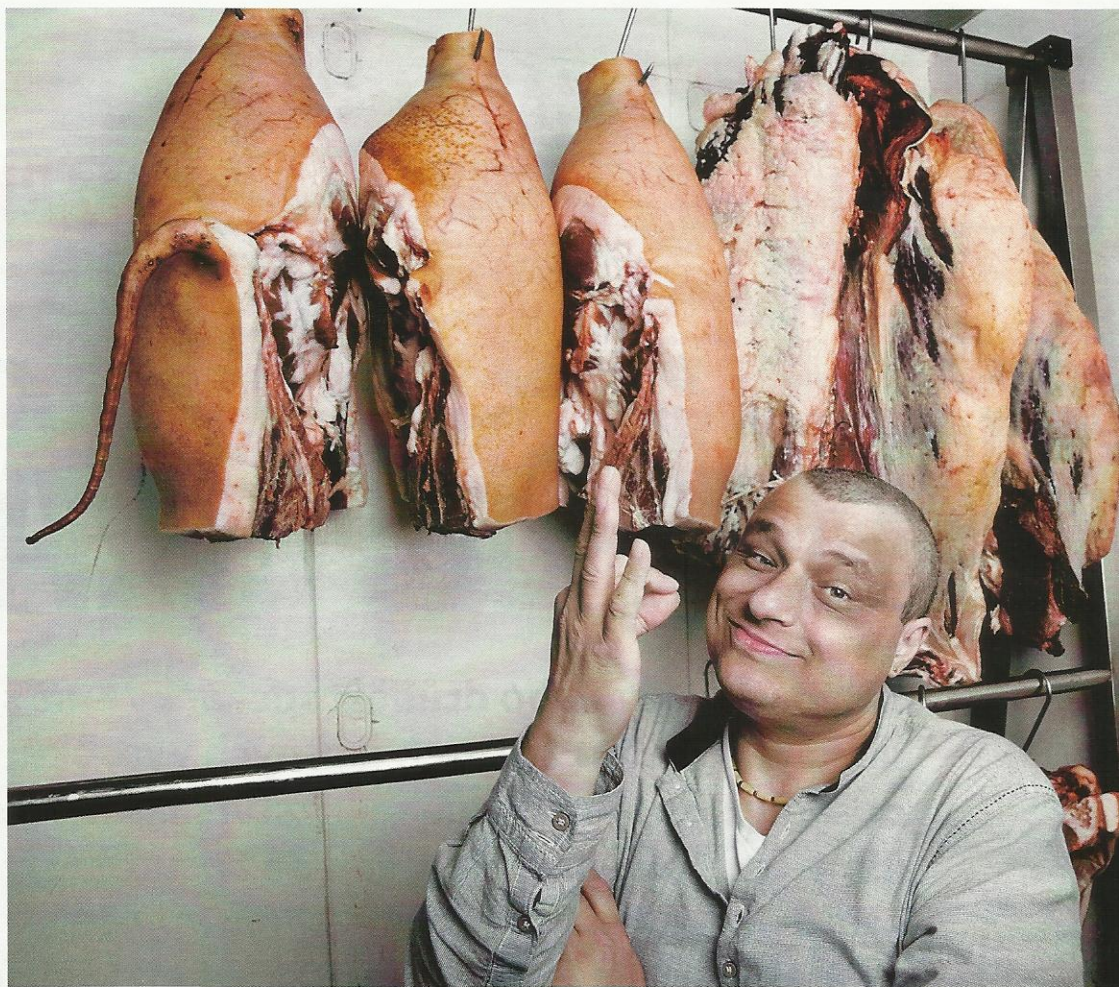
Hudera působí v uzenářství a řeznictví přes dvacet let, je už třetí generací známého pražského uzenářského rodu. „Tohle je živnostenský list mého dědy z roku 1924. Začínal v domě kousek odsud, ve stejné ulici,“ ukazuje ve své kanceláři hrdě na zeď. V Pražském kulinařském institutu Hudera vede tři kursy: zabijačku, párky a chleba s máslem a se šunkou. „Ten mám nejradši, protože je to pro lidi reálná věc na doma,“ vysvětluje uzenář.

I obyčejný chleba s máslem a šunkou je pro současný stav potravinářství, kdy z masných výrobků mizí maso, což výrobci i prodejci kamuflují stále vynalézavějšími názvy, jimž rozumějí pouze oni, víc než příznačný. Šunka totiž patří mezi nebezpečně ohrožené výrobky – poslední dobou jíme spíše šunkovou vodu než skutečnou šunkou. Ostatně stačí se podívat na podíl masa v ní, často bývá i poloviční. Zbytek tvoří přídavky, o nichž radši nechcete moc vědět.

„Učím lidi, že když si koupí opravdovou šunkou, zaplatí za ni sice víc, pak ale ušetří při konzumaci, protože jim jí na chlebu stačí míň,“ vysvětluje Hudera. A dodává: „Vše, co se u nás děje s kvalitou uzenin, je dané tlakem jejich nákupcích v hypermarketech. Jeden řetězec dokonce dělал dražby uzenin.“ Zkusil někdy

ZRUŠENÍM STÁTNÍCH NOREM VZNIKLA DŽUNGLE.

on sám prodávat vlastní uzeniny v hypermarketu? ptám se. Jeho poctivé špekáčky totiž stojí o deset až patnáct procent víc než ty hypermarketové. „Ne,“ zakroučí hlavou. „Ale nejde tu jen o cenu. My děláme uzeniny podle recep-



tur mého dědy, takže bez éček. Jenže v hypermarketech musí mít potraviny delší trvanlivost, a tu ty přírodní pochopitelně nemají. Naše párky, které obsahují devadesát procent masa, prostě stárnou podobně jako maso.“

LAHODNÝ SEPARÁT

„Podle dnešního zákona nemusí buřty obsahovat vůbec žádné maso anebo je výrobce schopen namlít do něj tchyni i s psí boudou. Takže jestli si chcete dnes na buřtu opravdu pochutnat, nesmíte kou-

pit buřt, ale špekáček,“ vysvětluje Vaněk divákům v *Pekle na talíři* věnovaném buřtům, co nejsou úplně tak buřty. „Špekáček musí obsahovat minimálně čtyřicet procent masa,“ doplňuje ho Hudera citací z vyhlášky ministerstva zemědě-



PODLE ZÁKONA NEMUSÍ BUŘT OBSAHOVAT VŮBEC ŽÁDNÉ MASO ANEBU JE VÝROBCE SCHOPEN NAMLÍT DO NĚJ TCHYNI I S PSÍ BOUDOU.

drůbeží separát - neboli, hezčeji řečeno, strojně oddělené drůbeží maso - připouští.

Co je ve skutečnosti masový separát, Hudera názorně předvádí na takzvaném výrobním salámu, hojně používaném například do salátů a pomazánek. Výrobce prostě vezme drůbeží skelet, včetně kostí a chrupavek, a prožene ho lisem. „Co projde, projde,“ popisuje proces Hudera. Poté přicházejí na řadu drůbeží a vepřové kůže, jež se nejdřív naloží, aby nabobtnaly a získaly na objemu. Pak se vše ochutí směsí koření, stabilizátorů a dalších jedů a stlačí do umělého střívačka a uvaří.

„A pak?“ ptá se Vaněk na osud výrobního salámu, jehož složení se příliš neliší od nevýrobních uzenin, které si běžně kupujeme. „Pak už to dostanou lahůdkáři a dají to do pomazánek a dalších produktů,“ končí Hudera jízdu gastronomickým peklem.

PODRAZ V REGÁLE

„Buřtík“ Kosteleckých uzenin splňuje normu, jeho složení tak není nezákonné. Je ale taková praxe etická a neklamavá? Jak máme znát normativní definice potravinářských výrobců my, zákazníci, když je podrobně neznají ani sami výrobci? Jak u regálů odhalit rozdíl mezi masem a masným výrobkem? Máme si snad na nákup vozit bichli potravinářských norem plných legračních názvů a lupu na etikety? „Ani já neznám normy dopodrobna. Stačí mi vědět, že je splňují mé výrobky,“ přiznává Hudera a ilustruje tak matoucí bizarnost situace.

Například v Bille v pražských Holešovicích jsem v regálu s uzeninami našel jak „špekáček“ od firmy Clever, tak již zmíněný „buřtík“; na první pohled je moc nerozeznáte a najdete kousek od sebe. Vyčíst z etikety rozdíl v jejich složení, pokud ho vůbec předpokládáte, zničí kvůli drobnosti písma zrak i lidem se zdravým očima. Udělal jsem malý test: Zeptal jsem se obsluhy uzenin, jaké mají špekáčky. Muž doplňující regály mi zcela automaticky ukázal jak „špekáček“, tak „buřtík“. Lingvisticky přemýšlel jako my, zákazníci.

Zeptal jsem se, co si o tom myslí v Bille. „Oddělování typově podobných produktů se nikdy neosvěd-

čilo. Osvěta mezi spotřebiteli už je podle našeho názoru poměrně velká a rozdíl mezi oběma produkty si většinou uvědomují,“ odpověděli. Řekněme, že osvěta mezi spotřebiteli je tak velká, že zatím nedolehla ani k jejich vlastnímu personálu (Billa ve svém vyjádření samozřejmě slíbila nápravu v daném hypermarketu).

A jak je možné, že obchod prodává špekáček i buřtík za téměř



stejnou cenu? Méně masa v kdysi tradičních masových výrobcích má být přece kvůli tomu, že chceme vše laciné. Nebo ne? „Cena špekáčků je vždycky vyšší než u ostatních produktů. Menší cenový rozdíl může být různými doda-

vately či původem a podobně,“ zdůvodňuje Billa.

„Pokud dají křehčené maso do regálu s masem, je to podraz hlavně na staré lidi, kteří to nepřechtou,“ myslí si Hudera. Na příkladu špekáčků a buřtů mi menším historickým exkursem vysvětluje, jak jsme se dostali do současného stavu, kdy zažitá potravinářské pojmy nabývají zcela nebývalých významů. Představte si, že by se u nás z vozovky najednou stala silnice s menším obsahem asfaltu ... Což vlastně není ideální příklad: i beze změny norem se to děje už dávno.

Tradiční, tedy masové složení špekáčků dlouho definovala státní norma. Pak jsme se ale od státních norem osvobodili jako od komunistů - a nastalo peklo. Od masa jsme totiž začali osvobozovat i špekáčky, párky a další masné výrobky. Až přišla zmíněná vyhláška ministra Fencla. „V té době to určitě byl pozitivní krok,“ myslí si Hudera. „Znovu se při výrobě uzenin →

Šéf Praculu **ROMAN VANĚK** mezi křehčeným masem ve špičkovém pražském řeznictví The Real Meat Society

ství z roku 2001. Je to ironie: Buřt, v Česku zhruba století synonymum masového špekáčku, skutečně nemusí obsahovat ani gram masa. Jako masný výrobek (EU si před časem nechala udělat velký spotřebitelský průzkum a nepřekvapivě zjistila, že za maso považujeme pouze libovou svalovinu) vyhláška totiž zná jen špekáček; zatímco do-buřtů je možné semlít skutečně téměř vše, čeho se výrobce chce zbavit.

Vaněk to v pořadu názorně ilustruje. „Tradiční český výrobce, Kostelecké uzeniny, tvůrce chuťových zážitků, prodává buřtík. Najdeš ho mezi špekáčky a buřty,“ ukazuje imitaci špekáčku Huderovi. Buřtík Andreje Babiše, majitele Kosteleckých uzenin, obsahuje třicet pět procent kuřecího masa, třicet procent kuřecí kůže, vepřové sádlo, drůbeží maso a zřejmě kvůli zdravější barvě i spoustu éček. „Tohle je pro mě dokonalé dílo drůbežářského lobbingu,“ vysvětluje Vaněk. Příslušnou vyhlášku číslo 326 někdejšího ministra zemědělství Jana Fencla jsem si našel. Špekáček skutečně definuje jako výrobek obsahující minimálně čtyřicet procent hovězího, vepřového nebo telecího masa, žádný separát. Současně však povoluje i takzvaný drůbeží špekáček, který naopak

ŘÍKAJÍ SI, JAK BYCHOM ČECHY ZASE OJEBALI? TO JE PROTO, ABY TI DOBYTČI MOHLI DO TOHO MASA NAPÍCHAT DVACET PROCENT VODY!

nastolila aspoň nějaká pravidla. Jenže většina malých výrobců věřila, že vyhláška bude tvrdší, protože v téhle podobě nic moc neřeší. Taky jsme netušili, že se v ní objeví drůbeží špekáček bez gramu drůbežního masa.“

A jak se tam vlastně vzal? Podle Hudery i Vaňka jde o lobbing producentů drůbežního masa, či spíše drůbežích separátů, kteří pro svou komoditu hledali větší odbytiště. „Jenže stejná situace jako u špekáčků a párků je i u ostatních uzenin,“ dodává Hudera. V salámech či klobásách je masa méně a méně.

UZENÁŘI ZA KATREM

„V téhle zemi se jde za hranu etiky, protože my máme její vnímání na mnohem nižší úrovni než na Západě. Už téměř nevíme, co je původní chuť,“ říká mi Vaněk ve své kanceláři v Praku, zatímco mi pyšně ukazuje starý jídelní lístek z pařížské restaurace, jež právě vydražil na webu. Veřejný nepřítel hypermarketů číslo jedna dobře ví, o čem mluví. Nedávno v *Pekle na talíři* rozvířil kauzu téměř masa, které v akci prodával za vyšší cenu než skutečné maso hypermarket Albert.

Pro svůj webový pořad Vaněk koupil v Albertu dvě čerstvé vepřové kýty bez kosti. Etiketa té první říká, že jde o stoprocentní maso; etiketa té druhé, prodávané v akci, uvádí následující složení: vepřová kýta bez kosti 88 procent, voda, sůl, stabilizátory, sirup, zahušťovadlo. „Tady Albert nalezl svoji legendární samolepčičku, že tohle maso napíchaný vodou a plný éček

je za výhodnější cenu. Jenže tady ti šmejdí počítají s naší blbostí: to maso stojí 118,90 koruny za kilo za výhodnou cenu. Jak je ale možný, že stejná vepřová kýta, která není napíchnutá, stojí taky 118,90 koruny za kilo?“ ptá se v pořadu Vaněk.

„V tom masu už je vodný a stočný,“ odpovídá kuchař a lektor Praku Zdeněk Marcín, jenž Vaňkovi sekunduje.

Z testu vyplývá, že v akci prodávané maso s nižším podílem masa je dražší než skutečné maso. Jde o jednoduchý princip, jak Vaněk s Marcínem ukazují i na příkladu „hovězí plece na pečení“. Etiketa

uvádí následující složení: 80 procent hovězí maso, pitná voda, jedlá sůl, glukózový sirup, regulátory kyselosti. Někde mezi skotem a zákazníkem se ztratilo dvacet procent masa.

„Říkají si, jak bychom ty Čechy zase ojebali?“ rozčiluje se nad masem Vaněk. „To je proto, aby ti dobytci mohli do toho masa napíchat dvacet procent vody! Oni tam ale nikdy nenapíšu, že je to maso. Oni tam napíší masný výrobek!“ Albert záhy vše vysvětlil podobně jako Billa. „Došlo na naši straně k chybě,“ píše se v oficiálním vyjádření hypermarketu. „Jedna z položek, konkrétně vepřová kýta

na pečení, byla přeceněna na cenovou úroveň standardní čerstvé vepřové kýty. Za tuto chybu se omlouváme.“

„Z Albertu mi volali, že neporušili zákon. A mají pravdu,“ říká mi Vaněk. „Jenže jde o to, že se neomluvili za to hlavní: že masný polotovar prodávají ve stejném regálu s masem.“ Jenomže pak by se hypermarkety musely omluvit za stále rozšířenější princip svého podnikání a zavřít; spousta masných výrobků dávno nemá s masem nic moc společného.

Na Radiožurnálu to ještě celkem diplomaticky formuloval Jan Katina, ředitel Českého svazu zpraco-



Typická česká masná nabídka: Poznáte, co je maso a kam výrobce namlel tchyni i s psí boudou?

KAŽDÉ (NE)MASO MÁ SVÉHO ZÁKAZNÍKA

Je to trochu perverzní, ale napíchnutí masa roztokem vody a různých konzervantů a barviv, které si v poslední době vysloužily nálepku jedů, připomíná injekci od lékaře. „Maso jede na pásu, nad kterým jsou nastříkovačové stroje. Jen je tam místo jedné třeba padesát jehel,“ vysvětluje šlechtící proces pražský řezník a uzenář Tomáš Hudera.

Nejde samozřejmě o úplně nový fenomén, takzvané křehčení – v podstatě tedy ředění masa – se u nás používá dobrých deset let. Objevuje se však u stále většího

počtu masných výrobků i druhů masa. Od ředění drůbežního masa, připomínajícího objemem i strukturou stále častěji mutanty, se rozšířilo i na maso, jež obvykle považujeme za stoprocentní, viz v hlavním textu zmiňovaná vepřová kýta. Představte si, jak si v restauraci vybíráte z jídelního lístku devadesátiprocentní kotletu s deseti procentním obsahem éček. Tomu se říká překvapení šéfkuchaře!

„Já bych to nezatracoval. Každé maso má svého zákazníka, ať už záměrně, nebo nevědomě,“ dodává k tomu Hudera. „Spousta

lidí opravdu nemá peníze a kupuje levnější maso. Nejdůležitější je, aby to bylo v obchodech jasně vyznačeno a oni o tom věděli.“ Což je problém. Zpracovatelé masa, stejně jako hypermarkety, vždy budou – podobně jako sofistikovanější zločinci či politici před zákony – svými informacemi daleko před zákazníky. Možná bychom se měli pomalu smířit s tím, že i nákup v hypermarketu připomíná koupi ojetého auta v bazaru; taky nikdy nevíte, co se skrývá uvnitř. Snad jen s tím rozdílem, že maso zatím pořád kupujeme nové.

vatelů masa: „Aditiva kolem dvaceti procent, to už je na zvážení zákazníka, jestli si chce kupovat polotovar s takto vysokým obsahem nástríku. Mně jako spotřebiteli by připadalo zvláštní, kdybych za maso s vysokým nástríkem vody měl platit stejnou cenu jako za čerstvé maso.“

Vaněk trik s méně masovým masem vysvětluje celkem prostě. „Prachy v masu dělá voda,“ říká. „Čím mladší maso, tím víc vody. Jenže mladé maso se téměř nedá jíst. Jeho chuť je mdlá a dá se jenom dusit, na jinou kuchyňskou úpravu se nedá použít. Steak se z něj neudělá. Přesto se u nás často prodává lidem hned, protože s vodou víc váží.“

I Vaněk pro mě má historický exkurs. „Národní listy z roku 1894 říkají, že každý uzenář musí mít v krámě vystaveno, kolik procent mouky obsahují jeho burty. Takže lidi vidí hned u konkrétního zboží, které kupují, jeho obsah. Porušení toho se tehdy trestalo až sedmi dny vězení. Jenže dnes se zákony nedělají pro lidi, ale pro potravinářskou lobby,“ myslí si Vaněk. Možná bychom mohli starou tradici oživit. Třeba jako méně bolestivý způsob, jak po prezidentské amnestii znovu zaplnit poloprázdná vězení.

ZDEGENEROVANÍ SLEVAMI

Hypermarkety obvykle brání své zboží stále nižší kvality a stále vyššího obsahu nejrůznějších náhražek tím, že jsme nejhorší slevoví fetišci v Evropě, jak potvrzují i různé průzkumy. Dejte nám do jedné ruky leták s akčním zbožím a do druhé nákupní vozík a slepě vymeteme regály, aniž bychom mnohdy příslušné zboží vůbec chtěli.

V celé metafyzické při o vejce a slepici hypermarkety logicky tvrdí, že první jsme byli na světě my, fetišci, oni se nám jen přizpůsobili; lidé jako Vaněk či Hudera oponu-



FOTO ČTK

Párky i špekáčky kdysi musely nést jasné informace o svém složení. Dnes stačí miniaturní etiketa, již málokdo přečte.

jí, že z nás hypermarkety nejdřív fetišáky udělaly a teď, když jsme závislí a už téměř nevíme, jak chutná skutečné maso, prodávají nám řezanou drogu za cenu čistého zboží.

Dražší masový polotovar než skutečné maso v Albertu stejně jako

v podstatě stejně drahý špekáček a „burťík“ v Bille dávají za pravdu spíš Vaňkovi s Huderou. Často tak kupujeme dacií za cenu mercedesu, ať už jsme slevoví fetišci, nebo ne. „Český člověk je zdegenerovaný slevami,“ vysvětluje Hudera. „Sle-

vy jsou ale všude na světě a spíš jde o to, jaká kvalita v nich je.“ Přesto věří, že se situace i navzdory průšvihům lepší. Za prvé se o kvalitě potravin hodně mluví a za druhé přibývá malých a středních výrobců kvalitnějších potravin. X