

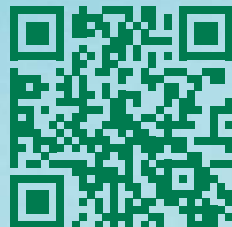
OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO TRADIČNÍ
MALOOBCHOD
03 | 2021
ROČNÍK VI



z obsahu

Pivo v genech (4)
Být udržitelný nesmí být jen
marketingový slogan (6)
Doba plastová! A co dál? (9)
Povinnosti prodejce potravin (10)
Diskriminace spotřebitelů
a nedodržování zákona (13)



ORIGINÁL JE JEN JEDEN,
NO MÔŽEŠ SI DAŤ AJ DVA.

NA ZDRAVIE,
ČESKO!



Originalni Slovenska Receptura

PROHLÁŠENÍ O GDPR

Vážení čtenáři,

dnem 25. 5. 2018 vstoupilo v účinnost Nařízení EU 2016/679 (GDPR), o zpracování osobních údajů fyzických osob. Abychom vyhověli jeho požadavkům, musíme Vás informovat o Vašich právech z hlediska ochrany osobních údajů a o tom, jak a v jakém rozsahu nakládáme s osobními údaji, pro jaké účely je využíváme a jaká máte práva v souvislosti se svými osobními údaji. Ve Vašem případě jde o poštovní adresu, na kterou je zasílán tento časopis a která mezi osobní údaje taktéž patří.

Vaši poštovní adresu používáme pouze k zasílání tohoto časopisu. Kromě smluvní distribuční společnosti ji nepředáváme žádné třetí straně a ctíme zásady zpracovávání osobních údajů. Pokud nadále souhlasíte se zasíláním tohoto časopisu, nemusíte na tuto informaci nijak reagovat.

V případě svého nesouhlasu, tedy pokud už časopis Obchodníkův rádce nechcete dále poštou dostávat, můžete se kdykoliv z rozesílání odhlásit. Stačí nám napsat e-mail na adresu

gdpr@lampyris-publishing.cz a my ukončíme zasílání na poštovní adresu, kterou u Vás registrujeme. Současně vymažeme veškerá Vaše osobní data s tímto související.

Redakce časopisu Obchodníkův rádce



Milé čtenářky, milí čtenáři,

další číslo našeho časopisu vychází v čase, kdy jaro plně předvádí svou sílu a přináší do našich dnů pestrost, barevnost, teploučko a mnoho slunečního svitu. Je to čas, který má většina lidí ráda. Zahrady se plní barvami květů a díky množství srážek je vše sytě zelené. Je pravda, že nás stále ještě znepokojuje koronavirové nebezpečí, ale příroda nám ukazuje také svou krásnou a vlídnou tvář. Proto jsme se rozhodli zaobírat se v tomto čísle tématy, která souvisejí s udržitelným rozvojem a starostí o to, aby prostředí, v němž žijeme, zůstalo zachováno pro nás, pro naše potomky i pro jiné druhy, než jsme my lidé.

Trvale udržitelný rozvoj a ekologie jsou témata, kterými se intenzivně zabývá také Plzeňský Prazdroj. Nejen o vodě, obalech a uhlíkové stopě, ale samozřejmě také o pivu jsme si povídali s emeritním sládkem panem Berkou. Udržitelnosti se věnuje také další článek, který je zaměřením nad změnami, jež přinesla doba koronavirová z pohledu spotřebitele, jak se změnilo jeho chování a preference a jaké jsou další směry, kudy se lze vydat. O obalech, především o plastech se dočtete hned vzápětí.

Další pojednání Vám připomene Vaše povinnosti jako prodejce potravin. Určitě neuškodí, když si osvěžíte, co musíte a nesmíte, a když se dozvíte, co se oproti minulosti změnilo. Není to příliš zábavné čtení, ale o to je důležitější. Malé připomenutí se týká prodeje tabákových výrobků. Následují obvyklé rubriky s tématy z České obchodní inspekce a Státní zemědělské a potravinářské inspekce. Opět apelujeme: dbejte na to, aby se ve Vašich prodejnách nenacházelo zboží, které tam být nesmí. Sledování webových stránek SZPI Vám s tím může pomoci. Na závěr si v daňovém kalendáři můžete zkontrolovat termíny povinností vůči správci daní.

A než se vrhnete do luštění sudoku, projděte si inzertní část, v níž na Vás čekají prezentace našich partnerů a Vašich stávajících či potenciálních dodavatelů. Nabízejí Vám svoje služby a produkty, které pro Vás mohou být užitečné.

Chtěla bych Vám za celou redakci popřát příjemné jarní a blížící se letní období, mnoho spokojených zákazníků, udržitelně rostoucí tržby a radost z podnikání.

Ing. Mgr. Daniela Řepová

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

časopis pro tradiční maloobchod
ročník VI, 3. číslo 2021 / dvouměsíčník

vedoucí redakce a příjem inzerce

Ing. Mgr. Daniela Řepová

repova@lampyris-publishing.cz

design

Hemispheres C&A Agency Ltd., org. sl. v ČR

DTP

Marie Bašťová

LA TAUPE, s.r.o.

vydavatel

Lampyris Project, s.r.o., divize Publishing

Pobřežní 370/4, 186 00 Praha 8

IČ 2752 9312 | DIČ CZ 2752 9312

www.lampyris-publishing.cz

distribuce SEND Předplatné spol. s r.o.

registrační značka MK ČR E 22338



PIVO V GENECH



POCHÁZÍTE Z RODINY, KTERÁ MÁ V PLZEŇSKÉM PRAZDROJI DLOUHOU TRADICI, ŽE? KAM AŽ SAHÁ?

Dvě generace dozadu. Děda pracoval v pivovaru od roku 1927, táta od roku 1947. Dělal na spilce, práci doslova miloval a občas mi o ní i vyprávěl. Dokonce jsem ho jako kluk v pivovaru často navštěvoval. Když si na to vzpomenu, vybavuje se mi chlad a vůně podzemí.

Po nástupu do pivovaru jsem pak měl na starosti dokvašování. Takže jsem přebíral to, co můj táta během kvašení vytvořil. A musel jsem mu potvrdit, že to udělal dobře, protože tak to prostě bylo dáno technologicky. Kdyby byla várka špatná, nemohl bych ji převzít. Časem jsem dělal tátovi dokonce šéfa, což není nic jednoduchého.

PIVO VÁS PROVÁZÍ CELÝ ŽIVOT. PAMATUJETE, V KOLIKA LETECH JSTE HO POPRVÉ OCHUTNAL? A KDY JSTE UVAŘIL PRVNÍ VÁRKU PIVA?

Už na základce jsem chtěl studovat chemickotechnologickou školu, protože kolem vaření piva se u nás v rodině vlastně všechno točilo. První várku jsem uvařil v patnácti letech jako brigádník a v roce 1980 jsem pak do pivovaru nastoupil natrvalo. Nezačínal jsem ale na varně, nýbrž ve zmíněném podzemí. Protože chuť piva ovlivňují všechny fáze výroby, je dobré taky všechny poznat.

DBÁ SE V DNEŠNÍ DOBĚ VÍCE NA EKOLOGII? NAPŘÍKLAD CO SE TYKÁ SPOTŘEBY VODY, POUŽITÝCH MATERIÁLŮ A OBALŮ?

Dbáme na ni obrovsky. Jen za posledních deset let jsme snížili spotřebu vody na výrobu jednoho hektolitrů piva o 40 %. Ted' se pohybuje někde okolo tří hektolitrů

vody na hektolitr piva. Snažíme se o co nejšetnější využívání vody v technických úsecích, a proto tam, kde to jde, používáme vodu opakovaně, například při umývání, oplachování atd. Velké téma je pak recyklace a znovuvyužívání obalů, tomu se věnujeme ve velkém. Loni jsme skončili s výrobou a distribucí piv Gambrinus a Radegast v PET lahvích, díky tomu ušetříme ročně 800 tun plastu. A do roku 2022 pak chceme přestat stáčet do plastových lahví pivo úplně. Letos jsme přišli s novou kompletně recyklovatelnou lahví Pilsner Urquell, hliníkový krček a plastovou nálepku jsme nahradili recyklovatelnou papírovou etiketou. Tím ušetříme přes 100 tun nerecyklovatelného odpadu ročně. A pracujeme s dodavateli i na zvyšování podílu recyklátu v našich plechovkách.

JAKOU MÁ PLZEŇSKÝ PRAZDROJ STRATEGII TRVALE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE?

Trvale snižujeme dopad našeho podnikání na životní prostředí. Vedle vody a plastů je

dalším významným cílem redukce uhlíkové stopy tak, abychom do roku 2030 dosáhli uhlíkové neutrality ve výrobě, do roku 2050 pak i v dopravě. Proto jsme například část naší distribuce převedli na železnici, používáme stále ekologičtější automobily s lepšími motory nebo testujeme nákladní elektroauta. Věnujeme se i odpadům, postupně směřujeme k bezodpadovému hospodářství. Třeba mláto, které zbývá z vaření piva, dnes dodáváme zemědělcům nebo z něj děláme chutné krekry. A zaměřujeme se na aktivity v oblasti odpovědné konzumace, diversity a péče o naše zaměstnance.

JAK JSTE ZVLÁDLI KOVIDOVOU KRIZI A S NÍ SPOJENÉ UZAVŘENÍ HOSPOD A RESTAURACÍ?

Koronavirová krize zásadně ovlivnila celé pivovnictví, nás nevyjímaje. Hlavně proto, že za normálních okolností prodáváme přes hospody a restaurace okolo 40 % naší produkce. Což je víc než u řady jiných tuzemských pivovarů i než je průměr českého





trhu. A ani zvýšený zájem o balené pivo v obchodech tento propad nedokázal kompenzovat. Takže jsme loni prodali o 111 milionů piv méně než v roce 2019.

OBJEVIL JSTE BĚHEM KOVIDU I NĚCO POZITIVNÍHO? JSOU NĚJAKÉ ZKUŠENOSTI, Z KTERÝCH BUDETE ČERPAT DO BUDOUČNA?

Bylo skvělé vidět, jak se loni na jaře lidi semknuli, a to ve velkém platí i u nás v Prazdroy. Dokázali jsme flexibilně reagovat, i přes novou a často obtížnou situaci jsme dokázali nepřetržitě zásobit obchody, přitom jsme dokázali nastavit maximální bezpečnostní a hygienická opatření, abychom chránili naše zaměstnance i naše obchodní partnery. Bylo to velké nasazení, za které všem patří velké poděkování. A myslím, že jsme ještě prohloubili vztahy s našimi zákazníky, ať už z řad obchodů, nebo z řad restaurací a hospod. A na tom budeme stavět i v budoucnu, protože Prazdroy není jen dodavatelem piva – jsme

partnerem, na kterého se mohou naši zákazníci spolehnout.

K PRAVIDLŮM 3R – RUCE, ROUŠKY, ROZESTUPY JSTE SPOLEČNĚ SE SVAZEM PIVOVARŮ A SLADOVEN PŘIDALI JEŠTĚ 3S. CO TO ZNAMENÁ?

Pohostinství dostalo během uplynulého roku velké rány a my jsme se mu snažili pomáhat, jak to šlo. A dokud se hospody a restaurace kompletně neotevrou, budou se ztráty hospodských prohlubovat. Proto ve spolupráci s Českým svazem pivovarů a sladoven podporujeme iniciativu Bezpečná restaurace, která ukazuje, že majitelé hospod jsou schopni nastavit taková opatření, která zajistí bezpečný chod podniků i bezpečnost návštěvníků. Takže vedle známého 3R máme ještě 3S, tedy pravidelnou dezinfekci stolů, důkladně umyté sklo a omezený počet lidí ve skupině.

V ČESKÉ REPUBLICE JSOU VAŠE PIVA NEJOBLÍBĚNĚJŠÍ A MAJÍ ZDE DLOUHOU TRADICI. VYVÁŽÍTE ALE I DO ZAHRANIČÍ. V KTERÝCH DALŠÍCH STÁTECH SKLÍZÍTE NEJVĚTŠÍ ÚSPĚCHY A S KTERÝMI ZNAČKAMI?

Naše piva vyvážíme do více než 50 zemí světa. Největšími odbytišti pro nás jsou tradičně Slovensko a Německo, dále pak třeba Polsko. Ale popularita našich piv, především ležáku Pilsner Urquell, roste i jinde, například v Asii. Kromě piva samotného se ale snažíme vyvážet i pivní kulturu. Školíme zahraniční výčepní, aby se uměli o pivo správně postarat, aby uměli čistit pivní vedení a aby věděli, jak správně pivo načepovat. Aby si člověk v zahraničí mohl vychutnat pivo stejně jako pivaři v Česku. A nesmím zapomenout, že velmi populární je v zahraničí i náš Velkopopovický Kozel.

JAKÉ NOVÉ PRODUKTY PLZEŇSKÝ PRAZDROJ CHYSTÁ?

Snažíme se neustále přinášet na trh novinky. Loni jsme měli osm nejlepších produktových inovací z TOP 10 podle agentury Nielsen. Skvěle se chytl Radegast Ratar, bodovaly nové ochucené Birelly nebo Frisco Mojito a Bellini. I na letošní rok jsme připravili spoustu novinek. V limitované edici nabízíme nový Radegast ROG IPA, rozšířili jsme řadu klasických Birellů o Birell stylu IPA a Za studena chmelený a přidali nové Frisco Strawberry Daiquiri. Poslední novinkou je Viper Hard Seltzer, perlivý nápoj se čtyřmi procenty alkoholu a jemnou příchutí limetky či brusinky. Je vyráběn přirozeným způsobem kvašení, podobně jako pivo. Ve světě je to hit a my nyní tuto novinku přinášíme jako první velký pivovar na tuzemský trh.

MÁTE V NABÍDCE I NĚJAKÁ SVRCHNĚ KVAŠENÁ PIVA, NEBO JEN LEŽÁKY?

Letos představil první svrchně kvašené pivo ve své historii náš pivovar Radegast, v lahvičce je k dostání Radegast ROG IPA. V době, kdy jsou otevřené restaurace, přinášíme každý měsíc jeden čepovaný speciál v rámci našeho programu Volba sládků. A mezi nimi jsou i svrchně kvašená piva. Ale většinu našeho portfolia tvoří spodně kvašená piva, tedy ležáky či výčepní piva.

CO BYSTE RÁD VZKÁZAL NAŠIM ČTENÁŘŮM?

Hlavně bych jim popřál zdraví a co nejrychlejší návrat do normálu. Tedy i to, aby si mohli zajít s přáteli na pivo do hospody. A samozřejmě aby to bylo už natrvalo, aby pohostinství ani obchody už nepostihla těžká situace, jakou jsme zažili v minulých měsících. Na zdraví!

Děkujeme za rozhovor.





BÝT UDRŽITELNÝ NESMÍ BÝT JEN MARKETINGOVÝ SLOGAN!

KORONAKRIZE ZMĚNILA PRIORITY SPOTŘEBITELŮ. MNOZÍ Z NICH ZAČALI VÍCE PŘEMÝŠLET O ŽIVOTNÍCH HODNOTÁCH I O TOM, JAK SE COBY LIDSTVO CHOVÁME K PŘÍRODĚ.

V rámci dlouhodobého rozvoje firem nesmí jít pouze o zisk, ale o udržitelný zisk. Navíc stále více nakupujících dává přednost výrobkům nebo službám, které vznikly tak, aby neubližovaly životnímu prostředí.

Jak říká staré čínské přísloví, když fouká vítr změn, někteří staví úkryty a jiní větrné mlýny. Proč nezůstat stát a využít měnící se dobu i priority spotřebitelů ukázal seminář, který počátkem září uspořádala společnost Press21 a časopis Retail News spolu s partnery, společnostmi Thimm pack'n'display a Procter & Gamble. Odborným garantem akce byl Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky.

EKOLOGIE SPOTŘEBITELE ZAJÍMÁ

Svět i dění kolem nás jsou v neustálém pohybu a s tím přicházejí změny. Kromě životního stylu spotřebitelů je to i jejich nákupní chování, které stále více ovlivňuje to, za jakých podmínek byly produkt nebo služba vyrobeny. „Zejména mladí zaměstnanci se začali zajímat, zda je jejich firma společensky odpovědná, a spotřebitelé se začali dívat do košíků, co nakupují,“ konstatuje Tomáš Macků, External Affairs Director

ve společnosti Ipsos. Ta již 10 let provádí průzkum, z jehož výsledků mimo jiné vyplývá, že lidé ekologickou situaci pocítují jako zhoršující se. Tuto skutečnost v současnosti deklaruje devět z deseti respondentů, v některých případech se hovoří dokonce o ekologické katastrofě. Odpovědi na otázky z výše zmíněného průzkumu naznačují, že společenskou odpovědnost respondenti vnímají především jako ekologii (39 %), vztah k zaměstnancům a péči o ně (14 %) a odpovědnost vůči společnosti obecně (11 %). Na druhou stranu je společenská odpovědnost vnímána jako prvoplánová nutnost, a lidé jsou proto k firmám nedůvěřiví. Mezi odpověďmi se vyskytují například tyto: „jedna velká přetvářka“, „asi je to spíš na oko, většina firem si buduje dobrou image, ale stejně jim nakonec jde jen o výdělek“, „tváří se jako společensky odpovědné, ale prvotní motivací je vždycky vlastní zisk a prospěch“. „Z toho vyplývá, že lidé jsou částečně nedůvěřiví a rozhodně nenaletí na vše,“ upozorňuje Tomáš Macků. Nicméně téměř polovina populace udává, že při nakupování bere společenskou odpovědnost v potaz, a dokonce 70 % Čechů deklaruje, že je ochotno si za takto vyrobený produkt připlatit. Otázkou je, zda se tak skutečně chovají. Preferencemi spotřebitelů zamíchala koronavirová situace. Oproti minulosti mírně poklesl zájem o životní prostředí, což je možné vysvětlit

zvýšeným zaměřením na zdraví jednotlivce. A protože se lidé bojí o práci, je v popředí zájmu respondentů také péče o zaměstnance a zájem o technologie. Nejméně ohrožena koronavirem se cítí mladá generace, nicméně obecně lidé pocítují obavu, že tu vír s námi zůstane dlouho a budou muset sáhnout hluboko do svých finančních rezerv. Skoro tři čtvrtiny Čechů začaly v důsledku současného dění více přemýšlet o hodnotách života a více než polovina začala přemýšlet o tématech, o kterých v minulosti nepřemýšlela. Velká část (64 %) jich také začala více šetřit, nicméně jen třetina začala nějakým způsobem omezovat aktivity na poli společenské odpovědnosti. „Cena za pandemii je vysoká a bude mít nejen ekonomický, ale i psychologický dopad. Úlohou manažerů bude postarat se o zaměstnance a nehnat se výhradně jen za ziskem. V popředí zájmu zůstane i po odeznění krize starost o životní prostředí, problematika globálního klimatu, plýtvání s potravinami nebo zájem o to, co jíme,“ predikuje Tomáš Macků.

DŮLEŽITÁ JE SPOLUPRÁCE VŠECH

Jak připomíná Irena Vlčková, generální ředitelka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, stále se najde mnoho těch, kteří tvrdí, že udržitelnost je důležitá, nicméně nevědí, jak by k ní ve skutečnosti mohli přispět. Jednou z oblastí, kde je udržitelný rozvoj

možné transparentně aplikovat, je zajištění dostatku potravin s minimálním dopadem na životní prostředí, a to mimo jiné snížením množství používaných pesticidů. Jak poukazuje, mnoho práce v oblasti udržitelného rozvoje v současnosti odvádějí obchodní řetězce, které spolupracují s lokálními dodavateli a vyvíjejí tlak na zákaz používání pesticidů nebo obsahu cukru v potravinách. „Důležité však je, aby došlo ke spolupráci v celém řetězci – zemědělci, zpracovatelé, spotřebitelé a státní správa. Je zapotřebí také podpora ze strany státu, která stále bohužel pokulhává,“ podotýká Irena Vlčková. Kovidová krize podle ní jasně ukázala, jak je v takto extrémní situaci při zajištění dodávek potravin pro obyvatelstvo nepostradatelný funkční celý řetězec.

DÁVEJTE O SVÝCH SNAHÁCH VĚDĚT

Téměř polovina lidí je přesvědčena, že pandemie změnila svět navždy, a 62 % se v souvislosti s ní domnívá, že se jim nějakým způsobem změnil život. „Lidé jsou vyděšeni ze změn, které se odehrávají v tak krátkém čase, nicméně zároveň se ukazují, že jsou ochotni zkoušet nové věci. Karanténa nás posunula o deset let dopředu,“ uvádí Jaroslav Malina, Chief Digital Officer ve společnosti McCANN Prague. Domov již není místem, kam se vracíme, ale odkud vycházíme. Změnil se způsob používání technologií a pro mnohé se osvědčila práce z domova. „Lidé začínají preferovat značky, které se starají o zdraví spotřebitelů i zaměstnanců. I když to již mnoho firem dělá, příliš tuto aktivitu nekomunikují a neumějí ji prodat,“ konstatuje. Jak dále podotýká, i ve vypjaté době funguje efekt „lipstick“, což znamená, že i když lidé nemají peněz nazbyt, stále mají potřebu koupit si alespoň nějakou luxusní maličkost. „Mnozí lidé, kteří v krizi zažili trauma, si také daleko víc váží toho, co mají. Cení se poslání a solidarita. Pro lidi je důležité, jak značky v současné situaci pomáhají. Nicméně je opět otázka, kolik z nich to svým zákazníkům dokáže skutečně sdělit,“ upozorňuje Jaroslav Malina. Představil čtyři strategie, jak je možné k současné situaci přistoupit. V prvním případě jde o to přežít (osekat náklady a až to skončí, budeme obnovovat), v druhém utéct (zavřít firmu), ve třetím bránit se (snažit se zachovat si podíl na trhu) a ve čtvrtém vstát krizi jako příležitost (přizpůsobit se a vyjít silnější). Jak připomíná, krize vždy spouští vlnu kreativity, což se mimochodem promítá na

počtu podaných patentů. Pro nastartování růstu nyní existují tři kritické oblasti. Tou první je udržet byznys v turbulentní době pod kontrolou, být relevantní a přemýšlet nad přidanou hodnotou pro zákazníky. Druhou je optimalizace nabídky produktů či služeb a benefitů tak, aby byznys model zůstal udržitelný dlouhodobě. Třetí oblastí je hledání cest pro úspěch podnikání v době restartu a položení si otázky, jaká bude naše role v novém prostředí? „Právě nyní nastává příležitost pro nové značky a výrobce, protože lidé mají ochotu zkoušet nové věci. Mnoho firem právě teď škrtá své badžety. Nedělejte to. Dělat byznys je jako běžet maraton – pokud hned na začátku získáte byt jen malý náskok, bude pro peloton jen těžké vás dohonit,“ vzkazuje Jaroslav Malina.

SPOTŘEBU MŮŽE OVLIVNIT SÁM VÝROBCE

O tom, aby nejen výroba, ale také spotřeba byla udržitelná, dnes v mnoha případech mohou rozhodovat značky. A to nejen tím, jak se samy chovají, ale také nabídkou konkrétních produktů. „Snažíme se vždy najít správný poměr toho, co spotřebitel od značky očekává z pohledu výkonu a kvality a pohledu toho, jak takový produkt vyrobit ekologicky a v rámci udržitelnosti. Do roku 2030 jsme si například dali závazek, že dosáhneme uhlíkové neutrality,“ popisuje Barbora Líška Kratochvílová, marketingová ředitelka Procter & Gamble pro Českou republiku. K dalším závazkům patří například to, že 100 % značek této firmy bude umožňovat odpovědnou spotřebu a 100 % obalů bude buď znovupoužitelných, nebo plně recyklovatelných. Firma například vyvinula suchý šampon, aby si spotřebitelé nemuseli mýt vlasy každý den a nedocházelo k nadměrné spotřebě vody. Stejně tak se zaměřuje na prací prostředky, které jsou biologicky rozložitelné a plně funkční již při nízkých teplotách, takže jsou šetrné k přírodě a šetří i elektrickou energii. Nicméně právě zde je zapotřebí na spotřebitele působit edukativně, aby si uvědomili, že například ohřev vody spotřebuje až 70 % energie vynaložené na vyprání prádla a každý stupeň, o který sníží teplotu prací lázně, může znamenat z globálního hlediska obrovskou úsporu. „Další cestou je snížení obsahu plastů na obalech nebo zvýšení podílu recyklovaných plastů. Jen díky tomu, že jsme upravili víčko na jednom z našich produktů, jsme celosvětově ušetřili téměř tři a půl tisíce tun plastů,“ konstatuje Barbora Líška

Kratochvílová. K iniciativám firmy patří také spolupráce s výrobci praček, s kterými se společně snaží vzdělávat spotřebitele a přizpůsobovat prací programy.

ECR CHYSTÁ VÝZKUM

Jednou z cest k udržitelnosti v oblasti obchodu může být zavedení digitální účtenky. I když v současnosti stále naráží na některé překážky, v omezené podobě u některých obchodníků již v podstatě funguje. Jak uvádí Tomáš Martoch, koordinátor Česko-Slovenské iniciativy ECR GS1 Czech Republic, jsou současné účtenky velmi nákladné a mnohé i nerecyklovatelné. Díky digitální účtence by v budoucnu bylo možné kromě jiného monitorovat udržitelné potraviny a mohly by pomáhat také při stahování potravin z trhu, pokud by hrozilo nějaké nebezpečí. ECR (Efficient Consumers Response) je nezisková organizace usilující o spolupráci a sdílení zkušeností a nejlepší praxi, která sdružuje výrobce, obchodníky, poskytovatele služeb i vědce. Díky ní mimo jiné fungují programy jako Food Waste, který se ve spolupráci s VŠE Praha zabývá využitím neprodaných potravin. Nyní ve spolupráci s partnery připravuje rozsáhlý výzkum zaměřený na to, jak Covid-19 posunul vnímání udržitelnosti a co pro spotřebitele znamená víc: ochrana planety a jejích zdrojů, nebo ochrana nakupujícího? „Důležité je poznat, jak se změnil chování domácností. Cílem je, aby náš výzkum dal odpověď na otázku, co je v rámci udržitelnosti prioritou pro firmy a pro spotřebitele,“ vysvětluje Jiří Zeman z Katedry obchodního podnikání a komerčních komunikací na Vysoké škole ekonomické v Praze.

JE TŘEBA PŘEJÍT NA CIRKULÁRNÍ MODEL

Jak ukázal Vladimír Víšek, manažer pro udržitelnost ve společnosti Ikea v regionu CZ/HU/SK, do budoucna bude důležité přejít z lineárního na cirkulární model podnikání. Zatím pouze 9 % surovin, které lidstvo vytežilo, dokáže do výrobního procesu opět vrátit. Zbytek skončí jako odpad. Je zapotřebí přejít na podobný systém, jako používá příroda. V té něco vyroste, využije se a po použití se opět přemění na humus, potřebný pro růst nového. Ikea se proto zavázala, že do roku 2030 budou všechny její produkty splňovat principy cirkulární ekonomiky. „Budou také modulární, což znamená, že pokud doslouží, bude je možné rozmontovat a materiál z nich použít jinde. To, co jiní považují za odpad, je pro





nás surovina. Z odpadového skla například naši designéři vytvářejí vázy, z vodního hyacintu, který je jinak urputným plevem, u nás vzniká prostírání. Už před pár lety jsme spustili službu Druhý život nábytku, kdy nám zákazníci nabídnou použitý nábytek a my jej dokážeme nabídnout i se zárukou tomu, komu ještě poslouží," říká Vladimír Víšek. Zajímavý projekt zkouší firma od jara v České republice, a to sdílený nábytek. Jedné z českých společností se rozhodla zapůjčit vybavení kanceláří.

SPORIT JE MOŽNÉ I TISKEM

Pokud se jí firma zhostí správně, může k udržitelnému rozvoji značnou měrou přispět také digitalizace. Na obalu je možné použít například QR kód, který využívají všichni v celém procesu od výroby obalu přes výrobce produktu, který je v něm zabalen, až po obchodníky. Nejprve k identifikaci obsahu, ale také je do něj možné například zakódovat složení produktu nebo, pokud mají spotřebitelé aplikaci obchodníka, je možné QR kód využít marketingově pro zvýšení loajality. K úsporám přispívá také digitální tisk, a to nejen díky možností výroby menších sérií a nižší spotřebě barvy, ale k úsporám dochází také přehodnocením toho, co všechno je skutečně nutné potisknout. „Je skutečně zapotřebí použít potisk na celý obal, když jeho velká

část stejně není vidět?“ ptá se Jan Teplý, ředitel obchodu, marketingu a nákupu ve společnosti Madeta. Ve spolupráci s firmou Thimm pack'n'display provedla Madeta pokus, kdy vyrobila dva obaly. Jeden byl potištěn z 56 %, druhý ze 13 %. V principu je zákazníci vnímali prakticky stejně, nicméně druhý byl mnohem ekologičtější. Jak ale upozorňují Jan Teplý i Martin Hejl, jednatel Thimm pack'n'display, vždy je třeba provádět test, zda navržené řešení funguje. Rada Jana Teplého tedy zní: zkoušejte, testujte a hledejte nové cesty, kde je možné nacházet úspory. Nezůstávejte u tvrzení, že pokud něco v marketingu funguje, nemělo by se to měnit. „Výhodou je fakt, že je možné provádět testy na malých sériích a je možné vytvořit produkt, který bude fungovat stejně dobře, ale navíc bude ekologický,“ dodává Martin Hejl.

UDRŽITELNOSTI POMÁHÁ CERTIFIKACE

Celých 55 % českých spotřebitelů zná značku Fair Trade a 33 % přesně ví, co znamená a co se za ní skrývá. Jednou z cest k udržitelnému rozvoji je právě certifikace Fair Trade. „Rodiny, které pěstují kávu, jsou na tomto produktu často naprosto závislé. Navíc jde často o nevzdělané lidi, kteří se na poli velkých hráčů těžce orientují a nejsou schopni v tvrdém ringu kávového byznysu

obstát. Právě pro ně by nákup certifikovaných produktů mohl představovat zlepšení životních podmínek,“ konstatuje Tomáš Bílý, externí konzultant pro Fairtrade Česko a Slovensko. Patrně nejznámějším produktem s touto značkou je káva, ale významné jsou také další plodiny jako kakao nebo řezané květiny. Kromě značky Fair Trade je možné využít pro udržitelný rozvoj i mnoho dalších certifikací. Jde například o UTZ, která se používá pro kávu, kakao, čaj nebo lískové ořechy. „I když to u nás přímo nevidíme, pomáhají v Africe nebo jiných chudých zemích. Pokud se výrobce rozhodne nechat certifikovat, říká tím, že podporuje udržitelnou zemědělskou výrobu,“ konstatuje Hana Brožková, auditorka Bureau Verita Certification CZ. Podobné certifikáty je možné získat také pro udržitelný palmový olej (RSPO) nebo udržitelný rybolov (MSC). Jak připomíná Veronika Váchová, ředitelka České federace potravinových bank, plýtvání je možné snížit spoluprací s potravinovými bankami. Jídlo, kterému skončila expirace, může pomoci lidem v nouzi. To si naštěstí uvědomily i obchodní řetězce a zemědělci, kteří je nabízejí potravinovým bankám. „Je však třeba, aby tato činnost dávala smysl všem: obchodníkům i lidem, kteří tyto potraviny zachraňují pro druhé,“ uzavírá Veronika Váchová.

Zdroj: Retail News

DOBA PLASTOVÁ! A CO DÁL?

Bez plastových výrobků si už asi jen těžko dokážeme život představit. Plasty patří k nejpoužívanějším výrobním a obalovým materiálům. Všudypřítomně nás obklopují a jejich využitelnost stále roste. Aby ne, dají se jimi nahradit nejrůznější dražší materiály jako dřevo, kov nebo sklo. Jsou lehké, odolné a dobře tvarovatelné. Potraviny zabalené v plastech se pomaleji kazí, takže předcházejí plýtvání a vyhazování jídla. Bohužel nic není dokonalé – ani plasty.

Jejich hlavní nevýhodou je dlouhá doba rozkladu, protože chemická struktura většiny plastů je odolná vůči mnoha přírodním degradačním procesům, což v kombinaci s celosvětově špatnou recyklační morálkou představuje problém. Statistiky EU uvádějí, že se v Evropě ročně vyprodukuje okolo 27 milionů tun plastového odpadu a recyklováno je pouhých 30 %. Ve světě, například v Africe či chudších zemích Asie, je situace často ještě horší. Zbývá část končí na skládkách a tam se pomalu rozkládá na mikroplasty, které se dostávají do půdy, vzduchu, řek i oceánů, kde se hromadí. Jsou přítomny v pitné vodě a stávají se součástí potravního řetězce živočichů, člověka nevyjímaje.

Kvůli masivnímu znečištění planety se proto Evropská komise zabývá vymyšlením strategií oběhového hospodářství tak, aby byly plasty opětovně použitelné, opravitelné a recyklovatelné. Politici jednotlivých států postupně přicházejí s novými zákazy a směrnicemi. V České republice by měl nový zákon o zákazu jednorázových plastů platit již od 1. 7. 2021. Bude se týkat pouze části jednorázových výrobků: půjde o vatové tyčinky, plastové přístroje, talíře, brčka, míchátko, tyčky k balonkům, nádoby na potraviny, kelímky a nádoby na nápoje z expandovaného polystyrenu a výrobky z oxo-rozložitelných plastů. Ještě rok bude možné doprodávat zásoby. Roční spotřeba těchto výrobků by se měla snížit o zhruba 1,77 miliardy kusů.

Nová legislativa také řeší rozšířenou odpovědnost výrobce, jež se týká evidence odpadového hospodářství, značení

vybraných jednorázových plastů i osvětu koncových uživatelů. Zákon ukládá také další novou povinnost. „Výrobci například cigaret s filtrem se budou podílet na úklidu odpadů z jejich výrobků v obcích. Mělo by docházet ke spolupráci výrobců s obcemi prostřednictvím kolektivních systémů, obce tak získají finanční příspěvky na úklid,“ sdělil resort životního prostředí v tiskové zprávě.

Mezitím vědci z celého světa vymýšlejí nové technologické postupy a ekologičtější alternativy k plastovým výrobkům a hlavně obalům. Pojďme se podívat na klasické i méně tradiční nápady.

BIOPLASTY

Tímto pojmem označujeme plasty, které jsou vyrobeny z obnovitelných zdrojů rostlinného nebo živočišného původu. Klasické plasty jsou vyráběny z neobnovitelné ropy, což je kvůli jejím tenčícím se zásobám dlouhodobě neudržitelné. Nejčastěji je vyráběn bioplastový materiál PLA, což jsou polysacharidy extrahované ze škrobu (kukuřičného, bramborového, obilného aj.). Dále lze jako obalový materiál na potraviny využít bioplast z agarů, který se získává z mořských řas. Používá se také kombinace pšeničné slámy s podílem ABS plastu.

Většinou mají tyto bioplasty kratší životnost a také u nich platí, že by se neměly dostat do přírody. Ne všechny jsou totiž přirozeně rozložitelné, nebo jen za určitých podmínek.

KONOPNÉ PLASTY

Různé části technického konopí se využívají různými způsoby, ať už jde o výrobu potravin, nebo oblečení, v papírenském a stavebním průmyslu. Svoji důležitost získává konopí také při výrobě plastů, a to pro svoji vysokou koncentraci celulózy. Výhodou je, že konopné plasty jsou zcela biologicky rozložitelné a nejsou pro životní prostředí nijak toxické (ani tak bychom je ale neměli vyhazovat do přírody). Jsou také pevnější, ale zároveň lehčí než běžný polypropylen. V průmyslu se nejčastěji využívají kompo-

zitní bioplasty, což jsou kombinace konopí a jiných rostlinných materiálů.

OBALY ORGANICKÉHO PŮVODU

Obecně ale platí, že než vymyslet nové materiály na výrobu plastů, je lepší se jim pokusit vyhnout úplně. Novým trendem jsou bezobalové prodejny, v nichž lze nakoupit kvalitní zboží bez zbytečného odpadu z jednorázových obalů.

Dalším důležitým pomocníkem na cestě od plastů je bambus. Vyrábí se z něj nádobí, přístroje, brčka, zubní kartáčky, obaly na jídlo a mnoho dalšího. Na obaly pro potraviny a nápoje lze použít rovněž výrobky z cukrové třtiny, jejíž vlákna také obsahují hodně celulózy.

Testují se různé alternativy, například thajské supermarkety začaly balit zeleninu do banánových listů a chtějí vyzkoušet tento způsob balení i na porcované maso.

TOVÁRNÍ NA ENERGII

Recyklovaný plast se dá využít k výrobě téměř čehokoliv. Co ale s tím nerecyklovatelným? Můžeme přeměnit odpad na energii! Po celém světě vznikají továrny, které umí z vytříděných plastů vyrobit elektřinu, pohonné hmoty nebo vodík. I v Čechách máme od roku 2020 továrnu společnosti C-Energy v Plané nad Lužnicí, která z nerecyklovatelného odpadu vytvoří teplo, jímž bude zásobovat průmyslové odběratele v okolí.

Stále ještě ale existuje obrovské množství plastů, které se nedostanou do třídíren a které se již nyní nacházejí v přírodě a v oceánech a způsobují a budou způsobovat problémy, než se podaří vyřešit, co s nimi. Téma plastů se týká nás všech, ovlivňuje nás jako spotřebitele i jako výrobce či dodavatele – a hlavně jako obyvatele této planety. Je to další téma, o kterém by se měla vést celospolečenská diskuse, a každý z nás si k němu bude muset najít svůj, více či méně ekologický nebo ekologicky udržitelný, postoj.

Zdroj: redakce

POVINNOSTI PRODEJCE POTRAVIN

Přestože jsme měli v posledních měsících úplně jiné starosti, nesmíme zapomínat na plnění legislativních požadavků, které se nepřestaly na všechny hrnout ani v době kovidové. Parlament nelenil a přijal zákony, z nichž pro maloobchodníka prodávajícího potraviny je asi nejdůležitější novela zákona o potravinách a tabákových výrobcích č. 174/2021 Sb., která nabyla účinnosti od 12. 5. 2021. Touto novelou se mění především, pro Vás všechny důležitý, zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích.

Chtěl bych Vás nejen upozornit na nejdůležitější změny, ale připomenout Vám též hlavní povinnosti, které pro Vás jako provozovatele potravinářského podniku, tedy prodejce potravin, plynou. Na úvod zmiňuji všechny základní povinnosti a v rámci nich jsou tučně zvýrazněny ty, u nichž došlo k úpravě nebo se na ně často zapomíná. Níže uvedené se týká všech prodejců potravin.

POVINNOSTI PROVOZOVATELŮ POTRAVINÁŘSKÉHO PODNIKU

(1) Provozovatel potravinářského podniku je povinen

a) dodržovat smyslové, fyzikální, chemické a mikrobiologické požadavky na jakost potravin; v případě, že tyto požadavky nejsou právními předpisy stanoveny, dodržovat požadavky stanovené provozovatelem potravinářského podniku, který potraviny vyrobil,

b) dodržovat ve všech fázích výroby, balení, krájení nebo jiného způsobu dělení a uvádění potravin na trh technologické a hygienické požadavky, způsob a podmínky přepravy, uchovávání a manipulace s potravinami; v případě, že tyto požadavky nejsou právními předpisy stanoveny, dodržovat požadavky stanovené provozovatelem potravinářského podniku, který

potravinu vyrobil,

c) dodržovat požadavky stanovené přímo použitelnými předpisy Evropské unie upravujícími požadavky na potraviny nebo mezinárodními smlouvami, kterými je Česká republika vázána a které jsou vyhlášeny ve Sbírce mezinárodních smluv nebo ve Sbírce zákonů,

d) dodržovat požadavky pro druhy a přípustná množství toxikologicky významných látek v potravinách,

e) jde-li o potraviny uváděnou na trh na území České republiky, uvádět povinné informace o potravinách stanovené v právních předpisech v českém jazyce,

f) dodržovat požadavky na složení doplňků stravy, jejich označování a způsob použití,

g) používat jen takové obaly a obalové materiály, které chrání potraviny před znehodnocením, znemožňují záměnu nebo změnu obsahu bez otevření nebo změny obalu a odpovídají požadavkům na předměty a materiály určené pro styk s potravinami,

h) poskytnout potřebný počet zaměstnanců a odpovídající technické vybavení pro zajištění výkonu kontroly podle přímo použitelných předpisů Evropské unie upravujících dovoz některých potravin ze třetích zemí a dodržet zvláštní podmínky dovozu pro vybrané potraviny, stanoví-li tak přímo použitelný předpis Evropské unie upravující zvláštní podmínky dovozu,

i) oznámit příslušnému orgánu dozoru v listinné podobě nebo v elektronické podobě dálkovým přenosem dat zahájení, změny nebo ukončení výkonu předmětu činnosti podle tohoto zákona nejpozději v den, kdy tyto skutečnosti nastaly, a dále v oznámení uvést a ke dni změny aktualizovat:

1. své jméno, příjmení nebo obchodní firmu, sídlo a adresu provozovny, jde-li o osobu fyzickou, nebo obchodní firmu nebo název, sídlo a adresu provozovny, jde-li o osobu právnickou,

2. identifikační číslo osoby,

3. předmět činnosti nebo podnikání a

4. konkrétní činnosti, které jako provozovatel potravinářského podniku provozuje;

tyto údaje se při poskytování stravovacích služeb oznamují příslušnému orgánu ochrany veřejného zdraví, který je neprodleně předává ostatním orgánům dozoru,

j) zajistit dodržování požadavků na nejvyšší přípustné úrovně radioaktivní kontaminace potravin stanovených v souladu s atomovým zákonem,

k) uchovávat potraviny při teplotách stanovených nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004 nebo prováděcím právním předpisem, a pokud tyto požadavky nejsou právními předpisy stanoveny, uchovávat potraviny při teplotách stanovených provozovatelem potravinářského podniku, který potraviny vyrobil,

l) podle deklarace provozovatele potravinářského podniku, který potraviny vyrobil, nebo pokud není uvedena, s ohledem na povahu potraviny přiměřeně zkrátit datum minimální trvanlivosti nebo použitelnosti uvedené na obalu potraviny, pokud byla rozbalena za účelem prodeje jednotlivých částí spotřebiteli, a stanovit i podmínky jejího dalšího uchování tak, aby nedošlo ke zhoršení jakosti a bezpečnosti potraviny a uchovat v místě prodeje jednotlivých částí potraviny po dobu jejich uvádění na trh původní obal potraviny nebo eti-



ketu, které obsahují povinné informace, popřípadě čitelnou a srozumitelnou kopii obalu nebo etikety,

m) potraviny určené pro zvláštní výživu a doplňky stravy uvádět na trh pouze balené,

n) u zabalených i nebalených potravin dodržovat lhůty a další požadavky pro uvádění na trh stanovené prováděcím právním předpisem,

o) zachovat označení šarže,

p) při nabízení potravin spotřebiteli komunikačními prostředky na dálku poskytnout údaje podle § 7, 8 a 9a, s výjimkou údajů podle § 7 odst. 1 písm. g) a § 8 odst. 2 písm. a), před dokončením nákupu a uvést je v materiálu podporujícím prodej na dálku nebo je poskytnout jinými prostředky; v případě využití jiných prostředků musí být povinné informace o potravinách poskytnuty spotřebiteli bezplatně a veškeré povinné údaje musí být spotřebiteli k dispozici v okamžiku doručení,

q) neprodleně vyřadit z dalšího uvádění na trh potraviny

1. uvedené v § 10 odst. 1 písm. a) až f) (viz níže v článku) a potraviny s prošlým datem minimální trvanlivosti, které nejsou bezpečné,

2. balené do obalů, které neodpovídají požadavkům přímo použitelného předpisu Evropské unie o materiálech a předmětech určených pro styk s potravinami nebo vyhlášky o hygienických požadavcích na výrobky určené pro styk s potravinami a pokrmy nebo do obalů, které nechrání potraviny před znehodnocením,

3. nedostatečně nebo nesprávně označené,

4. neodpovídající požadavkům na jakost stanoveným prováděcím právním předpisem nebo deklarovaným výrobcem,

5. páchnoucí, pokud pach není charakteristickou vlastností výrobku, nebo jinak poškozené, deformované, znečištěné nebo zjevně chemicky nebo mikrobiologicky narušené,

r) zabezpečit, aby ve všech fázích uvádění potraviny na trh byl k dispozici doklad o původu zboží a bez zbytečného odkladu ho předložit orgánu dozoru na jeho žádost; ve fázi přepravy potraviny musí být doklad o původu zboží k dispozici a musí být okamžitě předložen orgánu dozoru na jeho žádost,

s) zajistit zásobování obyvatelstva potravinami v rozsahu a zaměření stanoveném v rámci hospodářských opatření uložených v krizovém stavu podle zvláštních právních předpisů.

Dále se nesmí zapomínat na další povinnosti speciálně dané pro prodej nebaleného potravinářského zboží.

(1) Provozovatel potravinářského podniku, který uvádí na trh nebalenou potravinu, je povinen tam, kde je tato potravina přímo nabízena k prodeji spotřebiteli, v její těsné blízkosti viditelně umístit snadno čitelný údaj obsahující jméno nebo obchodní název a adresu sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil, údaj o množství hlavní složky v hmotnostních procentech, stanoví-li tak prováděcí právní předpis, údaj o třídě jakosti, stanoví-li tak prováděcí právní předpis nebo přímo použitelný předpis Evropské unie, a podle podmínek stanovených pro balené potraviny přímo použitelným předpisem Evropské unie o označování potravin tyto údaje:

a) název potraviny,

b) země nebo místo původu včetně označení původu potraviny stanovené přímo použitelným předpisem Evropské unie,

c) údaje podle čl. 10 odst. 1 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

d) údaj o čistém množství u pekařských a cukrářských výrobků,

e) údaje podle čl. 9 odst. 1 písm. b) a c) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011, jde-li o potraviny nabízenou k prodeji samoobslužným způsobem.

(2) Provozovatel potravinářského podniku uvedený v odstavci 1 je povinen v blízkosti místa nabízení nebalené potraviny k prodeji viditelně zpřístupnit podle podmínek stanovených pro balené potraviny přímo použitelným předpisem Evropské unie o označování potravin další snadno čitelné údaje:

a) datum použitelnosti nebo datum minimální trvanlivosti,

b) údaje podle čl. 44 odst. 1 písm. a) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

c) další údaje, stanoví-li tak prováděcí právní předpis nebo přímo použitelný předpis Evropské unie.

Podle § 10 výše uvedeného zákona nesmí obchodník prodávat následující zboží:

(1) Na trh je zakázáno uvádět potraviny

a) klamavě označené nebo nabízené ke spotřebě klamavým způsobem,

b) s prošlým datem použitelnosti,

c) neznámého původu,

d) překračující nejvyšší přípustné úrovně kontaminace radionuklidy stanovené v souladu s atomovým zákonem,



e) ozářené v rozporu s požadavky stanovenými tímto zákonem a prováděcím právním předpisem,

f) obsahující látky v rozporu s požadavky na složení doplňků stravy nebo látky zakázané při výrobě potravin podle vyhlášky o doplncích stravy a složení potravin a

g) zdánlivě totožné s potravinou uváděnou na trh v jiných členských státech Evropské unie, ačkoliv potravinu uváděná na trh v České republice má podstatně odlišné složení nebo vlastnosti, pokud to není odůvodněno oprávněnými a objektivními skutečnostmi a pokud není potravinu opatřena snadno přístupnou a dostatečnou informací o tomto odlišném složení nebo vlastnostech.

(2) Potraviny mohou být po datu minimální trvanlivosti uváděny na trh pouze tehdy, jsou-li takto označeny, odděleně umístěny a jsou-li bezpečné.

(3) Potraviny mohou být použitelné k jinému než původnímu použití. Takové potraviny mohou být uváděny na trh, pouze jsou-li bezpečné, odděleně umístěné

a je-li na nich nebo v jejich bezprostřední blízkosti zřetelně označen doporučený způsob použití.

(4) Pro výrobu potravin je zakázáno použít potraviny s prošlým datem

a) použitelnosti, nebo

b) minimální trvanlivosti, s výjimkou potravin, které jsou bezpečné.

Jelikož většina z Vás neprodává jen potraviny, ale i další sortiment, například cigarety, zmíním i speciální povinnost týkající se prodeje tabákových výrobků.

(1) Výrobce, dovozce, distributor a maloobchodní prodejce tabákových výrobků jsou povinni zaznamenávat převzetí všech jednotkových balení do svého držení, jakož i veškeré přesuny v rámci jejich držení a konečný výstup jednotkových balení z jejich držení. Tuto povinnost lze splnit označením a záznamem celého balení, například kartonu, krabice kartonů či palety, zůstane-li umožněno sledování a vyhledávání všech jednotkových balení.

(2) Výrobce, dovozce, distributor a maloobchodní prodejce tabákových výrobků jsou povinni vést úplné a přesné záznamy o veškerém nakládání s tabákovými výrobky podle odstavce 1.

A na závěr spíš jen pro informaci uvádím výčet státní orgánů, které Vás obchodníky mohou kontrolovat.

(1) Státní dozor nad dodržováním výše uvedených povinností vykonávají:

a) orgány ochrany veřejného zdraví, a to krajské hygienické stanice, Ministerstvo obrany a Ministerstvo vnitra,

b) Státní veterinární správa,

c) Státní zemědělská a potravinářská inspekce.

(2) Orgány dozoru vzájemně spolupracují a koordinují své kontroly v souladu s kontrolním řádem.

Pokud by Vás uvedená problematika zajímala více do hloubky, napište nám do redakce a budeme se jí věnovat v některém z dalších čísel podrobněji.

Zdroj: Ing. Mgr. Robert Bárta

TABÁKOVÉ VÝROBKÝ

ZÁKAZ PRODEJE TABÁKOVÝCH VÝROBKŮ MIMO STANOVENÁ MÍSTA

Podle zákona č. 65/2017 Sb. je zakázáno prodávat tabákové výrobky mimo k tomu určená místa, kterými jsou:

- prodejna specializovaná na prodej tabákových výrobků,
- prodejna, která je potravinářským podnikem,
- prodejna s převážujícím sortimentem denního a jiného periodického tisku (trafika),
- provozovna stravovacích služeb, ubytovací zařízení, stánek s občerstvením,
- stánek pevné konstrukce s převážujícím sortimentem denního a jiného periodického tisku,
- stánek specializující se na prodej tabákových výrobků umístěný uvnitř stavby určené pro obchod,
- dopravní prostředek letecké dopravy.

Dále je zcela zakázáno prodávat tabákové výrobky ve zdravotnických zařízeních, ve

školách, v zařízeních sociálně-právní ochrany dětí, na akcích určených převážně pro osoby mladší 18 let, v dopravních prostředcích určených pro veřejnou hromadnou dopravu osob a v prodejnách s převážujícím sortimentem zboží určeného pro osoby mladší 18 let.

TEXT ZÁKAZU PRODEJE

Při prodeji tabákových výrobků je nutné zajistit, aby byly při nabízení k prodeji umístěny na vyčleněném místě odděleně od ostatního nabízeného sortimentu zboží. Na místě prodeje tabákových výrobků musí prodejce umístit pro spotřebitele zjevně viditelný text zákazu prodeje tohoto zboží osobám mladším 18 let. Text zákazu prodeje musí být pořízen v českém jazyce černými tiskacími písmeny na bílém podkladě o velikosti písmen nejméně 2 cm. Pokud jsou v prodejně uváděny na trh i kuřácké pomůcky, bylinné výrobky určené ke kouření a elektronické cigarety, je potřeba zahrnout do textu zákazu i tyto další typy výrobků.

Osoba prodávající tabákové výrobky, kuřácké pomůcky, bylinné výrobky určené ke kouření nebo elektronické cigarety musí být starší 18 let (s výjimkou osob připravujících se při prodeji na budoucí povolání).

PRODEJNÍ AUTOMAT S TABÁKOVÝMI VÝROBKÝ

Tabákové výrobky lze prodávat prostřednictvím prodejního automatu pouze v případě, že lze vyloučit prodej nezletilým osobám. Prodejce, který prodává tabákové výrobky z automatu, musí zajistit ověření věku nakupujících osobou k tomu určenou. K prodeji osobě mladší 18 let nesmí dojít.

Je nutné zdůraznit, že automat je pro potřeby sledovatelnosti tabákových výrobků považován za první maloobchodní prodejnu a je pro toto zařízení nutné získat od vydavatele identifikátorů identifikační kód zařízení, aby mohl dodavatel sledovat odeslání tabákového výrobku na tento automat.

Zdroj: Příručka pro výrobce, dovozce, distributory a prodejce tabákových výrobků, SZPI (upraveno, kráceno)

DISKRIMINACE SPOTŘEBITELŮ A NEDODRŽOVÁNÍ ZÁKONA

Česká obchodní inspekce v období od 2. ledna do 31. prosince 2020 provedla kontrolní akci zaměřenou na ochranu spotřebitele. Konkrétně šlo o kontroly zaměřené na dodržování § 6 zákona o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb., který zakazuje prodávajícímu diskriminovat spotřebitele při prodeji výrobků nebo poskytování služeb, tj. zakazuje takové jednání, kdy se s jednou osobou zachází méně příznivě, než se zachází nebo zacházelo nebo by se zacházelo s jinou osobou ve srovnatelné situaci, a to zejména z důvodu rasy, etnického původu, národnosti, pohlaví, sexuální orientace, věku, zdravotního postižení, víry, náboženského vyznání a světového názoru.

ČOI uskutečnila celkem 658 kontrol a podezření na některou z forem diskriminace zjistila v 10 případech. V sedmi případech bylo podezření na diskriminační jednání již prokázáno.

ČOI vedle kontrol zaměřených na diskriminaci spotřebitele také prověřovala dodržování dalších právních předpisů. Jejich porušení zaznamenala celkem ve 254 případech.

ZJIŠTĚNÉ NEDOSTATKY

Podezření na porušení ustanovení § 6 zákona č. 634/1992 Sb., které zakazuje prodávajícímu diskriminovat spotřebitele při prodeji výrobků nebo poskytování služeb, vzniklo celkem v 10 případech. V sedmi případech bylo toto podezření na diskriminační jednání již prokázáno.

Šlo například o následující případy diskriminace:

- 1x bylo zjištěno rozdílné stanovení cen vodného, a to pro obyvatele s trvalým pobytem ve výši 25 Kč/m³ a pro ostatní obyvatele s jiným než trvalým pobytem ve výši 50 Kč/m³, aniž by pro to existovaly objektivní a rozumné důvody sledující legitimní cíl, čímž se obviněná obec dopustila diskriminačního jednání vůči obyvatelům bez trvalého pobytu na území obce.
- 1x se kontrolovaná osoba dopustila diskriminace spotřebitele když znevýhodnila osoby ruské národnosti (rusky hovořící osoby) oproti česky hovořícím osobám tím, že před učiněním objednávky česky mluvícím osobám (inspektorům ČOI, v postavení spotřebitele), předložila denní obědové menu, nápojový lístek a vícejazyčný jídelní lístek, kdežto rusky mluvícím osobám (inspektorům ČOI, v postavení spotřebitele) denní obědové menu nepředložila s tím, že toto denní menu je k dispozici pouze v českém jazyce, přičemž je s nabídkou denního menu neseznámila ani jiným vhodným způsobem, čímž rusky mluvícím spotřebitelům nebylo umožněno, aby využili poskytované služby v rovnocenném rozsahu jako spotřebitelé hovořící česky.
- 1x byl spotřebitelce odmítnut vstup do prodejny s dětským kočárkem (piktogram znázorňující tento zákaz byl umístěn i na vchodových dveřích do prodejny), aniž by k tomu měl prodávající jakýkoli legitimní důvod.

Dále bylo zjištěno nedodržení ostatních ustanovení zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele:

- v 81 případech obchodníci neseznámili spotřebitele s cenami nabízených výrobků nebo poskytovaných služeb v souladu s cenovými předpisy (§ 12),
- v 67 případech nebyly dodrženy zásady poctivosti prodeje (§ 3),
- v 50 případech nebyl vydán doklad o zakoupení výrobků, ačkoli si o něj spotřebitel požádal, nebo došlo k vydání dokladu bez potřebných náležitostí (§ 16),
- v 27 případech prodávající řádně neinformovali spotřebitele o vlastnostech prodáváných výrobků nebo charakteru poskytovaných služeb (§ 9 odst. 1),
- ve 23 případech prodávající neinformovali spotřebitele jasným, srozumitelným a snadno dostupným způsobem o subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů (§ 14 odst. 1).

Porušení dalších ustanovení zákona o ochraně spotřebitele a dalších právních předpisů bylo zjištěno v menším rozsahu.

ULOŽENÁ OPATŘENÍ

V souvislosti s diskriminačním jednáním Česká obchodní inspekce v roce 2020 pravomocně uložila 15 pokut v celkové výši 702 000 Kč. Z tohoto počtu se 13 pokut vztahuje ke kontrolám provedeným již v roce 2019 a dvě pokuty ke kontrolám provedeným v roce 2020.

Na základě zjištěných porušení právních předpisů bylo celkem (včetně pokut za diskriminační jednání) pravomocně uloženo 198 pokut ve výši 1 330 000 Kč. Dále pro porušení povinností stanovených právními předpisy uložila ČOI zákaz prodeje na 637 kusů výrobků v celkové hodnotě 68 650,40 Kč a zákaz používání na 31 kusů neověřených měřidel, která neodpovídala obecně závazným právním předpisům, technickým normám, jiným technickým předpisům, popřípadě schválenému typu.

Zdroj: ČOI (upraveno, kráceno)

Inspektorát	Počet kontrol	Kontroly se zjištěním		Zjištění v %	
		Celkem	§ 6	Celkem	§ 6
Středočeský a Hl. město Praha	16	11	5	68,8 %	31,3 %
Jihočeský a Vysočina	37	7	1	18,9 %	2,7 %
Plzeňský a Karlovarský	38	12	0	31,6 %	0,0 %
Ústecký a Liberecký	14	3	1	21,4 %	7,1 %
Královéhradecký a Pardubický	46	8	1	17,4 %	2,2 %
Jihomoravský a Zlínský	27	9	1	33,3 %	3,7 %
Olomoucký a Moravskoslezský	480	204	1	42,1 %	0,2 %
Celkem	658	254	10	38,6 %	1,5 %

ŠPENÁT S TROPANOVÝMI ALKALOIDY

SZPI varuje spotřebitele před nebezpečnou potravinou v tržní síti: Hluhoce zmrazený špenátový protlak 450 g, výrobce: EQUUS a.s., závod Vinica, Cesta slobody 771, 991 28 Vinica, vyrobeno pro: EQUUS a.s., Hviezdna 38, 821 06 Bratislava, Slovensko.

V rámci notifikace prostřednictvím evropského systému rychlého varování pro potraviny RASFF, které ze Slovenska obdrželo národní kontaktní místo systému na SZPI, se podezření na přítomnost tropanových alkaloidů vztahuje na následující šarže potraviny:

Hluhoce zmrazený špenátový protlak 450 g, DMT: 9. 5. 2023, L3857,
Hluhoce zmrazený špenátový protlak 450 g, DMT: 9. 5. 2023, L1257,
Hluhoce zmrazený špenátový protlak 450 g, DMT: 10. 5. 2023, L2457,
Hluhoce zmrazený špenátový protlak 450 g, DMT: 10. 5. 2023, L2957,
Hluhoce zmrazený špenátový protlak 450 g, DMT: 10. 5. 2023, L3857,
Hluhoce zmrazený špenátový protlak 450 g, DMT: 11. 5. 2023, L1457,
Hluhoce zmrazený špenátový protlak 450 g, DMT: 12. 5. 2023, L3457.

Laboratorní rozbor v předmětné potravíně prokázal přítomnost tropanových alkaloidů několikasetnásobně překračující bezpečné množství pro konzumaci dospělým člověkem. Konzumace tak představuje významné riziko vzniku nežádoucích farmakologických účinků na lidský organismus, potravina byla vyhodnocena jako velmi nebezpečná potravina podle čl. 14 odst. 2 písm. a) nařízení (ES) č. 178/2002 a SZPI nařídila její neprodlené stažení z tržní sítě.

Distributorem potraviny v ČR je společnost EISBERG, a.s., která zahájila stahování výrobku z trhu vlastním opatřením. Dle dosavadního zjištění byly potraviny uváděny do oběhu sítí prodejen COOP a Billa. SZPI důrazně varuje všechny spotřebitele před konzumací uvedených šarží potraviny, které mohou mít, vzhledem k dlouhé době úchovy, stále doma.

Tropanové alkaloidy se řadí mezi prudké jedy a vyskytují se v rostlinách řádu lilkovitých, ke kterým náleží např. durman obecný či rulík zlomocný.

NEBEZPEČNÉ KREVETY

SZPI varuje spotřebitele před konzumací potraviny Krevety vannamei celé syrové 30/40, hluhoce zmrazený produkt, v balení 300 g, číslo šarže: X1692012BUXX, datum minimální trvanlivosti: 12/2021, země původu: Ekvádor, Prodejce: mrazeneryby.cz s.r.o., Jablonořská 10, 106 00, Praha Záběhlice, ČR.

Laboratorní rozbor potvrdil v potravíně přítomnost bakterií *Vibrio parahaemolyticus*, které mohou způsobit otravu projevující se velmi závažnými zažívacími potížemi. Vzhledem k uvedeným skutečnostem se jedná o potravinu nevhodnou k lidské spotřebě a inspektoři nařídili neprodlené stažení předmětné šarže z tržní sítě.

Inspektoři vzorek potraviny odebrali v provozovně společnosti mrazeneryby.cz s.r.o., Breitcetlova 6, 198 00 Praha 14 – Černý Most. V provozovně inspektoři již dříve zjistili prodej jiné šarže mražených krevet s prošlým datem použitelnosti, kterou z tohoto důvodu na místě zakázali. Pro uvedená porušení právních předpisů zahájí SZPI s provozovatelem správním řízení o uložení pokuty.

SZPI důrazně doporučuje všem spotřebitelům, kteří mají uvedenou šarži potraviny doma, aby ji nekonzumovali.

VYSOKÁ KVALITA POTRAVIN OZNAČENÝCH KLASA A REGIONÁLNÍ POTRAVINA

Potravinářská inspekce každoročně již po dobu 18 let uskutečňuje kontrolní akci zaměřenou na potraviny oceněné značkami KLASA a Regionální potravina. Výsledky za rok 2020 potvrdily, obdobně jako v minulých letech, jejich velmi vysokou jakost a bezpečnost. Z hlediska zjištění SZPI se jedná o jednu z nejméně problematických kategorií potravin. U ostatních kategorií potravin inspektoři zjišťují až řádově vyšší podíly nevyhovujících vzorků.

V loňském roce inspektoři SZPI hodnotili celkem 114 šarží potravin oceněných národní značkou kvality KLASA. Všechny odebrané vzorky vyhověly ve všech hodnocených parametrech. Dále inspektoři v roce 2020 hodnotili 72 šarží oceněných značkou Regionální potravina. Pouze jedna ze 72 hodnocených šarží nevyhověla

požadavkům právních předpisů porušením jakostních požadavků.

Potraviny oceněné značkami KLASA a Regionální potravina musí splňovat nejen požadavky vyplývající z národní a evropské potravinové legislativy, ale i nadstandardní požadavky vyplývající z podmínek pro používání značky kvality. Jde mj. o vyšší podíl masa u masných výrobků, přísnější regulace v používání sladidel, barviv a dalších aditiv, vyšší nároky při hodnocení chuti a konzistence potraviny atd. Přehled všech hodnocených vzorků potravin oceněných národní značkou kvality KLASA a značkou Regionální potravina za r. 2020 zveřejnila Potravinářská inspekce na webu Potravin na pranyři v sekci Tematické kontroly.

POTRAVINY NA PRANÝŘI

BILLA KAVIÁR Z LOSOSA DIVOKÉHO

Nevyhovující parametr: úlomky skla

Ve výrobku byly zjištěny úlomky skla.

Šarže:	210652
Datum minimální trvanlivosti:	15. 1. 2022
Obal:	sklenice s AL šroubovacím uzávěrem
Množství výrobku v balení:	50 g
Výrobce:	Delabli SAS / Division Blini, Troarn, Francie
Dovozce:	H.M.Weihls GmbH.
Distributor:	Billa spol. s r.o., Modletice, Říčany u Prahy
Země původu:	Francie
Datum odběru vzorku:	15. 4. 2021
Referenční číslo:	21-000011-SVS-CZ

MILERSKI MED KVĚTOVÝ, MED Z JESENÍKŮ

Nevyhovující parametr: hydroxymethylfurfural (HMF)

Obsah látky hydroxymethylfurfural (HMF) byl vyšší, než je stanoveno v příslušném právním předpisu. HMF je látka, která vzniká například při vyšších teplotách během zpracování medu.

Datum minimální trvanlivosti:	02.2024
Obal:	sklenice + twist off
Množství výrobku v balení:	700 g
Výrobce:	na etiketě uvedeno: Richard Milerski Včelařský provoz JESENÍKY CZ, Staré Purkartice 35, 794 01 Krnov
Země původu:	Česko
Datum odběru vzorku:	23. 3. 2021
Referenční číslo:	21-000144-SZPI-CZ

BEST VEPŘOVÝ NÁŘEZNevyhovující parametr: **tuk**

Obsah tuku ve výrobku byl vyšší, než bylo uvedeno na obalu výrobku.

Datum minimální trvanlivosti:	16 04 23
Obal:	ALU/PAP KONZerva
Množství výrobku v balení:	110 g
Výrobce:	PL 30070303 WE
Dovozce:	Prodávající: Laska dalboss spol.s.r.o., Wichterlova 2372/10, 182 00 Praha 8, T/F: +420 283 850 948, www.ldalboss.cz – info@ldalboss.cz.
Země původu:	Polsko
Datum odběru vzorku:	7. 1. 2021
Referenční číslo:	21-000098-SZPI-CZ

BEST ŠUNKOVÁ DELIKATESA VEPŘOVÁNevyhovující parametr: **sůl (sodík x 2,5)**

Obsah soli ve výrobku byl vyšší, než bylo uvedeno na obalu.

Šarže:	26 10 23 121
Datum minimální trvanlivosti:	26 10 23
Obal:	ALU/PAP konzerva
Množství výrobku v balení:	110 g
Výrobce:	PL 30070303 WE
Dovozce:	Laska Dalboss spol.s.r.o., Wichterlova 2372/10, 182 00 Praha 8, T/F: +420 283 850 948, www.ldalboss.cz – info@ldalboss.cz
Země původu:	Polsko
Datum odběru vzorku:	6. 1. 2021
Referenční číslo:	21-000090-SZPI-CZ

PHARMA ACTIV B17 AMYGDALIN FORTE DOPLNĚKNevyhovující parametr: **amygdalin**

Doplněk stravy obsahoval amygdalin v množství, které již není možné považovat za bezpečné.

Amygdalin se vyskytuje například v jádrech mandloní a meruněk. Ve střevě může být metabolizován na toxický kyanid.

Šarže:	L16/10/2020-01
Datum minimální trvanlivosti:	10.2022
Obal:	plastová dóza s víčkem
Množství výrobku v balení:	60 tablet
Dovozce:	Pharma Activ Czech s.r.o., Fryštátská 238/47, 733 01 Karviná
Distributor:	Pharma Activ Czech s.r.o., Fryštátská 238/47, 733 01 Karviná
Země původu:	Slovensko
Datum odběru vzorku:	21. 1. 2021
Referenční číslo:	21-000105-SZPI-CZ

VELTLINSKÉ ZELENÉ, BÍLÉ VÍNO, SUCHÉ, ALK. 11,5 % OBJ.Nevyhovující parametr: **barva, vůně, chuť**

Vino mělo nahnědlý odstín. V chuti a vůni byla patrná silná oxidáza a nežádoucí těkavé látky.

Oxidáza vína je vadou, kdy víno má většinou velmi vysokou až nahnědlou barvu a chuť a vůni po jablkách. Nežádoucí těkavé látky (octovatění vína) je choroba vína způsobená aerobními bakteriemi octového kvašení, kdy dochází k oxidaci etanolu na kyselinu octovou. Projevuje se ostrou octovou vůní a chutí.

Šarže:	L:35518#18N003
Obal:	skleněná lahev, zátka, termokapsle, etiketa
Množství výrobku v balení:	1 l
Výrobce:	Plněno v: Vinařství Mutěnice s.r.o., Údolní 1174, 696 11 Mutěnice, Česká republika
Země původu:	Maďarsko
Datum odběru vzorku:	1. 2. 2021
Referenční číslo:	21-000110-SZPI-CZ

CHARDONNAY, BIB 3 LNevyhovující parametr: **vůně, chuť**

V chuti a vůni vína byla patrná oxidáza. Oxidáza vína je vadou, kdy víno má většinou velmi vysokou až nahnědlou barvu a chuť a vůni po jablkách.

Šarže:	L91
Obal:	bag in box o objemu 3 l
Množství výrobku v balení:	3 l
Výrobce:	Distillery KVINT, 38, Lenin str. 3300, Tiraspol, Moldava
Dovozce:	XO CZECH s.r.o., Jestřábí 23, 595 01, Velká Bíteš
Země původu:	Moldavsko
Datum odběru vzorku:	20. 1. 2021
Referenční číslo:	21-000104-SZPI-CZ

MERLOT, VÍNO ČERVENÉ, POLOSLADKÉ, 2019, ALK. 13,5 % OBJ.Nevyhovující parametr: **přídavek syntetického glycerolu**

Ve víně byl zjištěn nepovolený přídavek syntetického glycerolu.

Šarže:	LOT:06. 01. 2021-ME
Obal:	nerezový KEG sud
Výrobce:	Winery Vinal AD, Alexander Kusev Str. 37, 5500 Lovech, Bulgaria
Dovozce:	Plamen Stoyanov Petkov, IČ: 26228238
Země původu:	Bulharsko
Datum odběru vzorku:	13. 1. 2021
Referenční číslo:	21-000080-SZPI-CZ

QALATH GRECANICO SICILIA, INDICAZIONE GEOGRAFICA TIPICA, VÍNO BÍLÉ, 2007Nevyhovující parametr: **vzhled, vůně, chuť**

Ve víně byly zjištěny plovoucí nečistoty a silná oxidáza. Oxidáza vína je vadou, kdy víno má většinou velmi vysokou až nahnědlou barvu a chuť a vůni po jablkách.

Šarže:	L08298
Obal:	skleněná lahev, etiketa přední a zadní, termokapsle, zátka
Množství výrobku v balení:	0,75 l
Výrobce:	Výrobce: C.T.R. S.r.l., Sicílie, Itálie, státnírna TP/1410
Země původu:	Itálie
Datum odběru vzorku:	22. 3. 2021
Referenční číslo:	21-000136-SZPI-CZ

SAUVIGNON BLANC, 2019, BÍLÉ VÍNO POLOSLADKÉ, ALKOHOL: 13% OBJ.Nevyhovující parametr: **přídavek syntetického glycerolu**

Ve víně byl zjištěn nepovolený přídavek syntetického glycerolu. Přídavek syntetického glycerolu do vína je nepovolený enologický (vinařský) postup.

Šarže:	12. 03. 2020SB
Obal:	1L a 1,5L PET lahve, etiketa, uzávěr
Množství výrobku v balení:	1,5 l
Výrobce:	Plněno v: Ing. Irena Brouwerová, Mostní 81, Valašské Meziříčí, Česká republika
Distributor:	Plamen Petkov, Purkyňova 98 A, Brno
Země původu:	Bulharsko
Datum odběru vzorku:	10. 3. 2021
Referenční číslo:	21-000134-SZPI-CZ

RIESLING DE RHIN SUCHÉ BÍLÉ VÍNO, Č.Š. NM - L 10Nevyhovující parametr: **vůně, chuť**

Chuť i vůně vína byly oxidativní. Oxidáza vína je vadou, kdy víno má většinou velmi vysokou až nahnědlou barvu a chuť a vůni po jablkách.

Šarže:	NM - L 10
Obal:	Bib 20 l
Množství výrobku v balení:	20 l
Výrobce:	balárna: Pastra s.r.o., Zábrdovická 2, 615 00 Brno
Země původu:	Moldavsko
Datum odběru vzorku:	2. 3. 2021
Referenční číslo:	21-000135-SZPI-CZ

Zdroj: SZPI (upraveno, kráceno)

VZHLEDEM K NASTALÉ SITUACI JSOU NÍŽE UVEDENÉ INFORMACE JEN ORIENTAČNÍ, AKTUÁLNÍ STAV SI OVĚŘTE U FÚ

ČERVEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
09.06.2021	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	04/21
15.06.2021	daň z příjmů	čtvrtletní nebo pololetní záloha na daň	3Q/21 nebo 2P/21
21.06.2021	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	—
21.06.2021	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	—
24.06.2021	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	04/21
25.06.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	05/21
25.06.2021	DPH	souhrnné hlášení	05/21
25.06.2021	DPH	kontrolní hlášení	05/21
25.06.2021	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	05/21
25.06.2021	spotřební daň	daňové přiznání	05/21
25.06.2021	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	05/21
30.06.2021	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	05/21
30.06.2021	oznámení CRS (GATCA)	podání oznámení dle § 13k zákona č. 164/2013 Sb., ve znění pozdějších předpisů	—
30.06.2021	oznámení FATCA	podání oznámení dle § 13k zákona č. 164/2013 Sb., ve znění pozdějších předpisů	—

ČERVENEC

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
01.07.2021	daň z příjmů	podání přiznání k dani a úhrada daně, má-li poplatník povinný audit nebo mu přiznání zpracovává a předkládá daňový poradce	2020
12.07.2021	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	05/21
15.07.2021	silniční daň	záloha na daň	2Q/20
20.07.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k MOSS	—
20.07.2021	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	—
20.07.2021	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	—
26.07.2021	daň z hazardních her	daňové přiznání a splatnost daně	2Q/21
26.07.2021	DPH	daňové přiznání a daň	2Q/21 a 06/21
26.07.2021	DPH	souhrnné hlášení	2Q/21 a 06/21
26.07.2021	DPH	kontrolní hlášení	2Q/21 a 06/21
26.07.2021	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	06/21
26.07.2021	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	05/21
26.07.2021	spotřební daň	daňové přiznání	06/21
26.07.2021	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	06/21
30.07.2021	energetické daně	podání oznámení o splnění povinnosti zajistit minimální množství biopaliv a splatnost související jistoty	—

SRPEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
02.08.2021	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	06/21
09.08.2021	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	06/21
20.08.2021	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	—
20.08.2021	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	—
24.08.2021	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	06/21
25.08.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	07/21
25.08.2021	DPH	souhrnné hlášení	07/21
25.08.2021	DPH	kontrolní hlášení	07/21
25.08.2021	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	07/21
25.08.2021	spotřební daň	daňové přiznání	07/21
25.08.2021	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	07/21
31.08.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k OSS – dovozní režim	—
31.08.2021	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby	07/21

Zdroj: Finanční správa ČR | redakce neručí za správnost uvedených údajů | zkontrolujte si aktuální daňové povinnosti online na www.mfcr.cz a www.financnisprava.cz

PŘIJÍMEJTE STRAVENKY A PLATBY KARTOU!



1) PŘIJÍMEJTE STRAVENKY A SOCIÁLNÍ POUKÁZKY

CO VÁM TO PŘINESE?

- ✓ **ZVÝŠENÍ OBRATU A BEZPLATNOU REKLAMU** – přijde k Vám více zákazníků.
- ✓ Uživatelé sociálních poukázek musí cíleně vyhledávat provozovny akceptující tyto poukázky, protože jinde než ve vybraných obchodech je nepoužijí. Úřady, které poukázky vyplácejí, k nim dávají seznamy partnerských obchodů.
- ✓ Zapojením do partnerské sítě získáváte velkou konkurenční výhodu oproti nezapojeným obchodům. Zákazníci budou utrácet své poukázky u Vás a ne u nich. Možná budete jediným obchodem v regionu, kde tito lidé nakoupí.
- ✓ Ve většině případů zákazník utratí více, než je hodnota poukázky.

PROČ S NÁMI?

- ✓ Dojednali jsme pro Vás výrazně nižší poplatky za výkup stravenek i poukázek a přijímání elektronických stravenek.
- ✓ Výběr stravenek a poukázek přímo u Vás v prodejně.
- ✓ Stravenky a poukázky Vám proplatíme rychleji než napřímo od vydavatelů.
- ✓ **VŠE ZA VÁS VYŘÍDÍME** – volejte **605 208 885** nebo pište na **stravenky@provektor.cz**

2) VYUŽIJTE MULTIFUNKČNÍ PŁATEBNÍ TERMINÁL ZA MIMOŘÁDNĚ VÝHODNÝCH PODMÍNEK

- ✓ Využitelné nejen pro bezhotovostní platby debetními, kreditními a stravenkovými kartami, ale i pro výběr hotovosti u pokladny (**CASHBACK**).
- ✓ Volejte **605 208 885** nebo pište na **terminaly@provektor.cz**



* Pro přesnou výši poplatku nás, prosím, kontaktujte.

Veškeré informace získáte telefonicky na čísle **605 208 885**
nebo na emailu **provektor@provektor.cz**



OBCHODNÍ ALIANCE
JAVOR

VYUŽITÍ TĚCHTO SLUŽEB NENÍ PODMÍNĚNO ČLENSTVÍM V OBCHODNÍ ALIANCI JAVOR A LZE JE VYUŽÍT SAMOSTATNĚ

NATURA™

ZAŽEŇTE
SVOU ŽÍŽEN
PO PŘÍRODĚ

LEHKÁ CHUŤ OVOCE.
A NIC VÍČ.



BEZ CUKRU A SLADIDEL.



Budvar
Nealko

NEALKO
PIVO ROKU
2020





VÝHODNĚJŠÍ PODMÍNKY PRO ROK 2021 BEZ ZÁVAZKU A S JEŠTĚ VÍCE DATY

VOLÁNÍ

	JAVOR 1	JAVOR 2	JAVOR 3	JAVOR 6
Popis paušálu	potřebuji, aby se mi lidé dovolali, volám málo, nepotřebuji internet, chci minimální měsíční paušál	volám jen minimálně, ale chci výhodnou cenu na volání a SMS, internet využívám málo, preferuji nižší měsíční náklady	hodně volám a posílám SMS, na běžné použití internetu přes mobil potřebuji dostatečný datový limit	hodně volám a posílám SMS, jsem pořád na internetu, sdílím připojení s dalším zařízením
volné minuty	40	50	neomezeně	neomezeně
volné SMS	20	50	neomezeně	neomezeně
datový limit	150 MB	1 GB	15 GB	30 GB
volání do mobilních sítí (Kč bez/vč. DPH za min.)	1,- / 1,21	1,- / 1,21	neomezeně	neomezeně
volání do pevných sítí (Kč bez/vč. DPH za min.)	1,20 / 1,45	1,20 / 1,45	neomezeně	neomezeně
SMS (do sítě T-Mobile)	1,- / 1,21	1,- / 1,21	neomezeně	neomezeně
SMS (do ostatních sítí)	1,20 / 1,45	1,20 / 1,45	neomezeně	neomezeně
MMS	2,50 / 3,03	2,50 / 3,03	2,50 / 3,03	2,50 / 3,03
max. rychlost internetu (Mbit/s)	—	42 / 5,75	42 / 5,75	42 / 5,75
měsíční paušál (Kč bez/vč. 21% DPH)	29,50 / 35,70	99,- / 119,80	399,- / 482,80	599,- / 724,80

DATA

	MI 1,5 GB	MI 10 GB	MI 30 GB	MI 50 GB
datový limit	1,5 GB	10 GB	30 GB	50 GB
max. rychlost down/up (Mbit/s)	42 / 5,75	až 225 / 50	až 225 / 50	až 225 / 50
měsíční paušál (Kč bez/vč. 21% DPH)	89,99 / 108,90	199,- / 240,80	299,- / 361,80	499,- / 603,80

Javor mobil nabízí i **SPECIÁLNÍ TARIF** pro platební terminály a zabezpečovací systémy. V ceně měsíčního paušálu **15,- / 18 Kč** je zahrnuto 30 SMS a 50 MB přenesených dat. Stejně jako ostatní tarify je i tento zcela bez závazku.

info@javormobil.cz | **+420 731 443 004**

Všechna telefonní čísla si v rámci sítě JAVOR MOBIL mezi sebou volají zcela zdarma a tyto provolané minuty nejsou odečítány z volných minut zvoleného tarifu. Pro kompletní nabídku tarifů a služeb nás kontaktujte. Poskytuje ProVektor, spol. s r. o., technicky zajišťuje T-Mobile ČR.



JAVOR MOBIL

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

6		8		1	5	9		
	5		6		8			
	1		9				6	
8		7	3	5		1		
	2						4	
		9		6	2	8		5
	8				3		2	
			7		6		5	
		3	4	2		7		6

© 2013 KrazyDad.com

8	6			3	2			
	7			6			3	
			8					9
2	1							
	8	9	7		4	5	2	
							1	3
7					5			
	2			4			7	
			6	7			4	1

© 2013 KrazyDad.com

		6			8			
		4				3		
	5		3	9				7
		2	9	7			4	
6		7				9		3
	4			3	2	6		
7				2	3		9	
		9				8		
			1			7		

© 2013 KrazyDad.com

2			4		8		6	1
		6		1	2			8
8								
		3		4			5	
			1		9			
	2			5		4		
								5
4			7	9		8		
9	3		5		1			2

© 2013 KrazyDad.com



©2021 Design Hemispheres C&A Agency Ltd., org. sl. v ČR | www.hemispheres.cz

©2021 DTP LA TAUPE, s.r.o.

©2021 Vydává Lampyris Project, s.r.o., divize Publishing | www.lampyris-publishing.cz

Technické specifikace inzerce naleznete na stránkách vydavatele.