

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO TRADIČNÍ
MALOOBCHOD
05 | 2021
ROČNÍK VI

z obsahu

- **Královské pivo** (4)
- **Světlo tvoří součást promyšlené obchodní taktiky** (6)
- **Posviťte si na zdraví** (8)
- **Potraviny (nejen) pro zvláštní výživu jsou stále populárnější** (9)
- **Kamenné tradiční obchody včera, dnes a zítra** (10)





KDYŽ JDE O PIVO,
VYBÍREJ KRÁLOVSKY.



TVOJE KRÁLOVSTVÍ

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

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

časopis pro tradiční maloobchod
ročník VI, 5. 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

úvodní slovo



Milé čtenářky, milí čtenáři,

Léto je za námi a my se nacházíme na začátku podzimu. Stromy vypadají, jako by se vystrojily na velikou slavnost barev. Sluníčko už nehřeje tak silně, ale stále je možné zažívat krásné teplé dny. Nebude dlouho trvat a stále chladnější počasí nás oblékne do kabátů a bund. Právě nyní je dobré trochu se pozastavit a zamyslet se, co můžeme udělat pro svoji kondici a dobré zdraví. Na našich stránkách Vám přinášíme zajímavé tipy a k nim recepty, jak si toto roční období užít v co nejlepším stavu. Není to jen věc stravy a užívání různých potravních doplňků nebo bylinek, ale také pohybu na čerstvém vzduchu a kvalitního spánku. Využití podzimního čas pro přípravu na zimu se určitě vyplatí. Snad Vám naše příspěvky budou k užítku.

Přečtěte si příjemné povídání s brand managerem Krušovic o královském pivu a pivovaru, který letos slaví úctyhodné 440. výročí. Dozvíte se třeba o únosu dvou sládků a ještě více z historie.

V dalším článku se zamýšlíme nad tradičním a moderním trhem a nad jejich budoucností v naší zemi. Patříme určitě k netypickým regionům v Evropě, co se týká širokosortimentních kamenných prodejen. A také se dotkneme tématu e-shopů prodávajících potraviny.

S podzimem ubývá světla, dny se zkracují, a proto jsme se rozhodli pověnovat se tématice světla a osvětlování trochu podrobněji. Je to jedna z věcí, která se stále ještě často zanedbává a mnoho lidí jí přikládá menší význam, než by si zasloužila. Při prodeji potravin je správné osvětlení alfovou a omegou: mnohemu lze napomoci a možná ještě více zkazit, když se na to jde nesprávně.

Ani tentokrát nechybí rubrika SZPI, v níž jsou uváděny nebezpečné, falšované nebo nejakostní potraviny. Měli byste na stránkách Státní zemědělské a potravinářské inspekce pravidelně kontrolovat, zda se nic podobného nenachází na Vašich pultech. Za pravidelným daňovým kalendářem už najdete nabídku našich partnerů a inzerentů včetně novinek a samozřejmě osvědčených stálic, které by u Vás zákazníci mohli hledat. Také zde najdete nabídku užitečných služeb pro své podnikání. Věnujte pozornost i této části, ať Vám nic neunikne. Pro protažení mozku na Vás na závěr čeká oblíbené sudoku.

*Mějte se v podzimním čase moc pěkně!
Za redakci Vás zdraví*

Ing. Mgr. Daniela Řepová



KRÁLOVSKÉ PIVO



Jiří Coufal, Brand Manager Krušovice

JAK DLOUHO PRACUJETE PRO KRUŠOVICE A JAK JSTE SE K TÉTO PRÁCI DOSTAL?

Pracuji pro společnost Heineken Česká republika, která vlastní několik pivovarů a pivních značek v ČR. Na značce Krušovice pracuji od roku 2016 a dostal jsem se k ní tak, že jsem vyhrál v přijímacím řízení.

CO JE NÁPLNÍ PRÁCE BRAND MANAGERA?

V češtině to je manažer značky, což možná lépe napovídá, v čem spočívá náplň mojí práce. Manažer značky má za úkol udávat směr, strategii značky tak, aby plnil vícero cílů. Tím nejdůležitějším je sice prodej, ale to je hlavní cíl sales oddělení. Brand manager má značku budovat, rozvíjet a utvářet tak, aby v rovině komunikace měla, řekněme, blízký vztah ke spotřebiteli. Značky jsou samozřejmě různé a každý brand manager by měl vědět, kam značku směřovat v následujících 3–5 letech. Skrze naše specializované agentury vytvářím to, jak má značka vypadat, co má komunikovat a jak to má komunikovat. Jsem také inovační manažer a na základě předpovídání trendů přicházím s návrhy na nové produkty. V náplni je toho samozřejmě ještě mnohem více, ale toto je základ.

DOSTANETE SE ČASTO MEZI ZÁKAZNÍKY PIVOVARU, NEBO PŘEVAŽUJE ADMINISTRATIVNÍ PRÁCE?

Před covidem to bylo určitě častěji, pak byly dlouho restaurace a hospody zavřené. Ani po otevření už ale není taková frekvence návštěv jako dřív. Navštěvujeme i zákazníky jiných pivovarů, protože je dobré mít celkový obraz. Chodíme tedy s kolegy, ale někdy

i soukromě do restaurací a hospod, ale i do supermarketů. Realita všedního dne napoví mnohem víc než tabulka.

Moje práce má výhodu v tom, že se málokdy opakuje. Každý pracovní týden je jiný a v tom je to kouzlo. My „marketaři“ nemáme rádi stereotypy. Pracovní ani komunikační.

MŮŽETE NÁM ŘÍCI NĚCO O HISTORII PIVOVARU?

První zmínka o krušovickém pivovaru je z roku 1581, takže letos slavíme 440. výročí. Od roku 1583 byly Krušovice vlastněny Českou korunou. Tenkrát se císař Rudolf II. jako první a poslední habsburský panovník přestěhoval z Vídně do Prahy. A protože mu chybělo pivo, koupil si nedaleký pivovar Krušovice. Tím pivovar dostal královskou

pečeť a oficiální status královského piva, jenž používá dodnes.

Možná bych mohl dodat pár zajímavostí. Nás pivovar je v top 10 nejstarších pivovarů s nepřerušovanou výrobou v Evropě. Za svou historii v něm osmkrát hořelo, ale nikdy se nepřerušila výroba. Dokonce ani v době třicetileté války, kdy pivovar obsadila saská vojska, se výroba piva nezastavila. Nakonec se Sasům u nás tak líbilo, že pivovar okupovali osm let. Sláva podniku byla tak veliká, že se donesla až na dvůr švédské královské koruny. Co následovalo poté, vyrazilo dech všem, včetně dvou sládků, které Švédí postupně unesli, aby jim vařili v rodné zemi taky tak dobré pivo.

KOLIKA DRUHŮ PIVA SE KRUŠOVICE PYŠNÍ?

Momentálně máme šest druhů piva.





KTERÉ PIVO JDE NEJVÍCE NA ODBYT? JE ROZDÍL V RESTAURACÍCH A V MALOOBCHODĚ?

Ano, je to velký rozdíl. V maloobchodě se velmi daří naší Královské 12. Je známa pro svoji plnou, ale vyváženou hořkou chuť bez kompromisů. Meziročně rosteme dvojciferně. Je vidět, že se pivaři chtějí odměnit a dopřát si něco lepšího, než jsou piva nižších stupňovitostí.

Co se restaurací týká, tam je obecně nejvíce oblíbená jedenáctka. A to z toho důvodu, že má chuť spíše jako ležák, ale dá se déle popíjet, aniž by člověk ztratil – jak to jen vyjádřit – koncentraci. Proto je v restauracích nejvíce rozšířena Královská 11 Mušketýr.

MÁTE NĚJAKÉ NOVÉ PRODUKTY?

Ano, v květnu jsme uvedli na trh nové Královsky hořké nealko. Zcela upřímně, nakoupil jsem si jednoho večera asi 12 druhů nealko pív od notoricky známých až po ty méně proslulé. Výsledek ochutnávky byl takový, že jsem si vnitřně řekl, že český náročný pivař by si přece jen konečně zasloužil pořádné nealko. Rozjeli jsme tedy průzkum trhu, připravili hloubkové rozhovory se spotřebiteli – a výsledek byl jasný. Chtěli by už konečně nealko, co chutná jako pivo, ideálně jako ležák. S tím jsme přišli do pivovaru za sládkem Michalem Roučem a za dva měsíce jsme už měli první testovací várku. A to jsme museli koupit a instalovat nové zařízení pro výrobu nealko piva! Měli jsme od našeho vedoucího kvality jasně připravený chuťový profil a ten se našemu sládkovi a jeho týmu povedl na jedničku. V květnu jsme tedy mohli uvést na trh první nealko, co si dáte jen tak na chuť. Má hořkost

28 jednotek, jako průměrný ležák. Ochutnejte a přesvědčte se sama!

JSTE PIVAŘ? JAKÉ PIVO MÁTE NEJVÍCE V OBLIBĚ?

Samozřejmě, jinak bych snad ani nemohl svoji práci dělat. Doma piju nejraději opravdové dvanáctky. Tedy ne ta piva, co nemají na etiketě číslici 12. A v restauraci to záleží na více okolnostech, ale většinou tam jdu s davem – takže 11.

KRUŠOVICE MAJÍ VLASTNÍ SÍŤ RESTAURACÍ ŠALANDA. V ČEM JSOU SPECIÁLNÍ?

Šalanda je odpočinková místnost v pivovaru. Takže stejně jako pivovarníci máte mož-

nost si jít odpočinout k nám do restaurace. Můžete si vychutnat širokou škálu pív z naší osmikohoutové mostové pípy, což je unikátní řešení, který snad ocení každý pivař. V některých Šalandách si můžete dát pivo z nerezového mázu, stejně jako v pivovaru. A nabízíme také degustační sety a můžete si vyzkoušet roli pivního someliéra.

VE FIRMÁCH JE TEĎ VELKÝM TÉMATEM EKOLOGIE A TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ. DĚJÍ SE NĚJAKÉ ZMĚNY V TÉTO OBLASTI PŘI VÝROBĚ KRUŠOVIC?

Ano, snažíme se dělat maximum. Snižujeme poměr spotřebované vody na objem uvařeného piva, takže jsme efektivnější. Ale samozřejmě v plánu je toho hodně. Více prozradit nechci.

CO BYSTE DOPORUČIL MAJITELŮM PRODEJEN PŘI VÝBĚRU PIVNÍHO SORTIMENTU?

Dbejte na kvalitu zvolených produktů.

VYVÁŽÍ SE KRUŠOVICE DO ZAHRANIČÍ? V JAKÉ ZEMI SE TĚŠÍ NEJVĚTŠÍ OBLIBĚ?

Ano, do asi 48 zemí světa. Největší oblibě se těší v Rusku.

CHYSTÁTE DO BUDOUČNA NĚJAKÉ NOVINKY VE VÝROBĚ, DISTRIBUCI, MARKETINGU ČI V NĚČEM JINÉM?

Máme toho spousty. Ale je to klasifikováno jako přísně tajné!

DĚKUJEME ZA ROZHOVOR.





SVĚTLO TVOŘÍ SOUČÁST PROMYŠLENÉ OBCHODNÍ TAKTIKY

Pokud nejsou nabízené produkty na regálech vidět, nikdo je nekoupí. Osvětlení proto při prodeji hraje zcela zásadní roli.

Do budoucna se budou pro konkrétní druhy zboží stále více využívat specifické světelné zdroje, které je budou umět podat tak, aby byly pro zákazníka co nejatraktivnější. Světlo se také stane významnější součástí komplexu prvků, které vytvářejí zážitek z nakupování.

Světlo má v prodejně velmi významný úkol. Kromě toho, aby bylo v prodejně na zboží vidět, by mělo umět zákazníka k produktu přivést a ukázat mu jej tak, aby pro něj byl atraktivní.

NAVÁDÍ, UKAZUJE A ZVÝRAZŇUJE

Navigační funkce a úkol přivést zákazníka má osvětlení už před prodejnou. K tomuto kroku jej láká adekvátní nasvícení výloh a vstupu do prodejny. Nicméně jedním ze základních úkolů osvětlení je zajistit bezpečnost zákazníků a personálu tak, aby rozeznali překážky při pohybu po prodej-

ně. Na to navazuje pomoc s orientací po prodejní ploše, čehož je možné dosáhnout zdůrazněním akčních nabídek nebo osvětlením různých sektorů různým odstínem bílé barvy světla. Pro obchodníka je však zcela zásadní funkce osvětlení ta, která pomáhá představení vystaveného zboží. „Správné nasvětlení sortimentu umí vyzdvihnout produkty a zvýšit jejich atraktivitu, a tím i prodejnost,“ podotýká Peter Petrovka, Marketing Manager CZ & SK ve společnosti Ledvance.

SVĚTLO JE SOUČÁSTÍ MARKETINGU

Pokud je osvětlovací soustava prodejny navržena správně, je osvětlení velmi komplexním nástrojem pro vhodné ovlivnění zákaznického chování. Je však zapotřebí správně pracovat s optimální intenzitou (množstvím) světla i jeho barvou. Ta totiž dokáže vhodně zvýraznit různé druhy zboží, ať už jde o jeho obal, či přirozený vzhled, jako je tomu u čerstvých potravin. „Správné osvětlení jednoznačně přispívá ke zvýšení obrátu i celkové spokojenosti zákazníka.

Pro návrh i realizaci ale vřele doporučuji vždy využít profesionály se zkušenostmi v oboru osvětlení prodejen. Kromě technických znalostí svítidel a potřebných norem je totiž třeba umět vybrat vhodnou barvu světla pro konkrétní produkty, umět „vytvarovat“ světlo tak, aby vznikla ta správná příjemná atmosféra v konkrétním prostoru, a znát například výsledky studií o působení různých světelných situací na zákaznické chování. Je třeba vzít v úvahu i velikost, tvar a umístění prodejny, typ prodáváného zboží, požadovanou výslednou atmosféru, specifikaci koncového zákazníka, zkrátka vybrat správné řešení,“ upozorňuje Richard Mikl, jednatel společnosti Maranko design.

S ČÍM PORADÍ PROFESIONÁLOVÉ

Nejčastější chybou, kterou majitelé prodejen při jejich osvětlování a osvětlování přilehlých prostor dělají, je to, že projekt a realizaci nesvěří profesionálům. „Pak se setkáváme s takovými kuriozitami, jako je užití svítidel se speciálním spektrem pro nasvětlování masa, které zdůrazňuje čers-



tvost masa částečným vytažením červené barvy, pro nasvětlení celého řeznictví, a to včetně zákazníků a obsluhy. Lidé pak vypadají lehce „ovaření“. Orientace v dnešní nabídce LED spekter vyžaduje odbornou znalost. Nevhodnou volbou kvalitativních parametrů světla lze znehodnotit i vysoce kvalitní zboží,“ varuje Jakub Wittlich, Application Specialist Team Lead ve společnosti Signify Commercial Czech Republic. Ta obchodníkům nabízí odborný návrh osvětlení na základě specifických potřeb prodejny včetně filozofie nabídky. Podle Jakuba Wittliche by měla odborná firma v případě potřeby zajistit také součinnost architekta.

Druhá častá chyba souvisí se snahou ušetřit. Obvykle se následně ukáže, že snaha obchodníka o co nejmenší výdaj ho přivede k dalším investicím. „Provozovatelé bohužel hledají úspory nákupem nekvalitních, levných svítidel,“ podotýká Peter Petrovka. Podle Richarda Mikla je v této souvislosti patrný velký tlak na cenu nebo neochota investovat či nepochopení

významu investice do osvětlení. Často nejsou osloveni profesionálové a výsledek, který pak vidí všichni několik dlouhých let, neodpovídá důležitosti a možnostem, které moderní osvětlení nabízí. S tím souvisí také to, že v mnoha prodejnách dochází k časté výměně nabízených produktů, například v případě sezonních produktů. „Tomu je potřeba také upravit osvětlení. Proto má být osvětlovací soustava dostatečně flexibilní a je nutné s ní také pracovat, což se ne vždy děje,“ upozorňuje Jakub Wittlich.

STARÉ ZDROJE JE TŘEBA VYMĚNIT

Mezi další nešvary patří to, že ve starších osvětlovacích soustavách s výbojovými zdroji světla nejsou tyto zdroje včas vyměňovány. Majitel je nechá v provozu, dokud vůbec nějaké světlo generují. Tyto zdroje ovšem v průběhu doby užívání mění parametry, a to nejen velikost generovaného světelného toku (tedy množství světla), ale zejména teplotu chromatičnosti světla (zjednodušeně jeho barvu). „Markantní je to zejména u bodových svítidel s takzvaným bílým sodíkem, který byl obvyklým řešením pro osvětlení sýrů a pečiva. Tento zdroj přechází během času z teple bílé barvy světla do silně načervenalé,“ vysvětluje Jakub Wittlich. Další věcí, která patříčné prezentaci zboží nepřidá a s kterou se můžeme v českých prodejnách setkat, je přespřílišné plakátování. „I ten nejlepší návrh osvětlení lze zabít tím, že se osvětlovací systém stane nosičem plakátů a bannerů, které pak stíní, takže se například akční nabídky umístěné v čele regálových gondol a nasvětlené zvýrazňujícími bodovými svítidly ocitnou ve tmě. Kromě toho může v některých případech dojít i k poškození osvětlovacího systému,“ varuje Jakub Wittlich.

KDY POMÁHÁ DENNÍ SVĚTLO?

Uspořít v oblasti osvětlení je dnes možné především přechodem na LED světelné zdroje. Při zachování stejných světelných parametrů osvětlovací soustavy se lze dostat na úspory okolo 50 %, někdy i více. Dalším krokem je užití řídicího systému osvětlení. „Ve vedlejších prostorách je možné řídit osvětlení podle přítomnosti osob a velikosti příspěvku denního světla. Takto se lze dostat na úsporu okolo třiceti procent původní spotřeby,“ konstatuje Jakub Wittlich. Řídicí systémy navíc poskytují uživateli zpětnou vazbu o stavu osvětlovací soustavy a umožňují tak cílený zásah v případě poruchy. Také v prodejních

prostorách lze podle charakteru prodeje kombinovat regulaci podle denního světla. Ne u všech typů prodejen má ovšem tento způsob osvětlování význam. „Málokterá prodejna využívá například světlíky ve střeše nebo ponechává otevřené výlohy. Denní světlo nám navíc ve snaze vytvořit zajímavou atmosféru v prodejně většinou spíše překáží, než pomáhá. Trendem je využívat teplé odstíny barvy světla a denní světlo je pro naše aplikace obvykle moc bílé,“ popisuje Richard Mikl. Nicméně využívat denní světlo má význam například ve velkých supermarketech, které mají světlíky nebo jsou opatřeny velkými otevřenými zasklenými plochami.

INTENZITA PODLE NÁVŠTĚVNOSTI

Jednou z možností úspory elektrické energie je regulace podle přítomnosti osob, která ale musí být velmi dobře promyšlena. Budeme-li regulovat v případě nepřítomnosti osob například na 20 % základní hodnoty, pak by mohli zákazníci nabýt dojem, že je část obchodu zavřená, a vůbec do ní nevstoupí. V některých případech může ale náhlé rozsvícení vyvolat wow efekt a přitáhnout zákaznickovu pozornost. V souvislosti s možnými úsporami je třeba zmínit také další fakt, a to ten, že kvalitní značková svítidla mají dnes již dostatečný výkon, proto vede cesta úspor také přes efektivní využití tohoto výkonu. „Konkrétně přes práci s optickými systémy a reflektory pro vhodný rozptyl světla, a tím možnost použití méně svítidel nebo s menší spotřebou. Dnes už platí, že více neznamená vždy lépe. Pro některé aplikace už nejvýkonnější LED zdroje svítí jednoduše až příliš,“ upozorňuje Richard Mikl.

DŮLEŽITÝ JE PŘIROZENÝ VZHLED

Trendem současnosti je minimalizace zářivých svítidel a jejich jednoduchý design. V plošném osvětlení prodejen je to pak přechod od liniových svítidel ke světelným panelům s velkým výkonem a dokonalou distribucí osvětlení. „Zde je poměr cena/výkon/efekt pro investora opravdu velmi zajímavý. Za poslední rok jsme realizovali několik prodejen pro Konzum Ústí nad Orlicí nebo prodejny FLOP a FLOP Top. Pro všechny uvedené realizace byly využity zmíněné světelné panely pro základní osvětlení prostor a regálových uliček. Firma Bāro, jejíž výrobky pro realizace používáme, tyto panely vyrábí s možností volby osmi výkonových stupňů přímo při montáži

svítidel. Po realizaci osvětlovací soustavy byla navýšena intenzita prodejen přibližně o sto až sto padesát procent na běžných tisíc luxů. Zároveň se snížila spotřeba energie o třicet až padesát procent," vypočítává Richard Mikl. Do budoucna se podle něj budou vyvíjet ještě úspornější světla a bude stále více produktů, které budou vyžadovat specifické nasvětlení. „LED nám v tomto přináší prakticky nekonečné možnosti zejména v oblasti speciálních barev světla – pro pečivo, maso, ovoce a zeleninu už tyto barvy nejsou nic neobvyklého. My ale máme světlo také pro džiny, ryby na ledu, barevný textil, květiny nebo mražené výrobky. A další spektra se vyvíjejí. Hlavní důraz klademe na co nejpřirozenější vzhled osvětlovaného zboží," dodává Richard Mikl.

ZÁŽITEK DÍKY SVĚTLU

Zajímavý element do osvětlování přináší využití barev, dynamiky osvětlení a vytváření zákaznického zážitku. „Trendem dneška, a věřím, že i do budoucna je změna

nakupování od výběru výrobku v zážitkové nakupování. Tím se myslí, že nejde jen o to, aby zákazník přišel do obchodu, našel v něm zboží, zaplatil za ně a odešel. Trendem je ho také pobavit, zapsat se mu do vědomí tím, že měl z nákupu dobrý pocit, že ho něco zaujalo, a proto se bude vracet," naznačuje Jakub Wittlich. V oboru osvětlovací techniky je pro to prostředkem využívání dynamického osvětlení, kdy se pracuje s intenzitou, barvou i scénou. Využívá se také interaktivního osvětlení, kdy dynamické světelné stěny reagují na pohyb a gesta. To je možné využít jak v potravinářských obchodech, tak v obchodech s módou a vytvářet plochy s barvou a charakterem světla, které odpovídají aktuální nabídce. Vznikají tak jednotlivé světelné zóny uvnitř obchodu. V obchodech s módou vznikají interaktivní zkušební kabinky, kde je možno navolit si osvětlení podle charakteru zkoušeného oblečení. Tedy jiné pro večerní šaty a jiné pro volnočasové oblečení.

NAVIGACE POMOCÍ SVĚTLA

Zajímavý benefit pro zákazníky přinášejí systémy Indoor Navigation společnosti Signify, které poskytují zákazníkovi s chytrým telefonem a příslušnou aplikací orientaci v interiéru díky kódovanému světlu. Je přímou součástí osvětlení, takže pro jeho zavedení není zapotřebí budovat žádnou novou infrastrukturu. „Systém si lze zjednodušeně představit jako navigaci s GPS v interiéru. Zákazník tak lehce najde cestu ke zboží a obchodník ho může prostřednictvím systému informovat o zvláštních nabídkách. V supermarketech může systém zákazníkovi nabídnout recept a ukázat mu cestu ke všem potřebným ingrediencím. Pro obchodníka tento systém přináší možnost zpětně si vyhodnotit cesty zákazníků po prodejní ploše a po analýze dat případně změnit uspořádání nabídky v prodejně. Interiérová navigace pomáhá zvýšit prodeje, loajalitu a spokojenost zákazníků, klientů, návštěvníků i zaměstnanců," uzavírá Jakub Wittlich.

Zdroj: Retail News

POSVIŤTE SI NA ZDRAVÍ

Dostatek denního světla je pro správné fungování lidského organismu nezbytný. Staletí se člověk řídil přírodou a jejími cykly. V létě jsme zvládali spoustu aktivit, v zimě více času prospali. To nám bohužel moderní doba nedovoluje a od vynálezu žárovky přirozené střídání tmy a světla směle ignorujeme. Přesto na podzim, kdy se dny rychle krátí a obloha bývá často zatažená, býváme unavenější, méně soustředění a více podráždění. Je snadnější sklouznout k depresi a jen těžko se většina z nás přemlouvá k nějaké aktivitě. Může za to hlavně melatonin, známý též jako spánkový hormon. Ten se může během zimních období vylučovat do těla i během dne, což má zásadní vliv na náš režim. Klesá nám „hormon štěstí“ serotonin a bez slunečního svitu je obtížnější udržet se „na správné vlně“.

NASTARTUJTE SEROTONIN

Ne každý má možnost trávit denně několik hodin venku, aby načerpal potřebnou dávku slunečních paprsků. Jednou z možností je stále populárnější světelná terapie, existuje ale spousta dalších triků, jak tvorbu tohoto hormonu podpořit a zvýšit tak naši duševní pohodu. Základ je jako vždy ve stravě. Je potřeba zvýšit přísun potravin

s aminokyselinou tryptofanem. Tou jsou hlavně ořechy a semínka, sójové produkty, vejce, ananas, špenát i čokoláda s vysokým obsahem kakaa. Důležité jsou i vitaminy, např. B₆, který je hojně obsažen v kvěťáku, banánech a celozrnných výrobcích, a B₁₂, jež nalezneme v sýrech, rybách a všech druzích masa. I když se nám do toho kolikrát nechce, nezapomínejme na pravidelný pohyb a dopřejme si alespoň půlhodinku denně v přírodě. Dovolme si masáž, meditaci nebo cokoli, co nás dokáže uvést do stavu relaxace. Důležitý je také kvalitní spánek. Pro ten je potřeba zajistit co největší tmu a ticho v místnosti, kde se spí, a vyhnout se nejlépe dvě hodiny před spaním modrému světlu, tedy mobilům, monitoru i televizi.

ZDRAVÉ SVĚTLO

Přes den si pusťte slunce domu i do kanceláře, co nejvíce je to možné, a nechte závěsy roztážené. Sviťte silnými žárovkami nejlépe s plnospektrálním světlem, které umí napodobit přírodní podmínky. Na rozdíl od běžných světel obsahuje optimální poměr ultrafialového a infračerveného záření. Toto světlo původně objevil Dr. John Ott při studiu rostlin, když zjistil, že pod běžnými

zářivkami neprosplívají. Bylo zjištěno, že širokospektrální světlo podporuje přirozené procesy v těle, je zdravé pro oči, pomáhá soustředění a výkonnosti a má celkový vliv na naši energii a náladu. Je sice dražší, ale uvidíte, že když vyměníte stresující blikající zářivku za zdravé světlo, prospěje to jak Vám, tak i Vaším zaměstnancům a zákazníkům.

PROBARVĚTE SI DEN

Podobně jako světlo náš ovlivňují barvy, kterými se obklopujeme. Mají vliv na náladu, emoce, funkce orgánů i vnímání teploty. Barevným světlem tak můžeme podpořit různorodé oblasti našeho života. Jak na nás jednotlivé barvy působí? Když potřebujeme na podzim zahřát a dodat trochu vitality, kreativity, sebedůvěry a radosti ze života, hodí se teplé barvy jako červená, oranžová nebo žlutá. Pokud chcete naopak podpořit hloubkovou relaxaci nebo schopnost koncentrace, zvolte odstíny modré nebo zelené či fialové.

Oblékněte se do barev spadajícího listí, vyrazte ven a užijte si podzim!

Zdroj: redakce

POTRAVINY (NEJEN) PRO ZVLÁŠTNÍ VÝŽIVU JSOU STÁLE POPULÁRNĚJŠÍ

Potraviny bez lepku, cukru nebo laktózy, veganské či s vysokým obsahem proteinu – spektrum spotřebitelů, kteří je požadují a kupují, se rok od roku rozšiřuje. Podle statistických dat lékařů roste v Česku každoročně počet osob, které trpí nějakou formou potravinové intolerance, nesnášenlivostí lepku nebo laktózy. Současně se zvyšuje počet těch, kteří ze své vlastní vůle preferují specifické kategorie potravin v rámci změny životního stylu, aniž by je k tomu nutily zdravotní potíže nebo konkrétní výživová omezení.

Fermentovaná zelenina, brainfood a produkty bez laktózy, to jsou zásadní aktuální výživové „hity“. Fermentovaná zelenina, která prošla tzv. mléčnou fermentací, tedy kvašením, patří k těm nejzdravějším potravinám, je totiž velkou zásobárnou prospěšných enzymů, vitaminů, omega-3 mastných kyselin a probiotik, která pomáhají chránit organismus před škodlivými patogeny. Aby mozek a nervová soustava optimálně fungovaly, napomáhá jim k tomu výživa pro mozek neboli brainfood. Do této kategorie spadají i tak zvané superpotraviny, bohaté na živiny, jejichž prospěšnost pro naše zdraví je vyšší než u ostatních potravin. V našich končinách najdeme z této skupiny například brusinky, borůvky, jablka, ovesné vločky, celer, mrkev, ořechy, špaldu, včelí produkty a ryby. Nejen u lidí trpících intolerancí na mléčnou laktózu začínají být ve větší oblibě bezlaktózové výrobky. Mají totiž stejné množství živin jako „běžné“ mléčné produkty, ale obsahují maximálně 0,01 g laktózy ve 100 g. „Jsou lehce stravitelné, obsahují velké množství bílkovin a nezatěžují trávicí trakt,“ uvádí Ivo Urban, jednatel společnosti Meggle, která vyrábí například bezlaktózové mléko, smetanu nebo cottage cheese.

SPOTŘEBITEL CHCE MOŽNOST VÝBĚRU

„Naším záměrem a cílem je nabízet na jednom místě co nejvíce položek ze segmentu zdravého životního stylu. Chceme dát zákazníkům možnost širokého a pestrého výběru. Jsme schopni nabídnout výrobky v bio kvalitě, raw produkty, veganské, bez lepku, bez přidaného cukru nebo s obsahem superpotravin,“ říká Dominik Píchal, zakladatel a ředitel společnosti a e-shopu Grizly.cz. Z novinek posledních měsíců

zmiňuje řadu Grizly Sweets, při jejímž vývoji se firma Grizly spojila s cukrářkou Darinou de Oliveira Costa. Ta navrhla řadu předpřipravených směsí na pečení, do kterých stačí přidat jen pár mokrých surovin a těsto je hotové. Receptury směsí jsou často bezlepkové, se sníženým obsahem cukru, bez barviv a umělých aromat. Použity jsou kvalitní suroviny jako kokos, tapioka, pohanková a rýžová mouka či lyofilizované ovoce. „Z důvodu dlouhodobé poptávky rozšiřujeme i sortiment bezlepkových mouk, jako je kokosová, mandlová či tapioková,“ dodává Dominik Píchal.

SÍLA KOKOSU

Kokosový cukr, mouka nebo olej se stávají stále oblíbenějšími surovinami v českých kuchyních. Kokos je od pradávna považován za superpotravinu, v mladém kokosovém ořechu je ideální prostředí pro množení zdraví prospěšných probiotických kultur, které společně s vlákninou z kokosové dužiny dělají dobře trávení a střevům. Svě o tom ví také česká firma Wild & Coco. Její výrobky bez cukru a laktózy, jako je Prebiotic Yoguard, o něco hustší Symbiotic Yoguard nebo nakyslý Symbiotic Keefir, jsou podobné jogurtu a kefiru, ve srovnání s nimi ale obsahují výrazně více probiotik. „Probiotické kultury jsou pro náš organismus důležité. Prakticky to poznáte na snížení stresu, pomoci mohou také při léčbě chorob trávicí soustavy, ale i zlepšení termoregulace a vůbec celkové obranyschopnosti organismu,“ vysvětluje Filip Říha, zakladatel firmy Wild & Coco.

RAW SVAČINKY NA VZESTUPU

Společnost Markol Food ve spolupráci se značkou Sinea představila řadu originálních raw tyčinek v pěti příchutích. Čistě rostlinné raw tyčinky z čerstvých surovin bývají považovány za symbol zdravého životního stylu. Tyčinky Markol jsou plné vlákniny a vitaminů, obsahují vybrané ovoce, semínka a oříšky, žádné prefabrikované ovocné pasty, cukr ani lepek. Jako pojivo slouží rozinky či datle, dvě varianty tyčinek jsou vyrobeny z lokálně dostupných surovin – Hruška s kardamomem a Černý rybíz. Bombus Raw Energy jsou energetické tyčinky vyrobené pouze ze sušeného ovoce a oříšků, které nejen rychle doplní energii při zvýšené aktivitě, ale také

dodají tělu potřebné množství vitaminů, minerálních látek a vlákniny. Při výrobním procesu se dbá na to, aby bylo zachováno maximální množství živin. Prodávají se v příchutích Maracuja a kokos, Kokos a kakao a Arašidy a datle.

POD HESLEM LOW CARB

Low carb neboli nízkosacharidové stravování vyznává nebo alespoň vyzkoušelo poměrně velké množství lidí, kteří dbají na zdravější životní styl, hrozí jim rozvoj diabetu nebo chtějí zhubnout. V poslední době jsou velmi oblíbené nejrůznější smoothie a koktejly, které lze rychle připravit a zasytit na dlouhou dobu. Koktejly pod značkou Chia Shake jsou bezlepkové, bez přidaného cukru, umělých barviv a konzervantů, a naopak obsahují vysoký podíl bílkovin, vlákniny, vitaminů a minerálů. Koktejly, snídaňové kaše i tyčinky Chia Shake jsou bezlepkové, trvanlivé a dají se vzít i na cesty. V duchu trendu zvyšovat podíl bílkovin v potravinách se nese také odtučněný tvaroh Protein z Bohušovické mlékárny, dostupný ve třech ochucených variantách: jahoda, borůvka a brokev-meruňka nebo proteinové pudinky High Protein od firmy Ehrmann. Ty se prodávají v příchutích čokoláda, vanilka, karamel, lískový oříšek a čokoláda s kokosem.

ROSTLINNÉ POMAZÁNKY BEZ LEPKU

Ideální volba jako rychlá svačina do kanceláře i na výlety, to jsou nové čistě rostlinné pomazánky Druid. Jsou 100% bezlepkové, bez palmového oleje a vybírat lze hned ze šesti příchutí. Konkrétně Medvědí česnek s avokádem, Hlířová, Brokolicová, Cibulová, Papriková a Rajčatová. Všechny jsou lehce stravitelné a mají v kuchyni všestranné využití. Čistě rostlinné pomazánky podle originálních receptur, které ocení nejen vegetariáni, nabízí rovněž značka Green Apotheke. Zmínit můžeme například varianty Červená řepa a křen, Rajčata a tamari, Olivy a peperoncino nebo Kořenová zelenina a kurkuma. Složené jsou z vysokého podílu zeleniny pěstované v bio kvalitě v souladu s principy ekologického zemědělství a hodí se nejen na pečivo, ale také k přípravě zeleninových dresinků, dipů či zdravých chlebíčků k různým příležitostem.

Zdroj: Simona Procházková, Retail News

KAMENNÉ TRADIČNÍ OBCHODY VČERA, DNES A ZÍTRA

Kamenné obchody, tedy prodejny s pevně danou adresou místa a uzavřeným prodejním prostorem, do kterého vstupují zákazníci, jsou s námi stovky let. Mnozí si myslí, že po příchodu moderního trhu budou výrazně ubývat a po nástupu e-shopů zaniknou zcela. Opak je ale pravdou. Tradiční kamenný obchod nejenže nezahynul, ale dokonce nabral druhý dech a drží si své pevné místo na trhu. Proč tomu tak je? Pojďme se na to podívat více do hloubky.

Česká republika je v rámci evropského prostoru unikátem v počtu širokosortimentních kamenných prodejen. Skoro všechny evropské státy znají malé kamenné obchody potravinami jen jako specializované prodejny, například pečiva, uzenin nebo zeleniny. Pokud někde najdete obchody s širším sortimentem, jde spíše o velmi malé plochy, navíc většinou provozované příslušníky jiných národností.

U nás je situace úplně odlišná. Přestože v tuto chvíli již více než polovinu prodejen potravin provozují obchodníci vietnamské národnosti, stále je zde několik tisíc obchodů v rukou českých majitelů. Možná by bylo dobré ještě zmínit, že mluvím-li o tradičním kamenném obchodě potravinami, nepočítám k nim prodejny Coop, Jednoty apod. Tento koncept, většinou postavený na bázi družstva, má dlouhou

tradici a je rozšířen v mnoha zemích Evropy, já ho v rámci tohoto článku ale za tradiční kamennou prodejnu nepovažuji. Tou je pro mě obchod vlastněný jedním konkrétním majitelem, který pod svým vlastním IČO a většinou i pod svým jménem provozuje prodejnu nebo prodejny s prodejní plochou většinou do 400 m².

Koloniály znaly naše prababičky a byly na každém rohu. Staly se centrem života, stejně jako hostinec a kostel. Lidé se v nich potkávali, probírali každodenní věci, sdělovali si důležité skutečnosti, domlouvali obchody i svatby. Právě sociální rovina prodejen s potravinami je jedním z nejdůležitějších aspektů jejich důležitosti pro společnost.

Na začátku tisíciletí bylo u nás cca 20 tisíc tradičních prodejen potravin. Tento počet se během uplynulých dvaceti let postupně snižoval, až dosáhl cca 13 tisíc. Zdálo by se, že se naplňují proroctví o zániku tradičního obchodu, ale není tomu tak. V posledních letech je pokles již jen mírný a někde dokonce vznikají prodejny nové.

Od devadesátých let minulého století se malé prodejny začaly objevovat a rychle rozšiřovat, protože kromě Jednot nebylo kde jinde potraviny nakoupit. Když k nám v polovině devadesátých let začaly pronikat supermarket a později i hypermarkety

západního stylu, mnozí si mysleli, že to tradiční obchod nepřežije. Je pravda, že počty malých obchodů skutečně začaly klesat a mnohé musely skončit, protože neustály tlak silně konkurenčního až agresivního prostředí, které tento tak zvaný moderní trh přinesl. S nástupem tohoto typu obchodů se začalo měnit nákupní chování zákazníků. Na jedné straně se rozšířila nabídka zboží a dostupnost obchodů, došlo i k poklesu cen díky neustálým letákovým akcím, ale na druhé straně se začal vytrácet právě zmíněný sociální aspekt. Protože supermarket a hypermarkety jsou jen velké plechové či zděné krabice s mnoha uličkami a regály se zbožím, anonymizovaly se, vždyť personál se z velké části stal jen doplňovačem zboží a pokladní většinou o zboží, které prodávají, nevědí skoro vůbec nic – v horším případě Vám dokonce ani neumí poradit, kde které zboží najdete, pokud není v úseku, který mají na starosti, a to ještě za předpokladu, že se s nimi dorozumíte, protože to mnohdy bývají osoby neovládající dobře český jazyk. Na rozdíl od toho jsou tradiční kamenné obchody výrazně osobnější a majitelé, kteří se v těchto obchodech také pravidelně pohybují, jsou mnohdy i za pultem. Právě majitel obchodu, vedoucí prodejny a většinou i ostatní zaměstnanci mají vysoké povědomí o veškerém zboží, které nabízejí, a dokážou zákazníkovi poradit.

Koronavirová pandemie lidem ukázala, že malé kamenné obchody jsou pro zásobování obyvatel potravinami nezastupitelné, a zákazníkům připomenula, že skoro všechno zboží, které každodenně potřebují, dostanou právě v nich. Uplynulé měsíce naučily zákazníky znovu do těchto obchodů chodit a oceňovat, že díky jejich počtu je mají vždy nablízku.

Minulé období přineslo kromě návratu zákazníků do tradičních obchodů také významné zjištění, že potraviny lze velmi dobře nakupovat po internetu ve specializovaných e-shopech. Já osobně to považuji za třetí způsob nakupování potravin. Vedle tradičních obchodů a moderních velkých hal vidím e-shop jako další kanál prodeje potravin, a to jako kanál rovnocenný. E-shop nadto přináší mnoho výhod nejen pro zákazníka, ale i pro obchodníka. Nejde jen o možnost nákupu kdykoliv, tedy v režimu 24/7, ale také o širší nabídku zboží, rychlost, možnost doručení až domů či snazší zjišťování informací o zboží. Obchodníkovi pak přináší nejen příležitost k získání nových zákazníků, ale i možnost více využít akčních cen na vybrané zboží, oslovovat zákazníky s konkrétní nabídkou a vůbec s nimi rychleji komunikovat. E-shop potravin vítám jako doplnění tradičního způsobu prodeje a jsem přesvědčen, že oba kanály by měly jít ruku v ruce vedle sebe, protože si nekonkurují, ale naopak se šikovně doplňují a vzájemně využívají svých výhod. E-shop, který má i kamenný obchod či výdejní místo, kde lze nakoupit i bez předchozí objednávky, působí důvěryhodněji a autentičtěji. A kamenný obchod, který má zároveň možnost nakoupit přes internet, působí moderně a svěže. Proto se oba dva způsoby mohou velmi dobře doplňovat.

Když jsem mluvil o sociálním významu kamenných prodejen jako míst setkávání s druhými lidmi, vzájemné interakce, sdílení a výměny informací, nezmínil jsem jeden důležitý aspekt, kterým se dostáváme už do roviny psychologie. Je jím citová vazba na konkrétní místo, obchod či lidi v něm. Toto je rovina, kterou se snaží u svých zákazníků budovat také moderní trh, protože si uvědomuje její důležitost. Nicméně ať bude své obchody dělat sebestříbivějšími a věrnostní zákaznické programy sebeláka-vějšími, nikdy nemůže docílit takové úrovně citové vazby, jakou umožňuje tradiční obchod. Kdo z Vás někdy o supermarketu



hovořil jako o svém obchodě? Asi skoro nikdo. Zatímco označení běžné kamenné tradiční prodejny jako „naš obchod“ je zcela běžné a většinou v rámci dané rodiny či společenství každý ví, o jakém obchodě je řeč. Tuto citovou vazbu by měl obchodník stále posilovat tím, že zná své zákazníky a bere je jako SVÉ zákazníky, nikoliv pouze jako náhodné nakupující. V supermarketu se každý cítí jako součást anonymní masy, zatímco v dobře vedeném tradičním obchodě, do kterého chodím nakupovat, jsem vnímán jako stálý a známý zákazník, kterého mnohdy obchodník zná i jménem, ví, co obvykle nakupuje, a proto mu také dokáže efektivně poradit. Zákazník pak také často zná svého obchodníka jménem a nebojí se ho na cokoli zeptat, případně mu i sdělit nějakou stížnost či naopak vyjádřit pochvalu. Obchodník z tradiční prodejny má pak přirozenou tendenci vycházet zákazníkovi vstříc, protože konec konců tato symbióza svědčí oběma aktérům.

Závěrem bych rád řekl, že o budoucnost tradičních kamenných prodejen vůbec nemám strach. Jsem přesvědčen, že i za dalších třicet let tady budou v podobné míře jako dnes. Samozřejmě to neznamena, že se nic nebude dít a měnit, protože celý trh potravin se stále vyvíjí a prochází evolučními změnami – a zákazník žádá, aby tradiční obchod zůstal tradičním, ale na druhé stra-

ně vyžaduje jistou dávku modernosti. Proto také právě napojení kamenné prodejny na e-shop je krokem vpřed. Samozřejmě nelze očekávat, že ihned budou vidět výnosy a zisky, ale je to cesta do budoucnosti a kamenná prodejna, která se po ní dříve či později – ale zase ne příliš pozdě – vydá, na trhu přežije. A naopak ta, která se tomuto trendu bude bránit, bude mít pozici na trhu stále těžší.

Evoluce ve způsobu prodeje se samozřejmě netýká jen prodeje po internetu, ale také kamenných prodejen samotných. Takže jejich občasná zmodernizování, například v podobě nového vybavení, nových barev, lepšího osvětlení či značení by mělo být samozřejmostí. Takové vylepšení nejenže na zákazníka působí pozitivně, ale hlavně vypovídá o majiteli, že má svůj obchod rád, že mu na něm záleží, že chce, aby se v něm zákazníci cítili dobře, že jde s dobou a současně i myslí na budoucnost.

Stručně řečeno, tradiční kamenná prodejna, o kterou se majitel stará a jde s prodejními i marketingovými trendy, má svou budoucnost zajištěnou a o zákazníky nebude mít nouzi. Proto se dívejme na budoucnost pozitivně a optimisticky – protože bude taková, jak si ji budeme utvářet.

Ing. Mgr. Robert Bárta



PŘIPRAVTE SE NA ZIMU!

Po letních měsících plných tepla, sluníčka a výletů přichází trochu pochmurnější část roku, kdy je méně světla a začíná být chladněji. A jako měníme v tomto období šatník, měli bychom pozměnit i stravu a celkové návyky. Pro Vaši podzimní pohodu jsme dali dohromady pár tipů a receptů, jak si udržet energii, dobrou náladu a hlavně pevně zdraví a dobrou imunitu.

Na trhu je samozřejmě spousta tabletek a výživových doplňků, které slibují zázraky, mnohdy ale stačí jen to, co najdeme v kuchyni nebo na zahradě.

Co si budeme povídat, většina z nás si v létě dopřeje trochu toho nezdravého hřešení, ať

už na grilovačkách, zahrádkách restaurací, nebo na různých festivalech. Proto je dobré nejdříve tělu dopřát trochu tzv. detoxu. Často se doporučují ovocné a zeleninové šťávy. Nám přijde na podzim vhodnější polévková detox kúra, alespoň na pár dní. Polévky méně zatěžují trávení, pomáhají organismu, aby si odpočinul, a dostaneme jejich prostřednictvím do sebe mnoho vitaminů, živin a vlákniny.

Základem kvalitní polévky by měl být vývar, pak zelenina, koření, bílkoviny (např. fazole, semínka, ořechy), zdravé tuky a nejlépe nějaké bylinky. Nechte se inspirovat našimi recepty.

DETOXIKAČNÍ POLÉVKY

POLÉVKA Z PEČENÉHO CELERU

- zeleninový vývar
- celer
- řapíkatý celer
- cibule
- česnek
- olivový olej
- tymián
- rozmarýn
- sůl, pepř, kurkuma
- smetana na vaření
- semínka na posyp (např. slunečnicová)

Celer, brambory a cibuli nakrájíme na menší kousky a dáme na plech. Přidáme neloupaný česnek, zakápneme olivovým olejem a posypeme tymiánem a rozmarýnem. Dáme péct do rozehřáté trouby na 160 °C. Zelenina bude hotová zhruba za půl hodiny, postupně jednotlivé kousky kontrolujeme vidličkou a změkklé vytahujeme. Kde je potřeba, zbavíme pečenou zeleninu slupek (např. u česneku nebo celeru). Potom na rozpáleném olivovém oleji osmahneme nejmenno nakrájenou cibulku a trochu nejmenno nakrájeného řapíkatého celeru. Když je změkklý, zalijeme vývarem, přidáme pečenou zeleninu, rozmixujeme a přidáme smetanu na zjemnění. Dochutíme solí, pepřem a kurkumou dle chuti, posypeme semínky a můžeme podávat.

Klasické české polévky v mnoha podobách určitě většina z nás zná. Co vyzkoušet i nějaké netradiční chuti?

MISO POLÉVKA S ŘASOU WAKAME

- zeleninový vývar
- miso pasta
- shoyu omáčka
- wakame řasa
- libovolná sezonní zelenina nakrájená na jemné kousky (mrkev, pórek...)
- houba Jidášovo ucho předem namočená
- sójové klíčky
- bambusové výhonky na nudličky

Dáme vařit asi litr vody či vývaru, mezitím nakrájíme zeleninu a postupně ji přidáváme dle toho, jak dlouho potřebuje ke změknutí. Pozor, ať není rozvařená! Přidáme pokrájenou řasu a ještě chvíli povaříme. Odebereme část polévky a v ní rozmícháme 3–4 lžičky miso pasty, polévku stáhneme na minimální teplotu varu a pastu do ní vmícháme. Dle chuti přidáme shoyu omáčku (pozor, je dost slaná!). Dále už polévku nepřivádíme k varu, jen necháme lehce táhnout. Přidáme pokrájenou předem namočenou houbu, klíčky a výhonky.

Když si trochu vyčistíme organismus, je na čase se posílit. Základem zdravého těla je správně fungující střevo. Jak na to?

POSILNĚTE STŘEVO

Doporučujeme ve velkém užívat mleté lněné nebo chia semínko, obě mají opravdu blahodárný účinek na úklid a správné fungování našeho vnitřního prostředí. Když si ho třeba po ránu dopřejete s rozmačkaným banánem, který se postará o přísun

vlákniny, nebo ještě lépe s pohankovou kaší, máte výbornou a kvalitní snídani.

Velmi prospěšný je v tomto období také umeocet, což je ochucovadlo, které vzniká jako vedlejší produkt při fermentaci japonských švestiček umeboši. Při dlouhodobějším užívání zlepšuje trávení, snižuje únavu, pomáhá proti bolestem hlavy a zpomaluje stárnutí, snižuje kyselost v těle, neutralizuje toxiny a má spoustu dalších účinků. Lze ho použít jako zálivku do salátu, na dochucení kyselosti při vaření (čočka, kulajda...) nebo ho jen tak rozmíchat s vlažnou vodou a vypít. Celkově všechny fermentované potraviny jsou pro naše střevo velmi důležité, ať už je to klasická kvašená zelenina, kombucha, pickles, nebo korejské kimchi. Vše lze buď koupit, nebo vyrobit doma – receptů je nespočet.

Dále doporučujeme konzumovat potraviny s vysokým obsahem probiotik, k nimž patří například avokádo, luštěniny, lilek, banány, červená řepa, cibule, pórek nebo mléčné výrobky. S těmi ale na podzim a v zimě opatrně, ochlazuje totiž tělo, takže bychom je neměli v tomto období do jídelníčku zařazovat příliš často.

BYLINKOVÉ ČAJE A SIRUPY

Neměli bychom samozřejmě zapomínat ani na dostatečný pitný režim. Jeho základ by kromě vody měly na podzim tvořit bylinné čaje, případně bylinkové sirupy. Které jsou pro nás v tomto období nejužitečnější?

Jitrocel – má protizánětlivé účinky a tlumí kašel, pomáhá při vykašlávání, užívá se také při zánětu močových cest. Čistí plíce, žaludek i krev.

Rakytník – je ceněn hlavně pro vysoký obsah vitamínu C (až 24x vyšší, než má citron), ale i spousty dalších vitamínů. Pomáhá při nejrozličnějších virózách, chřipkách a angínách, podporuje funkci krevního oběhu a průchodnost cév a pomáhá očisťovat od toxinů.

Ostropestřec mariánský – napomáhá správné funkci jater a srdce a při celkové očistě organismu. Stabilizuje hladinu cukru v krvi.

Echinacea – jako přírodní antibiotikum pomáhá při jakémkoliv zánětu v těle. Předchází vzniku nachlazení a zkracuje jeho průběh. Umí rozproudit lymfu a tím z těla dostat všechny možné škodlivé usazeniny.



Mateřídouška – má antiseptické a antibakteriální účinky, pomáhá proti stresu a nervovému vypětí a podporuje správnou imunitu. Je výborným pomocníkem při suchém kašli a zánětu průdušek.

Lichořeřišnice – obsahuje škálu látek s bakteriostatickým a insekticidním účinkem, používá se v lidovém léčitelství k léčbě nemocí ledvin, močového měchýře a dýchacích cest. Jako přírodní antibiotikum pomáhá proti salmonelle, streptokoku i zlatému stafylokoku. Velmi vhodné je použít lichořeřišnice jako doplňku při léčbě antibiotiky, protože zesiluje, rozšiřuje a urychluje jejich účinek.

Černý bez – nejenže jeho květy obsahují mnoho vitamínů, ale pomáhá také přirozeně snižovat teplotu.

Kromě zdravého a pestrého jídelníčku je důležité hodně chodit ven, abychom si užili alespoň trochu sluníčka, mít pravidelný pohyb, otužovat se, navštěvovat například saunu a hlavně nezapomenout udržovat si pozitivní mysl, tolik se nestresovat a hodně se smát! Humor je často to jediné, co nám pomáhá, abychom se ze všeho úplně nezbláznili, také ale zásobí tělo serotoninem a endorfiny – a tím se ozdravíme nejlépe.

A CO KDYŽ ONEMOCNÍME?

Pokud se přece jen stane, že přes veškerou snahu onemocníme, zkusme dříve, než sáhneme po osvědčeném paracetamolu, vyzkoušet něco z babských rad přírodního léčitelství.

Inhalace – má až překvapivě pozitivní účinky při rýmě a kašli a působí blahodárně na stav našich sliznic. Nejčastěji se používá heřmánek, který uvolní ucpaný nos a pomáhá v boji proti bakteriím. Sáhnout můžeme také po tymiánu, levanduli, mateřídoušce, mátě, rýmovníku a mnoha dalších bylinách. Jen pozor: tento styl léčení není vhodný při vysokých teplotách!

Priessnitzův obklad – přikládá se na postižené místo s cílem dosáhnout zvýšeného prokrvení a zrychlení hojivých procesů. Nejčastěji se dává na krk při angíně nebo na hrudník při dráždivém kašli, ale lze jej použít také na klouby, zmírňuje bolest a pomáhá při zánětech. Jak správně na něj? První vrstvou je látka namočená ve studené vodě, na ni přijde nepromokavá vrstva (igelit), která musí první vrstvu překrývat, a poslední vrstvu tvoří suchá látka (šála, šátek...). Nechte působit maximálně hodinu.

Cibule s medem – tento jednoduchý recept je opravdový zázrak. Stačí nakrájet cibuli najemno, smíchat s medem a nechat pár hodin stát, dokud cibule nepustí šťávu. Tu pak užívat po lžičkách třikrát denně. Tato kombinace je přírodní antibiotikum, úspěšně bojuje s bakteriemi a viry a posiluje celkovou obranyschopnost. Pomáhá ulevit při kašli, nachlazení i při problémech s průduškami. Navíc silice obsažené v cibuli dokážou posílit srdce a krevní oběh, zpevňují cévy a čistí krev.

Přejeme všem našim čtenářům, ať přežijí podzim ve zdraví a v dobré náladě!

Zdroj: redakce

NEVYHOVUJÍCÍ HAMI NEMLÉČNÁ KAŠE RÝŽOVÁ

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) nařídila společnosti Nutricia a.s., V parku 2294/2, 140 00 Praha, aby stáhla z celé tržní sítě nevyhovující potraviny Hami Nemléčná kaše rýžová, v balení 170 g, s označením data minimální trvanlivosti (DMT) do: 20/04/2022, šarže L: 101248648, výrobce: Nutricia Zakłady Produkcyjne Sp. z o.o., ul. Marka z Jemielnicy 1, 45-952 Opole, Polsko.

SZPI obdržela notifikaci prostřednictvím evropského systému varování pro potraviny a krmiva RASFF od slovenského dozorového orgánu, který v uvedené šarži potraviny zjistil přítomnost bakterií *Salmonella enteritidis*. SZPI provedenou kontrolou potvrdila přítomnost nevyhovující šarže potraviny na trhu v ČR. Dle dokumentace předložené inspektorům SZPI uvedenou šarži potraviny kontrolovaná osoba v ČR dodala následujícími odběratelům: Tesco Stores ČR a.s., DM drogerie markt s.r.o., Mall CZ, Tamda Foods s.r.o., Rossmann spol. s r.o., Velká Pecka s.r.o., Alza a.s., Globus ČR v.o.s. a Malvel s.r.o.

SZPI doporučuje všem spotřebitelům, kteří mají danou šarži potraviny doma, aby ji nekonzumovali! Potravinářská inspekce vložila dodatečnou informaci do evropského systému rychlého varování pro potraviny a krmiva RASFF, čímž umožní došetření a přijetí opatření v zemi původu potraviny.

DESETKRÁT PŘEKROČENÝ LIMIT PESTICIDŮ V RÝŽI

SZPI zjistila na trhu nevyhovující potraviny Swagat Rýže Basmati – Pure basmati rice old Crop, v balení 1 kg a 5 kg, s označením data minimální trvanlivosti do 09/2021, země původu: Indie.

Laboratorní rozbor v akreditované laboratoři SZPI v potravine potvrdil přítomnost pesticidů tricyclazole v množství 0,12 miligramů na kilogram (mg/kg) a thiametoxam v množství 0,027 mg/kg. Právní předpis stanovuje maximální akceptovatelné množství u obou látek na 0,01 mg/kg. Uváděním předmetné šarže potraviny na trh provozovatel porušil Nařízení (ES) č. 396/2005 o maximálních limitech reziduí pesticidů v potravinách.

Inspektoři SZPI uvedenou šarži potraviny odebrali v maloobchodní provozovně BOUSSAD AMIS, Spálená 89/15, Praha. Dovozcem potraviny do ČR je společnost Swagat s.r.o. Celková velikost nevyhovující šarže je dle předložené dokumentace 1 100 kg. S kontrolovanou osobou zahájí SZPI správní řízení o uložení sankce.

FALŠOVANÁ MOZZARELLA

SZPI nařídila společnosti Tesco Stores ČR a.s., aby neprodleně stáhla ze všech svých poboček falšovanou potraviny TESCO LIGHT MOZZARELLA v balení 210 g, datum použitelnosti: 12/08/2021, označení šarže: L.1194, země původu: Polsko.

Výrobce na obalu mj. uvedl, že obsah sušiny v potravine představuje minimálně 32 % hmotnosti výrobku. Laboratorní rozbor ale prokázal přítomnost sušiny pouze v hodnotě 27,2 %, čímž došlo, i při zohlednění nejistoty měření $\pm 1,5 \%$, ke klamání spotřebitele ohledně skutečného složení potraviny. Inspektoři SZPI proto prodejci nařídili neprodleně stažení závadné šarže ze své tržní sítě a zahájí s ním správní řízení o uložení pokuty.

Potravinářská inspekce informací předá do evropského systému pro boj s falšovanými potravinami AAC, což umožní došetření případu v zemi původu potraviny.

POTRAVINY NA PRANÝŘI

KATEGORIE NEBEZPEČNÉ POTRAVINY

RAW TYČINKA MORUŠE 15%

Nevyhovující parametr: Ve výrobku byla zjištěna přítomnost ochratoxinu A v množství, které není možné považovat za bezpečné. Jedná se o mykotoxin, který má imunotoxické, teratogenní a karcinogenní účinky.

Šarže:	RTM1014
Datum minimální trvanlivosti:	30. 10. 2021
Obal:	Tatrafanový přířez (celofán)
Množství výrobku v balení:	50 g
Distributor:	MAKAZO s.r.o., Panská 25, 686 04 Kunovice
Země původu:	Česko
Datum odběru vzorku:	24. 5. 2021
Referenční číslo:	21-000264-SZPI-CZ

KUŘECÍ SEKANÁ HLUBOCE ZMRAZENÁ

Nevyhovující parametr: Ve výrobku byla zjištěna přítomnost patogenní bakterie *Salmonella Enteritidis*, která může způsobit onemocnění salmonelózu.

Šarže:	1110
Datum minimální trvanlivosti:	20. 12. 2021
Obal:	PE fólie s potiskem
Množství výrobku v balení:	800 g
Výrobce:	Drůbežářský závod Klatovy a.s., 5. května 112, 339 01 Klatovy
Datum odběru vzorku:	14. 6. 2021
Referenční číslo:	21-000214-SZPI-CZ

KURKUMA MLETÁ BIO

Nevyhovující parametr: V kurkumě bylo zjištěno téměř sedminásobné překročení maximálního limitu reziduí pesticidu ethylenoxidu. Pesticid ethylenoxid není v Evropské unii schválen jako účinná látka pro použití v přípravcích na ochranu rostlin.

Šarže:	L2100257
Datum minimální trvanlivosti:	31. 12. 2022
Obal:	Papírové pytle 25 kg
Množství výrobku v balení:	0,13 kg
Výrobce:	Wolfberry s.r.o., Kníničská 178, Ostrovačice
Dovozce:	Wolfberry s.r.o., Kníničská 178, Ostrovačice
Země původu:	Indie
Datum odběru vzorku:	15. 6. 2021
Referenční číslo:	21-000282-SZPI-CZ

DRŮBEŽÍ KEBAB – HLUBOCE MRAŽENÝ

Nevyhovující parametr: K výrobě mraženého polotovaru byla použita kuřecí stehna, ve kterých byla nalezena patogenní bakterie *Salmonella enterica* sér. *Enteritidis*. Tato bakterie může způsobit onemocnění zvané salmonelóza.

Šarže:	24/06/21/220
Datum minimální trvanlivosti:	23. 6. 2022
Obal:	Plastová fólie
Výrobce:	Evin Food Production sp. z o.o., PL 08040602 WE, Poznańska 13, Konotop 67-416, Polsko
Dovozce:	Storteboom Hamrol Sp. Z.o.o. PL 30053903 WE, Kotowo 1 A, Granowo 62066, Polsko
Země původu:	Polsko
Datum odběru vzorku:	23. 6. 2021
Referenční číslo:	21-000043-SVS-CZ



OBENTO NAKLÁDANÝ ZÁZVOR ŽLUTÝ 100 G

Nevyhovující parametr: Ve výrobku byl překročen maximální povolený limit pro obsah přídatné látky – syntetického sladidla acesulfamu K.

Datum minimální trvanlivosti:	30/07/2022
Obal:	PP obal
Množství výrobku v balení:	100 g
Distributor:	Oriental Merchant (EU) Ltd, Unit 8, Acorn Business Park, Killingbeck Drive, Leeds West Yorkshire LS1 4 6UF (STT 2525)
Země původu:	Čína
Datum odběru vzorku:	25. 5. 2021
Referenční číslo:	21-000284-SZPI-CZ

KATEGORIE FALŠOVANÉ POTRAVINY

KONFITÜRE EXTRA ERDBEERE – JAHODOVÝ DŽEM EXTRA

Nevyhovující parametr: Výrobek obsahoval méně jahod, než bylo uvedeno na obalu. Spotřebitel tak byla poskytnuta zavádějící informace: „Pro výrobu 100 g hotového výrobku bylo použito 50 g ovoce.“

Šarže:	L290320210107
Datum minimální trvanlivosti:	30. 09. 2022
Obal:	sklenice s víčkem (70 GL)
Množství výrobku v balení:	450 g
Výrobce:	Nutrifit food d.o.o., Vinkovičeva 3, 10 000 Zagreb
Datum odběru vzorku:	10. 5. 2021
Referenční číslo:	21-000231-SZPI-CZ

OPLÁTKA MÁČENÁ (33 %) „HYPER“ S KRÉMEM Z LÍSKOVÝCH OŘÍŠKŮ (51 %)

Nevyhovující parametr: Výrobek obsahoval alergen arašidy v množství, které již není možné považovat za stopové. Spotřebitel tak byl uváděn v omyl označením: „Výrobek může obsahovat stopy... burské oříšky...“.

Šarže:	L061074
Datum minimální trvanlivosti:	13/02/2022
Obal:	PP folie
Množství výrobku v balení:	55 g
Výrobce:	„Prestige-96“ AD, Bulgarie, Veliko Tarnovo 5000, 6 “Dalga Laka” Str.
Distributor:	Gemini DD s.r.o., Sabinova 153/4, 72100 Ostrava
Datum odběru vzorku:	22. 7. 2021
Referenční číslo:	21-000336-SZPI-CZ

GIN SIN 12 BOTANICS

Nevyhovující parametr: Na obale bylo uvedeno, že se jedná o nealkoholický nápoj, avšak ve výrobku byla zjištěna přítomnost etanolu v množství 1,5 % obj. Výrobek byl označen v názvu výrazem gin. Výraz „gin“ je vyhrazen pouze pro jalovcovou lihovinu vyrobenou aromatizací organolepticky vhodného lihu zemědělského původu jalovcovými bobulemi, která obsahuje min. 37,5 % obj. etanolu a splňuje další legislativní požadavky.

Šarže:	L-K273.X
Datum minimální trvanlivosti:	29/09/2022
Obal:	skleněná lahev, šroubovací víčko
Množství výrobku v balení:	700 ml
Výrobce:	Industrias Espadafor s.a., Granada
Distributor:	VIKEZA gastro s.r.o., Za farou 357/22
Země původu:	Španělsko
Datum odběru vzorku:	27. 1. 2021
Referenční číslo:	21-000239-SZPI-CZ

WHISSIN

Nevyhovující parametr: Výrobek byl označen jako nealkoholický nápoj, přestože obsahoval etanol v množství 1,9 % obj.

Šarže:	L:K217.8
Datum minimální trvanlivosti:	04/08/2022
Obal:	skleněná lahev, šroubovací uzávěr
Množství výrobku v balení:	700 ml
Výrobce:	Industrias Espadafor s.a.
Distributor:	VIKEZA gastro s.r.o., Za farou 357/22
Země původu:	Španělsko
Datum odběru vzorku:	27. 1. 2021
Referenční číslo:	21-000245-SZPI-CZ

K CLASSIC MARIENNA TOFFEE FLAVOURED FILLING WITH MILK CHOCOLATE, OPLATKY S NÁPLNÍ S PŘÍCHUTÍ TOFFEE (50 %) MÁČENÉ V MLÉČNÉ ČOKOLÁDĚ (29 %)

Nevyhovující parametr: Výrobek obsahoval alergen arašidy v množství větším, než které se při dodržení správné výrobní praxe do výrobku může dostat neúmyslně tzv. nezáměrnou křížovou kontaminací. Spotřebitel tak byl uváděn v omyl označením: „Výrobek může obsahovat arašidy...“.

Šarže:	04821
Datum minimální trvanlivosti:	11.2021
Obal:	PP folie s potiskem, uzavřeno sváry
Množství výrobku v balení:	40 g
Výrobce:	Prodávající: Kaufland Česká republika v.o.s., Bělohorská 203, 169 00 Praha 6, Česká republika
Země původu:	Polsko
Datum odběru vzorku:	28. 5. 2021
Referenční číslo:	21-000258-SZPI-CZ

KATEGORIE NEJAKOSTNÍ POTRAVINY

WEISSE

Nevyhovující parametr: Výrobek měl nižší obsah alkoholu, než bylo uvedeno na obalu.

Šarže:	várka č. 603
Obal:	PET
Množství výrobku v balení:	1 l
Výrobce:	Pivovar Lobeč s.r.o., Lobeč 34, 27736
Země původu:	Česko
Datum odběru vzorku:	8. 7. 2021
Referenční číslo:	21-000289-SZPI-CZ

ZÁMECKÝ HROZEN – STOLNÍ VÍNO, POLOSLADKÉ, ČERVENÉ, VÍNO Z SLOVENSKÉ REPUBLIKY, ALK. 11,0 % OBJ.

Nevyhovující parametr: vzhled, barva, vůně, chuť
Chuť a vůně vína byly silně oxidativní. Víno bylo zakalené s plovoucími nečistotami a nahnědlým odstínem. Oxidáza vína je vadou, kdy víno má většinou velmi vysokou až nahnědlou barvu a chuť a vůni po jablkách.

Šarže:	č. šarže: 1001110007
Obal:	skleněná lahev (á 0,75 l) + termokapsle
Množství výrobku v balení:	0,75 l
Výrobce:	Plněno v: Moravské vinařské závody Bzenec s.r.o., Zámecká 1508, CZ - 696 81 Bzenec
Země původu:	Slovensko
Datum odběru vzorku:	20. 5. 2021
Referenční číslo:	21-000309-SZPI-CZ

Zdroj: SZPI (upraveno, kráceno)

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

ŘÍJEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
11.10.2021	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	08/21
15.10.2021	silniční daň	záloha na daň	3Q/21
20.10.2021	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	—
20.10.2021	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	10/21
25.10.2021	daň z hazardních her	daňové přiznání a splatnost daně	3Q/21
25.10.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	3Q/21 a 09/21
25.10.2021	DPH	souhrnné hlášení	3Q/21 a 09/21
25.10.2021	DPH	kontrolní hlášení	3Q/21 a 09/21
25.10.2021	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	09/21
25.10.2021	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	08/21
25.10.2021	spotřební daň	daňové přiznání	09/21
25.10.2021	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	09/21
31.10.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k OSS – režim mimo EU, režim EU, dovozní režim	—
31.10.2021	DPH	poslední den lhůty pro podání přihlášky k registraci skupiny podle § 95a zákona o DPH, která chce být registrována od 1. ledna následujícího roku, nebo žádosti o zrušení nebo změnu skupinové registrace	—

LISTOPAD

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
01.11.2021	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	09/21
01.11.2021	energetické daně	podání oznámení o splnění povinnosti zajistit minimální množství biopaliv a splatnost související jistoty	—
09.11.2021	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	09/21
22.11.2021	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	—
22.11.2021	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	—
24.11.2021	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	09/21
25.11.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	10/21
25.11.2021	DPH	souhrnné hlášení	10/21
25.11.2021	DPH	kontrolní hlášení	10/21
25.11.2021	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	10/21
25.11.2021	spotřební daň	daňové přiznání	10/21
25.11.2021	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	10/21
30.11.2021	daň z nemovitých věcí	splatnost 2. splátky daně (všichni poplatníci s daní vyšší než 5 000 Kč)	—
30.11.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k OSS – dovozní režim	—
30.11.2021	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	10/21

PROSINEC

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
10.12.2021	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	10/21
15.12.2021	daň silniční	záloha na daň, popř. záloha ve výši nejméně 70 % roční daňové povinnosti, pokud je poplatníkem daně provozovatel vozidla se sníženou sazbou daně podle § 6 odst. 10 zákona o dani silniční	10+11/21
15.12.2021	daň z příjmů	čtvrtletní nebo pololetní záloha na daň	—
20.12.2021	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	—
20.12.2021	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	—
27.12.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	11/21
27.12.2021	DPH	souhrnné hlášení	11/21
27.12.2021	DPH	kontrolní hlášení	11/21
27.12.2021	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	11/21
27.12.2021	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	10/21
27.12.2021	spotřební daň	daňové přiznání	11/21
27.12.2021	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních technických benzinů (pokud vznikl nárok)	11/21
31.12.2021	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k OSS – dovozní režim	—
31.12.2021	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	11/21

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

ORIGINAL

NEBO

HOŘKÝ



NEW



MONSTER
MULE
GINGER BREW



ENERGY DRINK

© 2020 Monster Energy Company. [MONSTERENERGY.COM](https://www.monsterenergy.com)

ODKOLEK
OD ROKU 1850

Severské bulky

Novinka

PŘESVĚDČTE SE,
ŽE NADÝCHANÉ SEVERSKÉ
BULKY NEODMYSLITELNĚ
PATŘÍ KE SKANDINÁVSKÉ
POHODĚ A HYGGE
ŽIVOTNÍMU STYLU

IDEÁLNÍ K SNÍDANI
NEBO JAKO PŘÍLOHA K JÍDLU

WWW.ODKOLEK.CZ



MULTIFUNKČNÍ PLATEBNÍ TERMINÁLY ZA MIMOŘÁDNĚ VÝHODNÝCH PODMÍNEK

Využitelné nejen pro **bezhotovostní platby debetními, kreditními a stravenkovými kartami**, ale i pro **výběr hotovosti** u pokladny (**CASHBACK**).

Nemáte ještě platební terminál nebo ho provozujete příliš drahο?

Obchodní aliance JAVOR nabízí čtenářům časopisu Obchodníkův rádce platební terminál s poplatkem nižším než 0,9 %, aniž by se museli stát řádnými členy aliance! Volejte **733 122 123** nebo pište na **terminaly@provektor.cz**



Pro platební terminály a zabezpečovací systémy můžete využít SPECIÁLNÍ TARIF z nabídky JAVOR MOBIL za cenu 15 Kč bez DPH měsíčně.

ProVektor, spol. s r.o. | www.aliance-javor.cz



JAVOR

E-SHOP **POTRAVINY365.CZ** = BUDOUCNOST TRADIČNÍHO MALOOBCHODU



- 1** VĚTŠÍ PŘÍJMY
- 2** VÍCE ZÁKAZNÍKŮ
- 3** KONKURENCESCHOPNOST
- 4** ŘEŠENÍ NA MÍRU
TRADIČNÍMU OBCHODU
- 5** JEDNODUCHÉ UŽIVATELSKÉ
PROSTŘEDÍ

E-shop **POTRAVINY365.cz**
spojuje výhody kamenného obchodu a moderních
metod nakupování prostřednictvím internetu.
Je vytvořen speciálně pro tradiční obchody
s potravinami.

Využijte příležitosti pro svůj růst a buďte ve
Vašem regionu mezi prvními. Ponechte si svou
nezávislost a přitom buďte součástí velkého
projektu. Sortiment a ceny si určujete sami.

Pro více informací se nám ozvěte
na e-mail **info@potravinyny365.cz**
nebo na telefon **774 494 979**.



POTRAVINY365
nákup na kliknutí

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 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.