

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO NEZÁVISLÝ
MALOOBCHOD
04 | 2016

z obsahu

- **téma čísla: pivo (str. 4)**
- **strašák jménem EET (str. 12)**
- **změny značení potravin (str. 14)**





JAVOR MOBIL

V RÁMCI „SÍTĚ JAVOR MOBIL“ VOLÁNÍ ZCELA ZDARMA!

ŽÁDNÉ ZÁVAZKY ANI MINIMÁLNÍ ČERPÁNÍ SLUŽEB!

INTERNET + TELEFON + EET VYŘEŠENO!

VOLÁNÍ

	JAVOR 1	JAVOR 2	JAVOR 3	JAVOR 4
popis paušálu	potřebuji, aby se mi lidé dovolali, volám málo, nepotřebuji internet, chci minimální měsíční paušál	chci mít výhodnou cenu na volání a SMS, nepotřebuji internet v mobilu, 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 (facebook, videa, fotky), sdílím připojení s dalším zařízením
volné minuty	30	50	neomezeně	neomezeně
volné SMS	20	50	neomezeně	neomezeně
datový limit	—	—	1,5 GB	7 GB
volání do sítě T-Mobile (Kč bez / vč. DPH za min.)	1,- / 1,21	1,- / 1,21	neomezeně	neomezeně
volání do ostatních sítí (Kč bez / vč. DPH za min.)	1,40 / 1,70	1,20 / 1,45	neomezeně	neomezeně
SMS	1,- / 1,21	1,- / 1,21	neomezeně	neomezeně
max. rychlost internetu	—	—	42 / 5,76 Mbit/s	42 / 5,76 Mbit/s
měsíční paušál (Kč bez / vč. 21% DPH)	29,- / 35,-	99,- / 120,-	396,- / 479,-	495,- / 599,-

DATA

	MOBIL 1	MOBIL 2	NOTEBOOK 1	NOTEBOOK 2
datový limit	1,5 GB	10 GB	1,5 GB	10 GB
max. rychlost down/up (Mbit/s)	42 / 5,75	až 225 / 5,75	42 / 5,75	neomezeně / 5,75
měsíční paušál (Kč bez / vč. 21% DPH)	89,99 / 108,89	250,- / 302,50	89,99 / 108,89	250,- / 302,50

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

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. Kompletní detailní nabídku všech tarífů a služeb Vám rádi poskytnou naši obchodní zástupci. Technicky zajišťuje T-Mobile ČR. | **JAVOR MOBIL** | ProVektor, spol. s r.o. | www.aliancejavor.cz | info@provektor.cz | ☎ 605 208 885 | ☎ 800 900 722



© photo by Visitor7

Vážení a milí čtenáři,

prázdniny uběhly jako voda, dětem začíná škola a do konce astronomického léta zbývá nedlouho. V tomto čase k Vám přichází letošní čtvrté číslo časopisu Obchodníkův rádce. Věřím, že většina z Vás si na něj již zvykla jako na milou samozřejmost a že ho vnímáte jako svého průvodce a pomocníka.

Přinášíme Vám v něm opět mnoho zajímavého a užitečného. Minulé číslo bylo pojato jako zmrzlinový speciál, toto číslo by se dalo nazvat speciálem pivním. Věděli jste například, že existuje povolání pивní sommelier? My pro Vás zpovídali pana Aleše Dvořáka, který se této netradiční profesi věnuje v pivovaru Budvar. Na zlatý mok jsme se z trochu jiné strany podívali s brand managerem značky Břežňák panem Petrem Syříště. A o své zkušenosti s podnikáním v maloobchodě se podělili dva naši milí čtenáři, kterým tímto děkujeme. V právní poradně se dočtete o změnách ve značení potravin, které přinesl nový zákon, z nichž část se dotkne výrobců i prodejců potravin už od začátku září.

A nemohli jsme opomenout téma, které hýbe maloobchodním trhem a HoReKou už mnoho měsíců a den po dni se stává ještě více aktuálním, a tím je EET. Abychom Vám usnadnili přípravu na významné změny ve Vašem podnikání, přinášíme Vám důležité informace nejen na stránkách časopisu, ale připravili jsme pro Vás o EET i speciální přílohu s výběrem ověřených dodavatelů technických řešení a rekapitulací aktuálních informací o EET. Ve spolupráci s Obchodní aliancí Javor můžete při výběru dodavatelů z tohoto katalogu získat zvýhodněné ceny. Máte jedinečnou příležitost ušetřit si část starostí i finančních prostředků, když se necháte těmito nabídkami inspirovat a správným způsobem objednáte. Doufáme, že se Vám i díky naší pomoci podaří proplout mezi Skyllou a Charybdou EET bez větší újmy.

Vás maloobchodníků by se povinnost EET měla většinou dotknout až od 1. 3. 2017. Ministerstvo financí ještě upravuje výjimky pro první období platnosti od 1. 12. 2016. Také se teprve před několika dny (1. 9.) otevřely internetové stránky finanční správy s možností získání autorizačních a certifikačních dat. Čeká toho na Vás mnoho, a proto se tomuto tématu budeme věnovat i v dalších vydáních časopisu a budeme Vás průběžně informovat o aktuálním stavu.

Nadcházející podzim je ovšem i časem, kdy musíte ve svých provozovnách začít přemýšlet o výběru vánočního sortimentu pro své zákazníky. V inzertní části se můžete nechat zlákat nabídkou produktů, které by neměly chybět na Vašich pultech ať už v zimě, nebo v létě. Ověřte si, co právě frčí a po čem koncový zákazník touží. A všimněte si také nabídek služeb od partnerů, se kterými můžete ušetřit peníze a starosti, ať už se jedná třeba o výhodnou nabídku cen energií, nebo tarifů pro volání. Nabídky v tomto čísle jsou opravdu velmi lákavé.

Chceme, abyste se v našem časopise dozvěděli věci, které Vás budou zajímat, proto bych Vás opět ráda vyzvala k užší spolupráci s naší redakcí. Napište nám, co Vás trápí, co byste se chtěli v dalších vydáních dočíst. Máme kontakty jak na právní a daňové poradce, tak i zkušenosti a kontakty na tradičním trhu. Rádi Vám pomůžeme rozvíjet Váš obchod. Napište nám svoje dotazy nebo návrhy témat na adresu redakce@lampyris-publishing.cz. Někteří z Vás to již dělají a já jim za to moc děkuji. Na závěr ještě blahopřejí našim odměněným luštitelům, potěšil nás Váš zájem o křížovku.

Jinak Vám všem přeji příjemné a zajímavé počtení a ať Vám babí léto přinese mnoho spokojených zákazníků a co nejméně starostí.

Ing. Mgr. Daniela Řepová

REDAKČNÍ RADA

Ing. Mgr. Daniela Řepová
repova@lampyris-publishing.cz

Ing. Miloš Opletal
redakce@lampyris-publishing.cz

příjem inzerce
Dominik Herr
d.herr@hemispheres.cz

design & DTP
Hemispheres C&A Agency Ltd.,
org. sl. v ČR
www.hemispheres.cz

4. číslo | dvouměsíčník
registrováno u Ministerstva kultury ČR
registrační číslo: MK ČR E 22338

Vydává
Lampyris Project, s.r.o.,
divize Publishing
Pobřeží 370/4, 186 00 Praha 8
IČ 2752 9312 | DIČ CZ 2752 9312
telefon +420 222 31 67 35
www.lampyris-publishing.cz



Na otázky redakce odpovídá Ing. Aleš Dvořák, pивní sommelier pivovaru Budvar



PIVO JAKO PROFESE

O Čechách se říká, že jsme pivařský národ. Jak takové „české“ pivo chutná a na další pivní informace jsme se zeptali pivního sommeliera pivovaru Budvar Ing. Aleše Dvořáka

MNOHO Z NÁS ZNÁ PROFESI VINNÉHO SOMMELIÉRA, KTERÝ POZNÁVÁ Z CHUTI, KDE VÍNO ZRÁLO, KDE A V JAKÝCH SUDECH PROŠLO VÝROBOU. JAK JE TO VE VAŠÍ PROFESI? CO POZNÁVÁTE PŘI OCHUTNÁVKÁCH VY?

Při hodnocení piva se hlavně soustředíme na celkovou harmonii chuti, přihlíží se na specifika různých pivních stylů a hodnotí se, zdali pivo nemá nějaké chuťové závady.

Z POHLEDU SPOTŘEBITELE SE DŘÍV PIVO DĚLILO NA SVĚTLÉ A TMAVÉ A PAK PODLE STUPŇŮ OD 8 DO 19. JAK JE TO DNES?

Legislativa ohledně označení pív v České republice vyplývá z naší neznalosti „velkého“ pivního světa. Pivo se u nás v současnosti dělí, řeknu to zjednodušeně, na piva výčepní (do 11 % extraktu původní mladiny EPM, dříve stupňů), ležáky (11–13 % EPM) a piva speciální (více než 13 % EPM). Toto označování si neumí poradit s jinými pivními styly, které si nacházejí cestu do ČR nejen importem, ale i produkcí některých našich odvážnějších pivovarů. Pivo typu ležák je sice nejrozšířenější kategorie piva na světě, je jich ale mnohem víc. Většina naší populace netuší, že existuje weizenbier, pale ale, kolsch, IPA, lambic atd. Označení

anglického piva typu ALE „ležák anglického typu“ je asi podle předpisu, ale je to kočkopes – něco jako „bílé víno červeného typu“. Připravuje se nová vyhláška, která je námi pivovarníky vnímána s jistými rozpaky.

DNES SE OBJEVILA NA TRHU PIVA S OZNAČENÍM „VRCHNĚ“ A „SPODNĚ KVAŠENÉ“. JAKÝ JE ROZDÍL V TECHNOLOGII VÝROBY TĚCHTO PIV A ČÍM SE OD SEBE CHUŤOVĚ LIŠÍ?

Svrchně kvašená piva byla u nás v „rakousko-uherském“ regionu smetena průmyslovou revolucí. Dříve to byla letní piva, která při výrobě nepotřebují tak nízké teploty jako piva spodně kvašená, tedy většinou ležáky. Dříve byl ležák svátečnější a dražší pivo, které bylo k mání, jen pokud měl pivovar ve sklepích zásobu ledu ze zimního období. To se změnilo nástupem parního stroje a umělého chlazení. V tom okamžiku jsme v krátkém období vyhlášeným českým ležákem převládali celý svět.

Pivo typu ležák znamená v hrubých rysech světlé pivo (existuje ale tmavý ležák), středně silné, alkohol tak 4,0–5,5 %, středně chmelené, vyrobené z ječného sladu, kvašené spodními kvasinkami a studené a dlouze vedené v ležáckém sklepě. Vyznačuje se jemností, příjemnou hořkostí a lehce obilnou nasládlostí, harmonie těchto chutí spolu s osvěžujícím řízem (perlivostí) zajišťuje vysokou pitelnost tohoto piva.

Svrchně kvašených pív je přepestrá škála a chuti mají značně rozmanité až extrémní. Tak zvané svrchní kvasinky snesou mnohem „hrubší“ zacházení a bez problémů kvasí při poměrně vysokých teplotách. Výroba svrchního piva zabere mnohem méně času než ležáku a vystačí si s primitivnějším zařízením. Piva takto vyrobená mají díky tomuto druhu kvasinek mnoho aromatických a chuťových látek – sládek má široké pole při tvorbě receptur a s chutí může až kouzlit. Běžný britský ALE je většinou světle hnědý, výrazně voní chmelem, alkoholu má tak 4 % a má slabý říz (viz zděšené české turisty z piva bez pěny). Na chuť je více chlebnatý než ležák a mívá drsnější hořkost.

Sládcí však umí svrchním kvašením vyrobit velmi exotické nápoje, které jsou pro našince naprostým šokem: vůně po čokoládě, ovoci, koření, kyselá chuť, extrémní, avšak lahodná hořkost atd. Pro labužníky jsou zaslíbenými zeměmi hlavně Belgie a USA.

PIVOVAR BUDVAR BUDUJE SVŮJ IMAGE NA TRADICI ZACHOVÁNÍ VÝROBNÍCH POSTUPŮ. ZNAMENÁ TO, ŽE SE OD DOBY NAŠICH OTCŮ ČI DĚDŮ NIC NEZMĚNIL?

My v Budvaru se snažíme ctít odkaz našich dědů a nezpronevěřit se poctivému pivovarskému řemeslu. To je hlavní osa filozofie naší firmy. My pivovaraři se v Čechách všichni známe a hodně toho o sobě víme. Proto mnozí kolegové z branže v žertu říkají, že Budvar je největší rukodělný pivovar



na světě. To je samozřejmě nadsázka, pokrok se nedá zastavit. Máme samozřejmě soudobé moderní zařízení, avšak to, co dělá Budvar Budvarem, se nezměnilo. Při výběru surovin si hlídáme odrůdy ječmene pro slad, který pak odebíráme z Hanáckých sladoven. Chmel používáme pouze žatecký poloraný červeňák, a to ve formě hlávek, ne granulí ani extraktu, což je opravdu světový unikát.

Používáme stále náš kmen kvasinek a kvašení a zrání v ležáckých sklepích vedeme stejně dlouho a při stejných teplotách jako před 120 lety. Doba zrání našeho ležáku činí až 3 měsíce. Změnila se jen velikost kvasných nádob, většina zařízení je z nerezavějící oceli, sanitace je automatická a mnohem důslednější než před sto lety a stáčecí linky mají neporovnatelně vyšší výkon.

V současném hektickém světě již mnoho pivovarů vyrábí na moderních technologiích pivo mnohem rychleji s důrazem na maximální snižování nákladů. Je to pochopitelné. Avšak takto vyrobená piva se stávají uniformními a vzdalují se ideálu lahodně pitelného českého ležáku. My touto cestou jít nechceme a máme své hranice, které nechceme překročit.

ČEŠTÍ PIVAŘI RÁDI EXPERIMENTUJÍ, A TAK SE NA TRHU OBJEVILA SPOUSTA PIVNÍCH SPECIÁLŮ. JAKÝ JE VÁŠ NÁZOR NA NĚ?

Určitě to vítám a vyhledávám. Oživuje to jinak velmi nudný český pivní trh. Slovo

„speciál“ je široký pojem. Pro mě to znamená prostě jiné pivo než ležák. Rád objevuji dobrá a nezvyklá piva. Jezdím po světě a ochutnal jsem již ledacos, takže vím, jak má ten či onen pivní styl chutnat. U nás je to se zmíněnými „speciály“ jako se vším: něco je více, něco méně povedené, něco je vynikající na světové úrovni a něco se někdy nepovede. Například napodobování belgických piv nebo populárního amerického stylu IPA bývá často oříšek.

VAŠÍ KOLEGOVÉ VINAŘI „PÁRUJÍ“ VÍNA K RŮZNÝM JÍDLŮM. DÁ SE NĚCO PODOBNÉHO DĚLAT I VE VAŠÍ PROFESI? JAKÉ KOMBINACE BYSTE PŘÍPADNĚ NAŠIM ČTENÁŘŮM DOPORUČIL?

Párování piva a jídla je ve světě velmi populární a je to velká věda. Pivo je svojí ušlechtilostí kladeno na roveň vínům a destilátům a má své místo na slavnostní tabuli. U nás je pivo bohužel vnímáno jako něco „obyčejného“.

Z hlediska párování je to u nás jednoduché: protože neznáme jiné pivo než ležák, pijeme ho ke všemu. Pokud bych mohl doporučit nějakou kombinaci, která mne zaujala, tak například relativně snadno dostupný Weizenbier se hodí k rybám. Belgická kyselá lambická piva se prý zase hodí k cukrovinkám. Americké IPA bych servíroval jako aperitiv nebo digestiv, silná trapistická piva k dezertním sýrům, silné portery k čokoládě. Je však o tom mnoho literatury a mnoho kuchařů má větší zkušenosti než já.

KLASIK ŘÍKAL „ZE SEDMÉHO SCHODU“. JAKOU TEPLOTU BY MĚL MÍT SPRÁVNĚ VYCHLAZENÝ „LAHVÁČ“ PODLE VÁS?

Vždy nás učili, že správná teplota konzumace piva je 6–10 stupňů Celsia. Každý to má ale nastaveno různě. Já mám pivo raději teplejší – podchlazením v pivu zabijete chuť i aroma. Lidé, kteří si libují v ledovém pivu, ani nevědí, jak pivo chutná.

NA ZÁVĚR JEŠTĚ JEDNA OTÁZKA. PRO ŘADU Z NÁS BY PROFESE OCHUTNÁVAČE PIVA BYLA JISTĚ VYSNĚNÝM ZAMĚSTNÁNÍM. KDE SE VAŠÍ PROFESI DÁ NAUČIT A JSOU MEZI VAŠIMI KOLEGY TAKÉ ZÁSTUPKYNĚ ŽEN?

Vystudoval jsem potravinářskou fakultu na Vysoké škole chemicko-technologické v Praze, obor pivovarnictví. Při práci v pivovaru je senzorká kontrola a analýza (ochutnávání) běžnou součástí práce. Naučíte se rozeznat a pojmenovat vady piva, definovat rozdíly. Mne před mnoha lety nadchla kniha *Encyklopedie piva* od legendárního „beerhuntera“ Michaela Jacksona. Otevřela mi oči, začal jsem se aktivně zajímat o vnější pivní svět a „učit“ se ta cizí piva. Po dvaceti letech se pak nějaká ta zkušenost dostaví.

Ohledně žen v pivovarství: je jich poměrně dost, často v laboratořích a ve výzkumu, ale ani sládkové nebo technoložky nejsou výjimkou. Například v Rusku je jich rozhodně víc než polovina. ■



Na snímcích je vrchní sládek Pivovaru Velké Březno pan Michal Rouč

BŘEZŇÁK – PIVO STARÉ ŠKOLY

Reklam na pivo je na našich obrazovkách celá řada. Každá značka se profiluje trochu jinak a každá cílí na své spotřebitele. Na cíle a úspěchy kampaní jsme se zeptali **Petra Syříště**, brand manažera značky Březňák z pivovaru skupiny Heineken.

JAKÁ JE HISTORIE ZNAČKY BŘEZŇÁK A JAK VLASTNĚ TOTO JMÉNO VZNIKLO?

Krásná otázka a ještě zajímavější příběh. Název Březňák vznikl samozřejmě odvozením z místa původu našeho piva, malebné obce Velké Březno. Místnímu pivu se nejdříve říkalo Velkobřezenské, posléze zkráceně Březňák. Zároveň je ale Březňák druh piva, které se historicky vařilo v měsíci březnu (od něj je odvozen německý název Märzen), aby pak

celé léto leželo v chladných sklepích a podávalo se až na podzim během pivních slavností. Tento příběh jsme nedávno obnovili a nabízíme Březňák Märzen (čili Březňák na druhou) na Den českého piva 28. září ve vybraných restauracích a hospodách.

JAK REAGUJÍ ČEŠTÍ SPOTŘEBITELÉ NA REKLAMNÍ KAMPANĚ? JE ZNÁT PRODEJNÍ EFEKT PO NAsAZENÍ REKLAMY V TELEVIZI?

Těžko generalizovat, samozřejmě záleží na kvalitě kampaně, na její síle a celkovém počtu druhů reklamních nosičů celé kampaně. Ale obecně lze říci, že i přes rostoucí vliv alternativních mediálních kanálů (např. internetu, reklamních sdělení v mobilních zařízeních apod.)

je televize stále nejmasovější medium. Na Březňák televize funguje velice dobře a obzvláště letošní kampaň má velmi pozitivní vliv na prodej našeho piva.

DŘÍVE TRADIČNÍ 0,5L BALENÍ VE SKLE SE DNES ČASTO U PIV NAHRAZUJE VĚTŠÍM BALENÍM V PET LAHVÍCH. JAKÁ JE REAKCE SPOTŘEBITELŮ NA TATO BALENÍ?

PET lahve zažily obrovský boom v posledních šesti letech, kdy vyrostly z nuly na dvacetiprocentní podíl na trhu. Je jasné, že konzumenti oceňují praktičnost tohoto balení, k němuž se hlavně v poslední době přidává extrémně zajímavá cena. Nicméně to vypadá, že PET segment se ustálil a dále neporoste. Stále většímu zájmu spotřebitelů se v poslední



době těší balení do plechu v různých velikostech.

V PROBÍHAJÍCÍ KAMPANI NA ZNAČKU BŘEZŇÁK JE MOTTEM PODĚKOVÁNÍ OTCŮM A PIVO STARÉ ŠKOLY. JSOU TEDY VAŠÍ CÍLOVKOU VĚKEM STARŠÍ SPOTŘEBITELÉ, NEBO MÁTE JINOU CÍLOVOU SKUPINU?

Březňák, pivo z nádherného pivovaru ve Velkém Březně, kde se čas tak trochu zastavil, stále vyznává hodnoty staré školy. A je na to hrdé! Celá kampaň má za cíl připomenout, že ve stále se zrychlujícím a měnícím se světě někdy stojí za to si připomenout, že hodnoty jako trpělivost, poctivost, manuální zručnost, lidskost a vztah k rodné hroudě stále stojí za to. Toto téma, jak se ukazuje z provedených spotřebitelských průzkumů, rezonuje nejen ve starších lidech, jimž jsou tyto hodnoty samozřejmě bližší, ale i v mladších generacích.

VÝROBA REKLAMY JE DLOUHODOBÁ VĚC. PODÍLÍ SE NA NÁPADU POUZE EXTERNÍ REKLAMNÍ AGENTURA, NEBO U VZNIKU STOJÍ I NĚKDO Z VAŠEHO PIVOVARU?

Jde vždy o úzkou spolupráci týmu lidí, kteří pro značku dýchají a věří jejím hodnotám. V pracovní skupině jsou zaměstnanci přímo z výroby, z pivovaru, v čele s naším vrchním sládkem Michalem Roučem, i z obchodu, PR, samozřejmě z marketingu a z externí reklamní agentury.

JE POŘÁD PRAVIDLEM, ŽE SE SPOTŘEBITELÉ PŘI VÝBĚRU ZNAČKY I PIVA ORIENTUJÍ JEN PODLE CENY, NEBO SE TRH JIŽ MĚNÍ? A ZÁLEŽÍ VÍC NA KVALITĚ A CHUTI?

Značka, cena, balení – pořád jsou to klíčové faktory rozhodování pivních konzumentů. Nicméně si myslím, že Češi si na kvalitu potrpí čím dál více. Svědčí o tom rostoucí spotřeba v kategorii

ležáků a speciálních piv na úkor levnějších výčepních piv.

MOHOU SE SPOTŘEBITELÉ TĚŠIT NA NĚJAKOU DALŠÍ VAŠI KAMPAŇ NEBO JINOU AKTIVITU? NAPŘÍKLAD NA SOUTĚŽ SE ZNAČKOU BŘEZŇÁK?

Letošní kampaň v podstatě teď vrcholí. Velkou soutěž jsme letos realizovali na Den otců, kdy jsme poskytli naše zadní etikety pro vzkazy synů a dcer jejich tátům – hrdinům.

CO BYSTE NAŠIM ČTENÁŘŮM, KTERÍ VE SVÝCH OBCHODECH VAŠE PIVO PRODÁVAJÍ, ŘEKL NA ZÁVĚR?

Hlavně ať se jim daří, protože bez nich se naše pivo ke svým konzumentům nedostane. A v duchu piva staré školy bych jim asi popřál pivovarské „Dej bůh štěstí“.

HOVORY Z MALO- OBCHODU

CO VÁS VEDLO K ZAČÁTKU VEDENÍ VLASTNÍ PRODEJNY?

Pavel Brandejský (PB): Nezávislost a osamostatnění se, samostatné rozhodování a komunikace se zákazníkem.

Martin Málek (MM): Obchodníkem se musí člověk narodit, je to určitý pohled na okolní svět, taková jakási životní filozofie. Obchodník velice často riskuje až na samou hranici zdravého rozumu. Uděláš chybu a je po tobě. Když neriskuješ, nevyděláš. Když upadneš, musíš vstát a jít dál. Četl jsem některé články minulých čísel a většina dotazovaných je v pokročilém věku a nemá nástupce. Mladí se do toho nehrnou, učiliště prodavač zeje prázdnotou. Perspektiva je nulová: pracovat svátek nesvátek, v hypermarketu nebo jet po nějaké hodně vedlejší koleji odnikud nikam, odstřelovaný zákony bez logiky, jenom klacky pod nohy. Nejsmutnější je na tom, že se to děje s takovou veřejnou podporou, že to zákazníci mají rádi, když to za ně mocní vyřídí. Třeba někdy budeme s cedulkou za výlohou svých obchodů, jako to bylo v osmačtyřicátém roce. Nezávislý obchod se přelívá do vietnamské komunity, mají talent a dělají málo chyb. Dokážou se vzájemně podporovat.

Svoji prodejnu jsem nikdy nevedl, ale dokážu poznat, když to někdo dělá dobře. Já jsem chodil na vratné lahve, a tak vím, jaký to je balzám na nervy.



MARTIN MÁLEK, SLATIŇANY

NA CO JE VE SKLADBĚ SORTIMENTU VÁŠ OBCHOD ZAMĚŘEN? MÁTE V NABÍDCE I NĚJAKÉ REGIONÁLNÍ DODAVATELE A JAKÉHO ZBOŽÍ?

PB: Skladba sortimentu je zaměřena převážně na lahůdky a uzeniny. Jako doplňkový sortiment máme prodej základních potravin, rychlého občerstvení a zmrzliny. Regionálními dodavateli jsou Žatecký pivovar a rodinná firma pana Ježka z Mostu, která nám dodává doplňkovou uzeninu. Lahůdky nám dodává také malá rodinná firma pana Fejfara z Jirkova, pečivem jsme z části zásobováni soukromou pekárnou pana Jiřího Krejného z Křesína.

MM: V sortimentu vítáme regionální výrobce, jejich zboží má duši, není to jen potrava. Je to směr, který dává naději.

PŘEVAŽUJÍ U VÁS PRAVIDELNÍ ZÁKAZNÍCI, NEBO SPÍŠE JEN „Z ULICE“?

PB: Za dobu podnikání jsme si vytvořili již stálou klientelu, ale zákazníci z ulice k nám také při návštěvě Žatce zavítají.

MM: V létě je víc cizích. Máme štěstí, že se tady nechá zastavit. Zákazníci si to bez auta většinou neumějí ani představit.

JAK SE SNAŽÍTE SVÉ VĚRNÉ ZÁKAZNÍKY UDRŽET?

PB: Nabízíme vždy čerstvé zboží, pozitivním přístupem a vlídným slovem k zákazníkům.

kům, popřípadě zřídka na přání zákazníka doručení zboží na požadované místo. Při svátcích, jako jsou např. Vánoce nebo Velikonoce, připravujeme zákazníkům předem objednávky do nákupních tašek.

MM: Je dobré jim podstrojovat a nesmíte nikoho naštvat – to prý je tak, že jeden nasratý vyváží deset spokojených. Nejlepší zákazníci losují na vánoce elektro-kolo a další praktické věci do domácnosti, sekačku, telku, nádobí, kořalku a tak podobně. Líbí se jim to a mají od nás ježíška.

JSTE UŽ PŘIPRAVENI NA POVINNÉ EET, NEBO JEŠTĚ ZVAŽUJETE VÝBĚR TECHNOLOGIE?

PB: Zatím shromažďujeme výhodné konkurenční nabídky, z kterých budeme později vybírat nejlepší možnosti.

MM: Spoléháme, že nám to spustí firma, která se nám stará o programy a mašiny. Máme obavy, že to bude padat. Podobným systémem máme připojeni platební terminály a někdy se to sekne, a to bych vzteky omdlel, kdybych nemohl prodávat.

PŘEDPOKLÁDÁTE, ŽE BYSTE PO ZAVEDENÍ EET ROZŠÍŘIL MOŽNOST PLATBY I O PLATBU KARTOU?

PB: Ano, opět již máme několik nabídek, vybereme si tu nejvýhodnější s nejnižší sazbou za platební transakci.



PAVEL BRANDEJSKÝ, ŽATEC

MM: Po zavedení EET předpokládáme, že skončí drobní obchodníci na vesnicích. Ti už se na to těší, nechtěli to udělat těm pěti babkám, co už si nikam nedojedou, teď budou mít argument. Hospody dopadnou lépe, ty se přesunou do illegality. Předpokládáme, že škody budou nevratné.

I KDYŽ JE TEPRVE PŘED KONCEM LÉTA, CHYSTÁTE SE JIŽ NA OBJEDNÁVKY NA VÁNOČNÍ SORTIMENT, NEBO JEŠTĚ NE?

PB: Na vánoční nabídky je z hlediska našeho sortimentu ještě čas.

MM: Vánoční kolekce a podobné věci máme objednány již několik měsíců.

TOTO ČÍSLO NAŠEHO ČASOPISU JE VĚNOVÁNO PIVU. O JAKÉ DRUHY PIVA MAJÍ VAŠI ZÁKAZNÍCI NEJVĚTŠÍ ZÁJEM A JAK NA NĚ FUNGUJE REKLAMA V TV NEBO SOUTĚŽE?

PB: Vzhledem ke skutečnosti, že jsme chmelovou oblastí, prodáváme pouze domácí pivo místního Žateckého pivovaru. Rozšířený sortiment piva ani nemáme zájem prodávat vzhledem ke konkurenci supermarketů. U nás si zákazník dá pivo z větší části ke konzumaci k jídlu.

MM: Holky a pivo máme nejlepší na světě. Je to tak deset let, kdy reklama v TV ubíjela malé pivovary. Nová technologie dovozuje i malým vařit chutné pivo. Mám z toho radost, hlavně ať to zase nekoupí cizinci. Aby ty holky a to pivo zůstalo nám a pro ty, kteří přicházejí v míru.

KOLIK ZNAČEK PIV MÁTE VĚTŠINOU V NABÍDCE?

PB: Jak jsem již řekl, prodáváme žatecké pivo různých druhů.

MM: Hodně.

O ČEM BYSTE SE CHTĚL V NAŠEM ČASOPISE DOZVĚDĚT?

PB: Uvítal bych názory a diskuse obchodníků o zavedení EET, jakým způsobem vybírají technologii, zda dávají přednost pronájmu nebo vlastní koupi a diskuzi o pořizovacích nákladech softwaru do EET.

MM: Chtěl bych se dočíst, jak to chodí za hranicemi, jestli je někde ta atmosféra obchodu jiná nebo v něčem lepší. A ti zákazníci, jestli si taky myslí, že když toho hodně nakoupí ve slevě, že vlastně vydělají, a pak jsou překvapeni, že chudnou.



OBCHODNÍ ALIANCE JAVOR

Jsme sdružení nezávislých maloobchodních prodejen s potravinami a smíšeným zbožím. Našimi členy jsou také specializované obchody např. s pečivem, uzeninami nebo tabákovým zbožím, gastronomické provozovny a čerpací stanice pohonných hmot, rozmístěné po ce-

lém území ČR. Na českém trhu působíme již od roku 2000 a v současné době máme téměř 1800 členů, čímž se řadíme **k největšímu uskupení nezávislých maloobchodních provozoven** na tradičním trhu. Obchodní aliance JAVOR je určena Vám, kteří chcete zvyšovat

svoji konkurenceschopnost využíváním veškerých výhod členství a zároveň si vážíte své nezávislosti. Členství nabízí především vyjednávací a marketingovou sílu velkého společenství obchodů, které hájí zájmy svých členů.

NOVÉ ČLENSKÉ VÝHODY

1



VLASTNÍ MOBILNÍ PRIVÁTNÍ SÍŤ, a tím i jedny z nejvýhodnějších sazeb volání z mobilních telefonů – např. mobilní tarif **JAVOR 3** (neomezené volání do všech sítí v ČR, neomezené SMS, 1,5 GB dat) za **396 Kč** bez DPH měsíčně nebo datový tarif **NOTEBOOK 3** (10 GB dat, neomezená rychlost downloadu) jen za **250 Kč** bez DPH měsíčně.

2

ZAJIŠTĚNÍ PATEBNÍCH TERMINÁLŮ pro přijímání platebních karet za velmi příznivých podmínek.



3



POMOC PŘI ZAVÁDĚNÍ EET a při výběru vhodného řešení pro Vaši prodejnu a zajištění velmi výhodných cen pokladen i poplatků za servis a datové připojení.

4

VÝRAZNĚ VÝHODNĚJŠÍ CENY ENERGIÍ (elektřiny i plynu) od naší dlouholeté partnerské společnosti Central Energy, s.r.o.

PŘÍKLADY NAŠICH ZÁKAZNÍKŮ, KTERÍ S NÁMI LETOS OPĚT UŠETŘÍ (UVEDENÉ CENY JSOU VČETNĚ DPH)

1. příklad – Karlovarský kraj

ELEKTŘINA

spotřeba	7 869 kWh / rok
sazba	C02d
jistič	3 × 25
platba u CE	37 563 Kč
platba u ČEZ	42 076 Kč
úspora	4 513 Kč

2. příklad – Karlovarský kraj

PLYN

spotřeba	46 357 kWh / rok
platba u CE	50 701 Kč
platba u RWE	65 963 Kč
úspora	15 262 Kč

3. příklad – Jihomoravský kraj

ELEKTŘINA

spotřeba	18 217 kWh / rok
sazba	C02d
jistič	3 × 40
platba u CE	84 956 Kč
platba u E.ON	96 088 Kč
úspora	11 132 Kč



DALŠÍ VÝHODY

- ✓ **výrazné slevy a akce na zboží od smluvních dodavatelů** z celého spektra potravin, drogerie, tabákových výrobků aj.
- ✓ **zpětné bonusy** u vybraných dodavatelů vyplácené za čtvrtletní odběry
- ✓ marketingová podpora v podobě **pravidelných letákových akcí** formou velkých letáků do výloh a na vyžádání i **roznos letáků** do poštovních schránek v okolí prodejen
- ✓ pravidelné informace o akcích a výprodejích smluvních dodavatelů
- ✓ marketingová podpora vybraných výrobků a dodavatelů formou doplňkových letákových akcí
- ✓ poradenský servis realizovaný přes obchodní poradce obchodní aliance JAVOR
- ✓ nabídka a podpora regionálních výrobců a dodavatelů
- ✓ **pravidelné návštěvy obchodních poradců na prodejnách** – cca 800 návštěv našich poradců na prodejnách během měsíce
- ✓ zavedení systému kritických bodů HACCP a následná pravidelná kontrola
- ✓ školení bezpečnosti práce a požární ochrany
- ✓ kompletní marketingový servis pro podporu prodeje
- ✓ spotřebitelské soutěže pro obchodníky i koncové zákazníky
- ✓ speciální nabídka a podpora trendů zdravé výživy
- ✓ pokladní a regálové systémy za výhodných cenových podmínek
- ✓ pomoc s návrhem a realizací renovace prodejny
- ✓ poskytování právních služeb (právní poradna)
- ✓ výhodné nabídky produktů od bank a pojišťoven

Chcete i Vy zvýšit obrat svého obchodu a přilákat nové zákazníky?
Chcete zviditelnit svou prodejnu oproti konkurenci?
Chcete výhody a servis, který mají k dispozici naši členové?
Nebo jste již naším členem, ale ještě nevyužíváte naplno všechny výhody?

Pokud jste na některou z těchto otázek odpověděli ANO, neváhejte a kontaktujte naši centrálu nebo svého obchodního poradce. Pomůžeme Vám ušetřit nejen peníze, ale i čas.



ProVektor, spol. s r.o.
+420 581 217 005, 605 208 885
provektor@provektor.cz
www.aliance-javor.cz
zelená linka 800 900 722



JAVOR



STRAŠÁK JMÉNEM EET

Pokud podnikatel vyhodnotí, že mu vznikne povinnost evidovat tržby, musí si požádat o autentizační údaje na portál, kde si následně zaeviduje své provozovny a vygeneruje certifikát/y.

AUTENTIZAČNÍ ÚDAJE (§ 13, § 14 ZOET)

„Autentizačními údaji“ se rozumí přihlašovací údaje na portál správce daně, které jsou primárně tvořeny uživatelským jménem a heslem. Pro vyšší stupeň zabezpečení se počítá i s možností rozšíření o kód zasílaný SMS na uvedené telefonní číslo. Autentizační údaje slouží k přihlášení na portál správce daně. Po přihlášení si bude podnikatel na portálu spravovat své certifikáty a údaje pro správu evidence tržeb, zejména pak údaje o provozovnách.

O autentizační údaje musí podnikatel požádat předtím, než přijme první evidovanou tržbu. Nejdříve bude možné o autentizační údaje požádat tři měsíce před spuštěním evidence pro první skupinu podnikatelů. Podnikatelé budou moci žádat o autentizační údaje od 1. září 2016. Ve stejném okamžiku bude zprovozněn i portál.

Požádat může podnikatel pouze jedním z následujících způsobů:

- elektronicky na portálu správce daně pomocí přihlašovacích údajů do datové schránky – v takovém případě mu budou autentizační údaje zaslány do této dato-

vé schránky, a to bez zbytečného odkladu, nebo

- osobně (ústně do protokolu) na libovolném finančním úřadu, kde žadatel získá autentizační údaje okamžitě v rámci osobního jednání v zapečetěné obálce.

O autentizační údaje může požádat rovněž zplnomocněný zástupce podnikatele. Plná moc pro oprávněnou osobu musí být buď generální, nebo musí obsahovat zplnomocnění k podání žádosti o autentizační údaje a k jejich převzetí. Podpisy na plné moci nemusí být úředně ověřeny.

ÚDAJE O PROVOZOVNÁCH (§ 17 ZOET)

Podnikatel je povinen před zahájením evidence tržeb zaregistrovat na portálu provozovny, ve kterých vykonává činnosti, z nichž plynou evidované tržby. Provozovna je místo, kde dochází k určité činnosti. Jde nejen o klasickou kamennou provozovnu, ale i o mobilní provozovnu nebo internetové stránky, jejichž prostřednictvím podnikatel nabízí své zboží či služby. Údaje o provozovnách musí podnikatel zadat na portále ještě předtím, než si vygeneruje certifikát/y. Každé provozovně bude přiděleno identifikační číslo, které bude podnikatel uvádět na účtence a v datové zprávě zasílat správci daně.

Zároveň je podnikatel povinen oznámit na portálu změnu údajů o provozovnách nebo vznik či zánik provozovny a to

do 15 dnů od data změny. Nově vzniklou provozovnu je podnikatel povinen zaevidovat před přijetím první tržby v této provozovně.

CERTIFIKÁT PRO EVIDENCI TRŽEB (§ 15 ZOET)

Certifikát slouží k jednoznačné identifikaci při zasílání údajů datovými zprávami. Prostřednictvím certifikátu systém identifikuje podnikatele, který mu datovou zprávu posílá. Správce daně umožní podnikateli získat prostřednictvím portálu jeden nebo více certifikátů k evidenci tržeb dle jeho potřeb a specifik fungování. Podnikatel může mít jeden certifikát pro všechna svá pokladní zařízení nebo využít více certifikátů a mít např. certifikát pro každou svou provozovnu nebo pro každé své pokladní zařízení.

Certifikát je nutno nainstalovat do pokladního zařízení. Postup instalace certifikátů se bude odvíjet od zvoleného typu využitého zařízení (pokladna, počítač, tablet, chytrý telefon...) a příslušného operačního systému.

OCHRANA AUTENTIZAČNÍCH ÚDAJŮ A CERTIFIKÁTŮ (§ 16 ZOET)

Podnikatel musí se svými autentizačními údaji a vygenerovanými certifikáty zacházet tak, aby je nemohla zneužít jiná osoba. ■

PR článek ▼ Společnost NOVUM, jeden z leaderů na trhu v oblasti pokladen a pokladních systémů, vah a vážících systémů, informačních systémů pro obchod, etiketovacích zařízení a zařízení pro prodejny, je stabilním dodavatelem obchodů, potravinářských provozů a průmyslových firem již 25 let. Její jméno se nyní dostává do povědomí také v souvislosti s pozicí významného dodavatele řešení pro elektronickou evidenci tržeb (EET). NOVUM spolu s řešením EET přináší ale mnohem více. Nabízí svým zákazníkům reference reálného provozu. Žádná prezentace nebo nabídka nemůže nahradit tuto zkušenost. Proto velmi dbáme na osobní přístup, který nám umožňuje zaměřit pozornost zákazníka na opravdu klíčové věci, kterými mimo referencí jsou tradice, zkušenosti, servisní pokrytí, segmentové a produktové know-how. Snažíme se, aby se zákazník vyhnul situaci, kdy kvalitu svého technologického partnera pozná až ve chvíli, kdy nastane nebo kdy začne řešit nějaký problém.



Váš technologický partner

**„Řešení EET
pro každého“**

**Tradiční. Spolehlivé.
Bez měsíčních poplatků!**

JSOU FIRMY PŘIPRAVENÉ NA EET

Ti co, používají pokročilá řešení v podobě pokladních systémů, jsou vlastně připraveni. V jejich případě se jedná jen o upgrade systému v rámci legislativní změny. Potom je tu druhá skupina zákazníků, kteří chtějí získat v řešení nějakou přidanou hodnotu. Ty aktuálně své požadavky řeší nebo řešit začínají. Zbývá „last minute“ skupina nechává i podle dostupných průzkumů řešení na období posledních osm týdnů před spuštěním. I v tomto případě ale platí, čím dříve tím lépe. S blížícím se koncem rozhodného období se bude snižovat dostupnost řešení, kapacity lidských zdrojů, času pro instalaci a zkušební provoz. Nejde přece jen o splnění zákonné normy. Rádi bychom dostali také přidanou hodnotu pro samotného provozovatele.

MŮŽEME ZÁKAZNÍKŮM POMOCI

Již delší dobu provozujeme webové stránky www.elektronickaevidencetrzeb.cz kde mají návštěvníci možnost seznámit se nejen s legislativní stránkou zákona EET, případně s nejčastěji diskutovanými tématy, ale také se širokou škálou dostupných řešení od tradičních registračních pokladem až po sofistikovaná systémová řešení. To vše jsme rozčlenili dle možných segmentů podnikání tak, abychom co nejvíce zjednodušili všem potenciálním zájemcům jejich výběr. Zároveň máme připravené linky zákaznické podpory, kde jsme připraveni poskytnout požadované informace nebo rady. Pro síť stávajících partnerů organizujeme školení, prezentace, webináře a marketingovou podporu vztahující se k problematice řešení EET.

NEJČASTĚJI Kladené DOTAZY

Rozptýl je naprosto diametrální i přesto, že portály veřejné zprávy nebo weby společností nabízejících řešení pro EET, mezi které se Novum také řadí, začaly s dostatečným předstihem poskytovat kompletní servis a podporu zákazníkům při výběru vhodných technologie a řešení. Začíná dotazy na základní požadavky zákona EET a končí poptávkou na sofistikované pokladní systémy. V případě odpovědi jsme ve stejné situaci. Třeba implementace pokladního systému může trvat v ideálním případě jeden den. To ale nezahrnuje fázi přípravy, kterou

považujeme za klíčovou pro samotný průběh instalace a bezproblémové spuštění. Třeba standardní samoobsluha má katalog zhruba 8 tisíc živých položek. Připravit kompletní katalog zboží, který zahrnuje veškerá potřebná data pro plné využití funkcionality systému, zabere obchodníkovi dobu v řádech několika týdnů nebo dokonce měsíců.

CENA INVESTICE A NEJVÍCE POPTÁVANÁ ŘEŠENÍ

Stále se spekuluje o ceně, kterou musí za zařízení vhodná pro EET podnikatelé zaplatit. Ta se prioritně odvíjí od požadavku zákazníka na přínosy a přidanou hodnotu pořizovaného systémového řešení. Pokud je požadavek v módu „chci jen splnit zákon“, potom nabízíme řešení za částku nižší jak 7 tisíc korun bez dalších provozních poplatků. Na základě zákona o EET si někteří podnikatelé mohou odečíst na dani částku 5 tisíc korun. Pokud naopak náš požadavek směřuje k nejmodernějšímu řešení v rámci pokladního systému, tak se bavíme o investici v řádech sta tisíc korun. Zde je nutné také přiznat, že tyto investice se odvíjí od typu a obrátu dané provozovny. Nemůžeme měřit podle stejných kritérií sezonního provozovatele zmrzlinového stánku s provozovatelem samoobsluhy.

Vzhledem k tak širokému spektru našich zákazníků, mezi které patří zároveň největší řetězce i malé provozovny, zaznamenáváme zájem o celé portfolio námi nabízených produktů. Jedná se o registrační pokladny, PC pokladny, sofistikované váhopokladny, pokročilé pokladní systémy. S tím samozřejmě souvisí také komplexní nabídka servisních služeb a nástrojů pro řízení procesů v oblasti obchodu, logistiky a marketingu.

RIZIKA PŘI VÝBĚRU VHODNÉHO ŘEŠENÍ

Z obchodního hlediska je to naplnění očekávání zákazníka. Najít správnou bilanci mezi tím splnit zákon, získat přidanou hodnotu a naplnit budget. Z technického hlediska to může být například kvalita internetového připojení pro komunikaci se serverem státní správy. Proto apelujeme na naše

zákazníky, aby řešili EET s dostatečným předstihem. Získají tím prostor pro otestování a odladění systému a infrastruktury ve zkušebním provozu. Vyhnout se tak situaci, kdy místo klidu věnovat se svému podnikání, řeší provozní problémy.

DRŽÍME TRENDY V OBLASTI POKLADEN A POKLADNÍCH SYSTÉMŮ

Možná spíše nechtěně patří naše trhy mezi lídry v řešení na míru. Zjednodušeně řečeno co instalace, to snaha o originál. Asi to pramení ze snahy ulehčovat si věci na úkor maximálního využití funkcionality pokladního systému a jeho přidané hodnoty, kterou nám může přinést. Bohužel to samo o sobě také vyžaduje změnu obvykle dlouhodobě zažitých procesů. Hybnou silou těchto změn jsou především nové technologie, které přicházejí na náš trh, požadavky legislativy pozitivně ovlivněné členstvím v EU a v neposlední řadě také požadavky zákazníků, kteří chtějí držet trend a krok s konkurencí. Jako příkladem může být originální věrnostní systém cílený na všechny kategorie zákazníků. Nejen je ho možné používat v malých provozovnách a díky jednoduchosti není třeba věrnostních kartiček, ale zviditelnit tak podnikatele v rámci všech zákazníků používajících tento věrnostní systém. Spuštění připravujeme na konec roku.

Mezi segmenty, které teprve začínají, patří nadstandardní technologie, kterými jsou například elektronické cenovky nebo prvky pro marketingovou komunikaci se zákazníkem. Dalším důležitým faktorem je pravidelná obnova zařízení. Tuzemští zákazníci hodně inklinují ke stavu, dokud funguje a jde servisovat, tak zařízení měnit nebudou. Tento přístup sebou potom nese potřebu velké jednorázové investice, například v případě legislativní změny jakou je EET. Pokud by byla zařízení pravidelně obměňovaná za moderní technologie, potom by i investice byly rozloženy v čase.

NOVUM, SPOL. S R.O.

Tel.: (+420) 267 997 111.

Fax: (+420) 267 997 104

Email: novum@novum.cz

www.novum.cz

www.elektronickaevidencetrzeb.cz



ZMĚNY VE ZNAČENÍ POTRAVIN

Dne 9. 6. 2016 byl ve Sbírce zákonů publikován pod č. **180/2016 Sb.** zákon, kterým se **mění zákon č. 110/1997 Sb.**, o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony. Zákon s účinností od 7. 9. 2016 (některé jeho části jsou účinné později) zavádí další povinnosti a regulace pro výrobce i prodejce potravin v ČR, podmínky označování potravin jako „Česká potravina“ a definitivně ruší povinnost velkých prodejen informovat zákazníky při vstupu o podílu původu prodáváných potravin z pěti zemí s nejvyšším počtem nabízených potravinářských produktů.

Nová opatření zaváděná novelou zákona lze obecně hodnotit převážně jako kroky ve prospěch spotřebitele. Zároveň je však pravděpodobné, že ani další regulace a povinnosti nebudou schopny zcela zabránit přetrvávajícím problémům na tuzemském trhu potravin včetně falšování potravin a klamání spotřebitele. Zlepšení situace by tudíž mohla přinést spíše lepší koordinace a efektivita činnosti státních dozorových orgánů, například při kontrolách podniků veřejného stravování, které stále kontrolují tři instituce – hygienici, Státní veterinární správa i Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Do novely se totiž nepodařilo prosadit původně deklarovanou úpravu kompetencí uvedených orgánů.

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ ZMĚNY V POTRAVINÁŘSKÉ NOVELE

- Upřesnění či rozšíření požadavků na povinnosti provozovatelů potravinářského podniku (upřesnění dodržování teplotních režimů při uchovávání potravin, uvádění na trh potravin určených pro zvláštní výživu a doplňky stravy – pouze balené, upřesnění požadavku, aby ve všech fázích uvádění potravin na trh byl k dispozici doklad o původu zboží).
- Osvobození od požadavku na povinné deklarování výživových údajů (novela definuje tzv. malé množství potravin, které jsou evropským právem osvobozeny od požadavku na povinné deklarování

výživových údajů; množství potravin, které je výrobcem dodáváno přímo konečnému spotřebiteli nebo do místního maloobchodu a které bylo vyrobeno v uzavřeném účetním období v potravinářském podniku, který v tomto období zaměstnával maximálně průměrný přepočtený počet deseti zaměstnanců).

- Úprava a zpřesnění požadavků na uvádění informací při prodeji nebalených potravin (například země původu u dalších skupin masa nebo informace o adrese výrobce).
- Stanovení podmínek při označení „Česká potravina“.
- Zákaz výroby a uvádění na trh potravin vyrobených ze složek s prošlým datem použitelnosti; v případě prošlého data minimální trvanlivosti musí být doložena bezpečnost potravin.
- Ve vztahu k zabránění plýtvání potravinami vytvoření zvláštního režimu nařizujícímu prodejci distribuovat stanoveným charitativním a humanitárním organizacím potraviny, které nejsou v souladu s potravinovým právem, avšak jsou bezpečné a informace na obale neuvádějí spotřebitele v omyl (po uplynutí doby minimální trvanlivosti).
- Povinnost prodejce při uvádění potravin na trh komunikačními prostředky na dálku poskytnout informace spotřebiteli shodné jako při přímém prodeji (off-line).
- Zrušení nadbytečného požadavku na povinnost informovat vývěskami veřejnost o původu prodáváného zboží.

K uvedenému výčtu je nicméně žádoucí dodat několik poznámek. Za prvé, opatření k zamezení plýtvání potravinami nabývá účinnosti až od roku 2018 (potravin nevhodné k prodeji smí jít na charitu, řetězce to mají povinné). Za druhé, povinnost uvádět výživové údaje je podle EU závazná až od 13. prosince letošního roku. A za třetí, v praxi se prokázalo to, na co kritici upozorňovali dávno před přijetím příslušného opatření, totiž že informační cedule před vstupem do obchodů informující o procen-

tuálním podílu prodáváných potravin byla zcela neúčelná; je tedy dobře, že ze zákona zmizela.

VELKÁ NEJASNOST S MALÝMI VÝROBCI POTRAVIN

Jedno z výše jmenovaných opatření si zaslouží podrobnější komentář, a to „osvobození od požadavku na povinné deklarování výživových údajů“ pro výrobce malého množství potravin. Na evropské úrovni není ono „malé množství“ specifikováno, upravuje je tedy národní předpis, což je uvedená novela. Ta definuje malého výrobce objemem ročních tržeb a především množstvím zaměstnanců do počtu deseti. K tomu je ale nutno dodat, že jde o klasické zaměstnance, za které platí zaměstnavatel příslušné odvody, a že se do uvedeného počtu započítávají pouze zaměstnanci přímo spojení s výrobou, tedy ne manažeři, vedoucí pracovníci, řidiči a podobně, a také ne pracovníci typu OSVČ a externistů. To ovšem v praxi znamená, že podmínku malého výrobce potravin, který bude osvobozen od některých povinností (například uvádění výživových údajů), splní řada výrobců, pod nimiž si spotřebitel určitě nepředstavuje skutečně malého, regionálního producenta potravin.

Skutečnost, že pojetí „malého výrobce“ v podání novely zákona o potravinách zahrnuje fakticky i relativně velké, nebo alespoň střední výrobce, lze přitom vykládat dvěma způsoby. Bude docela ilustrativní, jak svůj výklad pojme ministerstvo zemědělství. Na jednu stranu je totiž relativně široký okruh subjektů výrobců potravin, kteří nemusí dodržovat veškeré označovací povinnosti, určitým typem podpory našeho potravinářství obecně. Jde tak o jeden z mála kroků snižování nadbytečné administrativy. Na straně druhé ale nelze tuto úlevu vykládat jako podporu malých producentů potravin, neboť zvolená selekce vyhovuje i řadě větších výrobců.

Pokud se pak týká spotřebitele, ten se výživových údajů na obalech poměrně širokého spektra potravin opět nedočká.

autor: Mgr. Marek Dian

ZA OPOMENUTÍ V DAŇOVÝCH ZÁLEŽITOSTECH SE VĚTŠINOU PLATÍ

Přinášíme pokračování přehledu daňových povinností na další čtvrtletí.

ZÁŘÍ

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
08-09-2016	pojištění	OSVČ zdravotní – záloha	(8/16)
09-09-2016	spotřební	splatnost (bez daně z lihu)	(7/16)
15-09-2016	DPPO, DPFO	záloha	(čtvrtletní)
20-09-2016	pojištění	OSVČ sociální – záloha	(8/16)
20-09-2016	z příjmů	záloha na daň – závislá činnost	(8/16)
24-09-2016	spotřební	splatnost (daň z lihu)	(7/16)
25-09-2016	spotřební	přiznání + nárok vrácení daně	(8/16)
25-09-2016	energetické	přiznání a splatnost	(8/16)
25-09-2016	DPH	kontrolní hlášení	(8/16)
25-09-2016	DPH	přiznání, souhrnné hlášení a §92a	(8/16)
30-09-2016	srážková	odvod daně (zvláštní sazba)	(8/16)
30-09-2016	DPH	žádost o vrácení DPH z/do členského státu	(za rok 15)

ŘÍJEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
08-10-2016	pojištění	OSVČ zdravotní – záloha	(9/16)
10-10-2016	spotřební	splatnost (bez daně z lihu)	(8/16)
15-10-2016	silniční	záloha	(3.Q/16)
20-10-2016	z příjmů	záloha na daň – závislá činnost	(9/16)
20-10-2016	loterie a hry	hlášení a zaplacení zálohy	(3.Q/16)
20-10-2016	pojištění	OSVČ sociální – záloha	(9/16)
25-10-2016	DPH	přiznání, souhrnné hlášení a §92a	(9/16 + 3.Q/16)
25-10-2016	DPH	kontrolní hlášení	(9/16)
25-10-2016	energetické	přiznání a splatnost	(9/16)
25-10-2016	spotřební	přiznání + nárok vrácení daně	(9/16)
25-10-2016	spotřební	splatnost (daň z lihu)	(8/16)
31-10-2016	DPH	skupinová reg. (příhláška / změna / zrušení)	(na rok 17)
31-10-2016	srážková	odvod daně (zvláštní sazba)	(9/16)

LISTOPAD

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
08-11-2016	pojištění	OSVČ zdravotní – záloha	(10/16)
09-11-2016	spotřební	splatnost (bez daně z lihu)	(9/16)
20-11-2016	z příjmů	záloha na daň – závislá činnost	(10/16)
20-11-2016	pojištění	OSVČ sociální – záloha	(10/16)
24-11-2016	spotřební	splatnost (daň z lihu)	(9/16)
25-11-2016	DPH	přiznání, souhrnné hlášení a §92a	(10/16)
25-11-2016	DPH	kontrolní hlášení	(10/16)
25-11-2016	energetické	přiznání a splatnost	(10/16)
25-11-2016	spotřební	přiznání + nárok vrácení daně	(10/16)
30-11-2016	z nemovitostí	2. splátka (nad 5000 Kč – všichni)	(8/16)
30-11-2016	srážková	odvod daně (zvláštní sazba)	(10/16)

BANÁNY – ZÁSOBÁRNA ZDRAVÍ

Banány patří mezi nejoblíbenější ovoce, které si s chutí Češi dopřávají. Mnozí přitom nemají nejmenší tušení o tom, jak moc zdravé banány jsou. Banány totiž obsahují potřebnou vlákninu, důležité přírodní cukry, cenné vitaminy, minerály a další životně důležité látky pro lidský organismus. Banány obsahují ještě řadu dalších minerálů a aminokyselin.

1. Vysoký obsahu draslíku a naopak nízký obsahu sodíku pomáhá udržovat normální krevní tlak.

2. Při fyzické námaze nám energii dodávají cukry, ale pomáhá také draslík, který ovlivňuje fungování svalů, nebo vitaminy B2 a B6, využívané proti únavě a vyčerpání.

3. Pektiny přispívají k udržení normální hladiny cholesterolu v krvi.

4. Kromě aminokyseliny tryptofan, která prý zlepšuje náladu, nervový systém příznivě ovlivňují obsažené vitaminy ze skupiny B.

5. Vitamin B3 také pomáhá k udržení zdravé kůže a sliznic.

6. Také dokáží omezit nárůst hladiny glukózy.

7. Obsažené železo a vitaminy B2 a B6 jsou důležité při tvorbě červených krvinek.

8. Železo a vitamin B6 se podílí na správném fungování imunitního systému.

9. Z psychologického hlediska pomáhá železo k normálnímu utváření poznávacích funkcí u dětí.

10. Vitamin B2 je znám také jako antioxidant.

zdroj: www.pharmapoint.cz

HOUBY Z POHLEDU ALTERNATIVNÍ MEDICÍNY

Češi jsou známí svojí zálibou v hledání a sbírání hub. Každým rokem se na přelomu léta a podzimu lesy zaplní stovkami nadšených houbařů. Domů si přinášejí zajímavé úlovky, které zpracovávají nejrozličnějším způsobem. V mnoha domácnostech to touto dobou voní po smaženici, vaří se hutné bramboračky, houbové omáčky či smaží se houbové řízky. Houby jsou jednoduše chutné a Češi je doslova zbožňují. Víte však také to, že mnohé houby jsou zdravé a říká se, že mají dokonce léčivé účinky? Léčivé účinky hub nejsou vědecky podloženy, alternativní a tradiční medicína je však využívá od nepaměti.

Proti kožním alergiím pomáhá žampion

O žampionech se říká, že pomáhají lidem, kteří trpí nejrozličnějšími alergiemi. Žampion také údajně pomáhá snižovat vysoký krevní tlak, urovnává hladinu cukru v krvi, zmírňuje projevy astmatu a dny. Zastánci alternativní medicíny tvrdí, že léčivých účinků lze dosáhnout, pokud se žampiony zařadí do jídelníčku alespoň dvakrát týdně. Pro ty, kteří neholdují čerstvým žampionům, je určen prášek ze sušených žampionů.

Jidášovo ucho uleví při bolestech zubů

Jidášovo ucho je známé zejména z tradiční čínské medicíny, která jej doporučuje používat zejména při bolestech zubů a žaludku. Údajně však pomáhá také při průjimech a krvácích hemoroidů a dokonce ulevuje od unavených očí, kdy omytou a usušenou houbu stačí přiložit na oči na 15 minut – a je po únavě.

Pýchavka zastaví krvácení

Pýchavka není zrovna vyhledávanou houbou. V alternativní a tradiční medicíně má však nezastupitelné místo, protože údajně pomáhá zastavit krvácení a v podobě tinktury ulevuje od klimakterických potíží. Tinktura připravená z pýchavky má působit také jako protilátka při otravě plynem. Pýchavka je rovněž považována za silné antiafrodiziakum a bývá používána při zmírňování sexuální touhy.

Čirůvka snižuje hladinu cukru v krvi

Podle alternativní medicíny je účinným pomocníkem při léčbě cukrovky a diabetici by měli užívat čirůvkovou tinkturu, kterou je možné sehnat ve specializovaných obchodech. Čirůvka prý také pomáhá zmírňovat bolesti hlavy a nohou, léčí sennou rýmu, vyrážky a má protisrážlivé účinky.

Hlíva ústříčná bojuje s rakovinou

Hlíva patří mezi nejchutnější a nejzdravější houby vůbec. Vyhlášená je především díky protirakovinovým účinkům, které jsou jí přisuzovány. To však zdaleka není vše. Hlíva má také ulevovat od ztuhlých svalů, šlach a kloubů, snižovat hladinu cholesterolu a také posilovat cévní systém.

zdroj: www.pharmapoint.cz

VÍTE, CO JE CINAMON A ČÍNSKÉ DŘEVO?

Skořice (cinamon, čínské dřevo) je kůra zelených tropických stromů skořicovníků, která se sklízí po 2 či 3 letech stáří stromu. Má nasládlou chuť a příjemnou vůni. První zmínky o skořici se objevily již před 4000 let v Číně, znali ji i starověcí Řekové a Egypťané. K nám se začala dovážet v 15. století. Hnědá pochází z Číny, žlutohnědá ze Srí Lanky. Může dosahovat až 10 metrů, ale na plantážích se udržuje dvoutetřím.

Olej se získává z listů, větví a květů, dále se využívá na silice bohatá vnitřní část kůry. Nejvyšší kvality dosahuje skořice ze Srí Lanky, tedy cejlonská, která vypadá jako doutník. Často je nahrazována levnější z Číny, Vietnamu, Indonésie – ta je tmavá, tvrdá

a dutá. Skořice snižuje krevní tlak, zlepšuje trávení, působí jako prevence rakoviny tlustého střeva, proti nadýmání, podporuje chuť k jídlu, má dezinfekční účinky, je vhodná i k léčbě nachlazení a dokonce zlepšuje paměť. Snižuje hladinu cukru v krvi, takže ji využívají i diabetici. Léčebné účinky se ale neobjeví hned, mnohdy déle než za měsíc.

Lze ji konzumovat i ve formě kapslí, neměly by se ale překročit denně více než 3 gramy. Pozor, může způsobit i alergický záchvat, proto by se měla její konzumace vždy probrat s lékařem. Lidé, kteří užívají léky na ředění krve, by se jí měli vyvarovat, mohly by nastat komplikace.

Uchovávejte ji uzavřenou ve sklenici a nejlépe ve tmě.

Nachlazení by mělo odeznít po medu se skořicí. Smícháním 1 lžice skořice a ½ lžičky medu získáme kaši, kterou necháme chvíli uležet, pak přidáme několik kapek citronu a opět promícháme. Podáváme dvakrát denně.

Na pleť a proti striím působí blahodárné skořicový krém. Ten si můžeme vyrobit i sami z jogurtu, tvarohu nebo olivového oleje a skořice.

Pupínky zmizí potíráním (nejlépe na noc) směsí z 3 lžic medu a 1 lžice skořice.

zdroj: www.kucharidodому.cz

ČISTÉ SUŠENÉ OVOCE V TYČINKÁCH: PRO TOHLE SE K VÁM BUDOU LIDÉ VRACET...



Kolikrát vběhne zákazník do obchodu s tím si jen tak něco koupit, čím zažene hlad, a nemusí to být zrovna něco nezdravého. Hurá, tady něco mají! Sušené ovoce je stále rozšířenější, ale mnohem atraktivnější jsou třeba tyčinky Dr. Light Fruit – nalisované kousky sušeného ovoce provoněné koncentrovanými přírodními ovocnými šťávami. Malé, lehké, zabalené v praktickém obalu a s takovou chutí, že si příště vezmou rovnou dvě. Lákavé už na první pohled.

V záplavě nepříliš zdravého a příliš sladkého mlsání budou právě tyčinky Dr. Light Fruit vítaným osvěžením. A věřte, že když si příště někdo zajde pouze pro tyhle tyčinky, přibere si třeba ještě jablíčko nebo něco hroznového vína, sem tam výrobek z chladicího pultu. A kdoví, třeba si vezme i sáček s chipsy, protože občas nějaká ta chuť na stravovací hřích být může. A tady to přece nikdo nevidí, že?

Tyčinky Dr. Light Fruit jsou perfektně vyvážené svou chutí a jsou doslova k zamilování. Ta voňavá šťavnatost je tak lákavá, že si druhý den půjdete koupit další. Zkusíte je? Jsou parádním osvěžením prodáváného sortimentu, který může přivést nové zákazníky a příjemně naladit a překvapit ty stávající.

**Zakousněte se a uvidíte,
že nepustíte...**

www.pharmind.cz

Novinka!

Přírodní ovocné tyčinky Dr. Light Fruit

- ✓ obsahují více než 85% ovoce
- ✓ přírodní a zdravé
- ✓ bez dochucovadel
- ✓ bez barviv
- ✓ šťavnaté
- ✓ z kvalitních a přírodních surovin
- ✓ šetrné a jemné zpracování

Šťavnatá kolekce chutí a vůní - ovoce k svačince v malé tyčince!

Pro objednání kontaktujte Obchodní alianci Javor tel.: 581 217 005 nebo email: provektor@provektor.cz



SPOLEHLIVÝ POKLADNÍ SYSTÉM PRO VAŠE PODNIKÁNÍ

Pokladní systém pro malé a středně velké restaurace, kavárny, hotely, obchody a služby. AKCE: 3 měsíce provozu ZDARMA!

Dotykačka
MOBILNÍ



4 990 Kč

Dotykačka
UNIVERZÁLNÍ



9 990 Kč

Dotykačka
KOMPLETNÍ



13 990 Kč

Akce platí pouze do 30. 9. 2016

www.dotyacka.cz
800 605 605

Připraveno na
EET
etřžby

dotyacka
SPOLEHLIVÝ POKLADNÍ SYSTÉM

Pravá CHUŤ COLY
s CUKREM



LIVE FOR NOW®

pepsi.

NE JEDNOTVÁRNOSTI



Různé chutě. Jedno pevné přesvědčení,
jak vařit dobré pivo.

Budweiser
Budvar

NE Z NÁS DĚLÁ TO, ČÍM JSME



CENTRAL ENERGY

Jsme od roku 2008 spolehlivým dodavatelem elektrické energie a zemního plynu s celorepublikovou působností. Naším mottem je poskytovat zákazníkům skvělé služby za mimořádně nízké ceny. Dělíme se s nimi o náš zisk maržemi nižšími, než má konkurence, a tak profitujeme my i náš zákazník. Zakládáme si na seriózním a pravdivém přístupu. Nechte si u nás zpracovat nabídku konkrétně pro Vaši provozovnu, dům či byt. Je jen na Vás, odkdy se rozhodnete platit za energie méně než doposud.

Zajistěte si u nás
PRÁVĚ TEĎ
mimořádně nízké
ceny energií.

PŘÍKLADY NAŠICH ZÁKAZNÍKŮ, KTERÍ S NÁMI LETOS OPĚT UŠETŘÍ (UVEDENÉ CENY JSOU VČETNĚ DPH)

1. příklad – Karlovarský kraj

ELEKTŘINA

spotřeba	7 869 kWh / rok
sazba	C02d
jistič	3 x 25
platba u CE	37 563 Kč
platba u ČEZ	42 076 Kč

úspora 4 513 Kč

2. příklad – Karlovarský kraj

PLYN

spotřeba	46 357 kWh / rok
platba u CE	50 701 Kč
platba u RWE	65 963 Kč

úspora 15 262 Kč

3. příklad – Jihomoravský kraj

ELEKTŘINA

spotřeba	18 217 kWh / rok
sazba	C02d
jistič	3 x 40
platba u CE	84 956 Kč
platba u E.ON	96 088 Kč

úspora 11 132 Kč

800 900 722

WWW.CENTRALENERGY.CZ

INFO@CENTRALENERGY.CZ

SMLUVNÍ PARTNER JAVOR

PŘI POPTÁVCE UVEĎTE SPECIFICKÝ KÓD:

OR416

www.santaluisa.cz



SANTALUISA

**PRIVÁTNÍ A FIREMNÍ
DEGUSTACE DOUTNÍKŮ
PRODEJ DOUTNÍKŮ
A PŘÍSLUŠENSTVÍ**



Nabídněte Vaším zákazníkům novou službu.



Chcete-li Vaším zákazníkům přinést službu, kterou skutečně ocení, zvolte nabídku vyhrazených léčivých přípravků ve pharmaboxech MEDIPOINT®. Zákazník zde najde vše k eliminaci akutních zdravotních potíží a zjistí, že tuto pomoc najde vždy tam, kde právě potřebuje.

- Pouze TOP vyhrazené léky v dané kategorii
- Bolest, nachlazení, rýma, žaludeční potíže, nadýmání, únava očí, dezinfekce, hemoroidy, hojení ran a další.
- Sezónní modifikace nabízených přípravků.
- Profesionální školení Vašich zaměstnanců.
- Odborné poradenství v oblasti vyhr. léků.
- Marketingová podpora a promotion.



Tam, kde právě potřebujete.

Před použitím vyhrazených léčivých přípravků vždy pečlivě čtěte příbalovou informaci.

www.medi-point.cz



KRÁL OCENÍ NOVOU LAHEV

I KDYŽ VÍ,
ŽE SKUTEČNÁ
KRÁSA
JE UVNITŘ



BUĎ JSI KRÁL, NEBO NE



NOVINKA

nula cukru nula kalorií

bez
kofeinu

K dispozici od srpna,
pro objednávku volejte
zákaznický servis **283 015 666**.



355 ml



LIGHT!
IT UP!

BURN

ENERGY DRINK

K dispozici od srpna, pro objednávku volejte zákaznický servis **283 015 666**.

Delta

Chia

PEČIVO

- S obsahem Chia semínek
- Pečlivý výběr kvalitních surovin, které uspokojí i nejnáročnějšího zákazníka
- Pro vyznavače moderních trendů



Novinka!

www.united-bakeries.cz

ŠUNKY, KTERÉ TEĎ LETÍ



OBSAH MASA
92%

**AMÁLKA
ŠUNKA**
NEJVYŠŠÍ JAKOSTI

SOUTĚŽ



Šunkovník



**KRÁLOVSKÁ
ŠUNKA**
VÝBĚROVÁ



VALAŠSKÝ
KRÁSNOSVĚT

Vyfoť svoji svačinku a vyhraj box na svačinku. Více na www.facebook.com/mpkrasno



*Děkujeme
za Prima sezónu
a přejeme další skvělé
obchodní výsledky
v roce 2016!*



MROŽ

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

	4							
		7	5		1	6		2

Nejrychlejší 11 níže uvedeným luštitelům křížovky z čísla 03/2016 **gratulujeme**. V průběhu srpna obdrželi balíčky s cenami, které do soutěže věnovala Obchodní aliance Javor.

Eliška Koubková, Sedlčany
Pavel Filip, Praha
Josef Prokeš, Kněžice
Karel Jirka, Most
Marcela Sedláčková, Zruč-Senec
Jana Kratochvílová, Olomouc-Holice
Romana Chrenštová, Liptaň
Ludmila Jedličková, Hulín
Věra Pojmanová, Havlíčkův Brod
Jan Chvátal, Telč
Lenka Antošová, Milovice

Redakce časopisu Obchodníkův rádce
 PS: **Již pro Vás připravujeme novou soutěž o ceny.**

KrazyDad.com