

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO NEZÁVISLÝ
MALOOBCHOD
05 | 2017

z obsahu

— 25 let na trhu (str. 4)

— Jaká je role vrchního sládka? (str. 6)

— SZPI (str. 7)

— Nejen o dvojí kvalitě potravin (str. 8)

— Když se řekne pravý čaj (str. 10)





CHUŤ, KTERÁ SE ROZVINE



19 DNŮ | POSTUPNÉHO
PŘIDÁVÁNÍ
INGREDIENCÍ
BĚHEM VÁŘENÍ A ZRÁNÍ



PROTOŽE NA DOBRÉ
VĚCI SE VYPLATÍ
POČKAT, INGREDIENCE
DO BIRELL BOTANICALS
PŘIDÁVÁME POSTUPNĚ
V PRŮBĚHU 19 DNŮ PÉČE
A ZRÁNÍ. DOPŘEJTE SI
NOVÉ NEALKOHOLICKÉ
OSVĚŽENÍ!



REDAKČNÍ RADA

Ing. Mgr. Daniela Řepová
repova@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

5. číslo 2017 / dvouměsíčník
 registrováno u Ministerstva kultury ČR
 registrační číslo: MK ČR E 22338

Vydává
 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

Vážené a milé čtenářky,
 vážení a milí čtenáři,

i když nyní máme ještě dny, kdy nás sluníčko polechtá teplými paprsky, léto je nenávratně pryč. Děti už zase tráví velkou část dne ve škole a my všichni, kteří máme tolik rádi teplo a slunce, se musíme připravit na období, kdy bude obojího ještě mnohem méně. Podzimní čas se nám pokusí tento nedostatek vynahradit úžasnými barvami všude kolem. Kdo má rád vycházky do přírody, jistě si užije onu paletu barev, kterou podzim přináší. Příroda se začíná připravovat na období vegetačního klidu, jen my lidé utíkáme dál ve snaze dohnat vše, co jsme nestihli. Vás maloobchodníky čeká jedno z nejrušnějších období roku, jímž je předvánoční čas. Zákazníci by v následujícím období u Vás měli najít nejen každodenní sortiment, ale i náměty pro dárky na Vánoce, které se sice tváří být ještě daleko, ale uvidíte, jak to uteče. Součástí tohoto čísla je malý dárek od jednoho z našich inzerentů, který Vám již do těchto dnů přináší atmosféru blížících se svátků v podobě jednoho ze svých úžasných čajů. O čaji se budete moci na následujících stránkách dozvědět mnoho zajímavých a užitečných informací, které Vám pomohou vychutnat si každý šálek naplno.

V tomto hřebíčkem a skořicí ovoněném čísle najdete mimo jiné rozhovor s vrchním sládkem Staropramenu panem Luxem.

Dozvíte se něco z historie i ze současnosti Smíchovského pivovaru a třeba také to, jak se vlastně milovníci piva rozdělili na „dva-náctkáře“ a „desítkáře“. Další rozhovor, který Vám přinášíme, je s jedním z Vás, s panem Filipem, který letos slaví 25 let svého podnikání v maloobchodě. Možná Vám jeho příběh připomene vlastní začátky, anebo zjistíte, že Vy jste to měli úplně jinak. Budeme rádi, když se o to s námi a s našimi čtenáři podělíte. Napište nám do redakce a my se za Vámi a Vaším příběhem vydáme. Také můžete reagovat na články nebo informace, které Vám přinášíme, jak to učinili dva čtenáři jako odezvu na náš článek o platebních kartách. Z jejich reakce je vidět, že co člověk, to jiný názor a jiná zkušenost. Jakou zkušenost s platebními terminály máte Vy? Když nám napíšete, rádi Váš pohled otiskneme.

V další části časopisu přinášíme informace ze Státní zemědělské a potravinářské inspekce a rubrika Obchod se věnuje především tématu dvojí kvality potravin v EU. Určitě nezapomeňte pozorně prolistovat inzertní část a zkontrolujte si, zda máte tento sortiment k dispozici i pro své zákazníky a zda i Vy využíváte tak výhodné tarify pro volání a provozování platebních terminálů. A pokud ne, můžete to změnit.

Krásný barevný podzim Vám za celou redakci přeje

Ing. Mgr. Daniela Řepová



25 LET NA TRHU

Začátky byly složité, vzpomíná pan Filip, přesto letos oslaví s prodejnou 25 let.

JAK JSTE SE DOSTAL K PROVOZOVÁNÍ PRODEJNY POTRAVIN A JAKÉ BYLY VAŠE ZAČÁTKY?

Před otevřením malé prodejny v Praze-Modřanech jsem pracoval jako rozpočtář hlavního dodavatele stavby haly pro úpravu rud v Krivom Rogu na Ukrajině s vedením v Přerově. V roce 1992 jsme v rámci ukončení RVHP byli s kolegou postaveni před problém, co dělat dál. Já byl strojní inženýr a on elektro-rozpočtář. Jeden z našich prvních nápadů byl otevřít si železářství v panelovém domě, kde bydlíme, v již nepoužívaném skladu CO. Nabízel se však ještě další nápad: lidé budou vždy pít a jíst. Předělali jsme tedy sklad na obchod s potravinami. Otevření našeho malého obchodu jsme stihli ještě před Vánocemi, přesně 1. prosince 1992. Byli jsme plni elánu a optimismu. Stali jsme se OSVČ.

JAKÉ OBDOBÍ ZA TĚCH PĚTADVACET LET BYLO PRO VÁS NEJTĚŽŠÍ A JAK JSTE HO PŘEKONAL?

Naše první krize v podnikání nastala asi po roce a půl, když jsme se s kolegou neshodli, jak vést obchod dále, jak jednat s dodavateli, jak se dobat většího zisku a hlavně jak získat více zákazníků. Okolnostmi jsem byl donucen se s kolegou rozloučit a po celkové účetní uzávěrce jsem zjistil ztrátu přes 200 000 korun. Dostal jsem se do dluhů u dodavatelů, kteří mi přestali zboží dodávat na fakturu, takže každou dodávku jsem musel platit v hoto-

vosti a na splácení dluhů nezbývalo. Situace se ukázala být neudržitelnou. Ztráta pro mě byla jednou z nočních můr a musel jsem propustit zaměstnance a na dluh vydělávat sám. Stalo se přesně to, co si jistě dokážete představit: stal jsem se prodávákou, skladníkem, zásobovačem, účetním a provozním v jedné osobě, dokud jsem ztrátu nedohnal a nedal obchod dohromady. Rok 1994 byl pro mě nejtěžší. Poté jsem opět mohl nabrat zaměstnance. Sehnat ovšem kvalitní lidi bylo, je a domnívám se, že bude i nadále velký problém. Proto jsem své ženě nabídl, zda nechce odejít ze školství a jít táhnout tu káru se mnou. Jsem nesmírně rád, že se tak stalo a že mi pomohla překonat také období supermarketů a hypermarketů. Mohu hrdě říci, že bez její podpory a velkého pracovního nasazení bychom už obchod dávno zavřeli.

CO VÁM NEJVÍCE POMOHOLO PŘI PODNIKÁNÍ?

Rozhodně nám pomohla silná vůle, pracovitost, rodinné zázemí včetně vydatné pomoci našich dospívajících synů a tolerance mezi námi v celém kolektivu. V podnikání jsme narazili na spoustu neočekávaných situací, ale díky nasbíraným zkušenostem jsme postupně změnili dodavatele, nejen z pohledu ceny, ale také kvality a zásobovacího režimu. Zaměřili jsme se hlavně na pekaře, uzenáře, mlékaře, zelináře, lahůdkáře a dodavatele piva i stáčeného vína. Změnili jsme uspořádání prodejny, vylepšili technické zázemí, zavedli jsme doplňkové služby a pečlivě si vybrali nové zaměstnance. Souhra všech těchto věcí nás posunula

kupředu. Není to lehká cesta, trvala několik let a stále jdeme dál. Zákazník musí mít pocit, že jsme tu pro něj!

UDRŽET PRODEJNU V PLUSU JE TĚŽKÝ ÚKOL. JAK JSTE SE S NÍM VYPOŘÁDALI?

Každý podnikatel, zejména majitel prodejny, zažil krizová období. Nám se to samozřejmě stávalo také, proto jsme začali hledat další odbytiště a nové zákazníky. Bylo nutné investovat do novějšího vybavení. I předpisy se během let měnily (HACCP). Střídali se dodavatelé, kteří různě krachovali a zase vznikali. Jako jedna z možností se nám jevila myšlenka uchytit se při dodávkách do školních jídelen. Postupně se rozjížděl prodej a závoz do mateřských škol v našem okolí, protože málokterý velkoobchod je ochoten a schopen každodenních závozu v tak malých objemech, jako jsme jich schopni my. Tímto náš obchod získal nejen další odbytiště, ale množství nakoupeného zboží se výhodně doplňuje. Nejsme tudíž závislí jen na zákaznících. Tržby z této velkoobchodní činnosti se v současné době vyrovnaly s tržbami obchodu a dokonce školky začínají tvořit větší část našich tržeb, i když samozřejmě s menší marží, než si můžeme dovolit v obchodě.

Dalším důležitým krokem se ukázal vstup do Obchodní aliance JAVOR (nebo též Pro-Vektor). Toto seskupení drobných obchodníků nám nabízí výhodné ceny některých i velmi významných vybraných dodavatelů od pekařských výrobků až po produkty nápojové či drogistické. Dostali jsme se tím na nižší ceny od dodavatelů, což nám pomáhá k vyšším ziskům.

Dalším důležitým aspektem byli zaměstnanci. Dlouho jsme hledali prodavačku, o níž můžeme říci, že prodává a věnuje se zákazníkům natolik, abychom ji mohli považovat za „prodavačku-obchodnici“, ne za pouhou „podavačku“ zboží dle zákaznickova seznamu. Je prostě nutné se zákazníkem hovořit, věnovat se mu. Dokázat mu fundovaně poradit nejen sortimentně, ale i kvalitativně při výběru zboží.

V současné době již své zákazníky známe – někdy se s námi dokonce radí, co mají uvařit k večeři a co udělat dobrého na svačinku pro své školáky či manžela nebo manželku. Dobrý vztah se zákazníkem je k nezaplnění a každý zákazník je jiný. Po celá ta léta se dále vzděláváme a školíme. A základ úspěchu v naší „malé odbornosti“, který jsme si z těchto kurzů odnesli, bych formuloval takto: Je důležité získat nového zákazníka, ale ještě důležitější je si ho udržet, aby se znovu a znovu vracel.

CHTĚL BYSTE JEŠTĚ NĚJAKOU PRODEJNU, NEBO ZŮSTÁVÁTE JEN U TĚ SVÉ?

Žádnou další prodejnu již neplánujeme. Podnikáme s manželkou 25 let a spíše si plánujeme aktivní důchod. Já osobně chci nadále podporovat maloobchod a přednášet a školit majitele prodejen, abychom udrželi v České republice tradici maloobchodu. Rád bych publikoval své zkušenosti a své výhry i prohry v podnikání tak, aby si každý našel inspiraci a pomoc pro svoji prodejnu.

CO BYSTE PORADIL ZAČÍNAJÍCÍM MAJITELŮM PRODEJEN?

Každý by si měl dobře rozmyslet všechny pozitivní i negativní stránky podnikání, než se pustí do maloobchodu a otevře si první prodejnu. Najít si nejlépe nějakého zkušeného obchodníka, který je ochoten se podělit o zkušenosti. I my jsme měli v prvopočátku poradce, který nám dal, jak se dnes odborně říká, „know-how“ – důležité rady do začátku. Je dobré předem znát kompletní legislativu, hygienické a potravinářské předpisy, požadavky na technické zázemí a samotný proces řízení obchodu od provozní doby přes zásobování až po prodej zákazníkovi. Dále také znát zákonné povinnosti pracovních právních vztahů se zaměstnanci – a především mít dobře naplánovanou ekonomiku pro první dva roky. V zásadě jde o pravidlo, že Vaše počáteční investice se musí proměnit v budoucí zisky a investice

by se Vám měla vrátit, abyste ji mohli znovu použít a své podnikání rozvíjet. Budoucí majitelé prodejen by neměli zapomenout na své okolí a konkurenci, aby je na začátku nic nepřekvapilo. Pokud si vše dobře zvážíte a vše vyhodnotíte pozitivně, můžete se pustit do podnikání. Ale nesmíte zapomenout, že musíte být k zákazníkovi ochotní, poctiví, komunikativní a slušní. Věřím, že pak podnikání bude lepší a úspěšnější.



Ing. Pavel Filip, Koloniál JIFI, Praha-Modřany

JAK HODNOTÍTE SOUČASNÉ VZTAHY S DODAVATELI? ZLEPŠILI SE DODAVATELÉ, ZÁVOZY, KVALITA?

Moje zkušenosti s dodavateli jsou velmi pestré. Pokud bych měl hodnotit svoje počáteční zkušenosti s dodavateli, jejich (ne)ochota a podmínky dodávek nám podnikání spíše komplikovaly. Zpočátku se k nám nechovali příliš vstřícně, mnohem otevřenější byli k velkoobchodatelům. Museli jsme nakupovat větší množství, abychom získali lepší cenu. Nyní je trh otevřenější a dodavatelé změnili přístup – a dnes musím říci, že dodavatelé jsou ochotnější, cenově dostupnější, my zboží nereklamujeme a máme dobré vztahy. A toto se nám daří právě díky členství v Obchodní alianci JAVOR.

MÁTE STÁLÉ A PRAVIDELNÉ ZÁKAZNÍKY?

Jak jsem již zmínil, naše prodejna stojí především na stálých zákaznících, se kterými jsme si budovali vztahy řadu let. Každý zákazník je jiný. S některými jsme se dokonce skamarádili natolik, že se scházíme i mimo obchod. Ovšem konkurence v dnešní době je opravdu velká a maloobchod je specifický

způsob prodeje. V našem okolí máme celou plejádu supermarketů. O to více musíme mít dobré vztahy: bez pravidelných zákazníků bychom již dávno zavřeli.

CO VAŠI ZÁKAZNÍCI NEJVÍCE OCEŇUJÍ?

Nejllepší by bylo zeptat se přímo zákazníků. Za sebe mohu říci, že oceňují naši ochotu, pestrost zboží na tak malé ploše (21 m²), provozní dobu a kvalitu zboží. U kvality potravin jde zákazníkům především o to, aby si vychutnali svoji ranní kávu s dobrým pečivem, koblíhou či vánočkou a na večeři měli třeba kvalitní uzeninu. Lze říci, že velká část zákazníků pro pečivo a zejména kvalitně nakrájenou dobrou uzeninu již nikam jinam nechodí. Dnes také ocení naše rady, co uvařit na neděli a jak nestrávit sháněním čerstvých potravin po supermarketech dlouhé hodiny. Pro zákazníky jsme proto zavedli objednávkovou službu, kterou oceňují stále víc a již se nám sami hlásí, co všechno jim máme připravit – a pak si jen zaskočí po práci k nám a nákup si vyzvednou. Závěrem jen doplním, že jsou rádi také za služby jako dobítí mobilů, platby kartou a sázení sportky. Bez těchto služeb by se u nás již neobešli.

JAK SE PŘIPRAVUJETE NA VÁNOČNÍ OBDOBÍ? VÍCE ZÁSOB, POSILA V PRODEJNĚ?

Vánoční výzdoba je samozřejmost od začátku existence prodejny. Dále každý rok své zákazníky překvapíme nějakým vánočním dárkem. V minulosti jsme vystřídali řadu nápadů, třeba vařečku či chňapku do kuchyně s naším logem. Dárky dáváme všem stálým zákazníkům. Objednávkovou službu do tašky zákazníci nejvíce oceňují právě v předvánočním shonu. Vždy na toto období přijmeme brigádníky, aby nám pomohla s přípravou vánočních balíčků včetně těch pro mateřské školy, kam každoročně nějaký ten dárek s posledním závozem dovezeme. Na prodejně se před Vánocemi nezastavíme, ale každý rok to zvládáme s dobrou náladou. Sejde-li se dobrá parta, uděláme si po zavření, jako ve škole, vánoční besídku.

JAK HODNOTÍTE LETOŠNÍ ROK Z HLEDISKA TRŽEB? DAŘÍ SE PRODEJNĚ?

Letos oslavíme 25. výročí a já jsem moc rád, že jsme vše překonali a neztratili elán a pozitivní náladu. Letošní období je pro nás stabilní, udržujeme si vcelku vyrovnané tržby. Celý rok bych vyhodnotil kladně – a uvidíme, co přinese ten další.

JAKÁ JE ROLE VRCHNÍHO SLÁDKA?

Dá se říci, že ze všech sládků asi nejvíce „manažerská“. Přesto to neznamená, že bych celé dny proseděl za počítačem. Strašně rád zajdu za lidmi na varnu, do sklepa nebo na stáčírny. Pořád mě to nabíjí. Je to paráda.

V ČEM BYLA ROLE SLÁDKA PŘED DVACETI LETY ODLIŠNÁ OD TÉ V DNEŠNÍM MODERNÍM PIVOVARU?

Role se nemění, pořád jste zodpovědný za výrobu piva, jen řešíte trochu jiné problémy. Teď víc sleduji, jak funguje technologie či software, možná před třiceti lety sládci víc koukali do kotlů a kádí, jestli všechno běží, jak má. Ani dokonalé počítače vám ale všechno nenahradí, pořád hodně závisí třeba na surovinách, které se mohou každý rok měnit. Vždycky musí někdo jít do výroby a nasypat tam chmel nebo spojit dvě potrubí. To se ručně dělá dodnes. Kdybych jenom seděl nad tabulkami a nezvedl se od stolu, ta práce by mě nebavila. Role vrchního sládky spočívá navíc v tom, že řídí a zastřešuje ty ostatní. Máme tu čtyři sládky, každý z nich se stará o něco malinko jiného a u každého musíte vědět, co dělá nebo co říká třeba hospodským a zákazníkům.

ŘEKNETE NÁM NĚCO O SVÉM PŘEDCHŮDCI MICHAELU TRNKOVI?

Sládek Trnka svými počiny na poli technologie definoval a standardizoval celou kategorii piva. Možná nevědomky rozdělil pivaře už na konci 19. století na „dvanáctkáře“, holdující ležáku, a „desítkáře“, věrné Smíchovu. Jeho desítka se stala nejoblíbenějším pivem své doby. Zatímco ve svých počátcích byl Smíchovský pivovar koncipován na výstav 22 tisíc hektolitřů piva ročně, v roce 1901 už uvařil více než půl milionu hektolitřů. Za 24 let svého působení tedy sládek Trnka výstav pivovaru více než zdesetinásobil, což byl jev do té doby nevídaný.

Receptura světlé smíchovské desítky letos slaví 140 let. Jejím autorem je právě Michael Trnka, který se stal vrchním sládkem v roce 1877 a musel pivovar provést tehdejší hospodářskou krizí. Rozhodl se proto zdokonalit

právě smíchovskou desítku. Tu sice pivovar vařil od svého založení, Trnka ale dokázal pivo zjemnit, vyprecizovat jeho hořkost a především nastavit proces, díky němuž dokázali na Smíchově uvařit za jakýchkoli podmínek vždy stejně kvalitní pivo.

Staropramen světly znají dobře všichni v Praze, ale také je znám v celé republice. Není divu, vždyť je vlajkovou lodí našeho pivovaru již 140 let. Málokdo ví, že právě Smíchovský pivovar je místem, kde se na konci 19. století utvářel standard klasické české desítky. Dílo sládky Michaela Trnky se stalo vzorem pro celou kategorii a nyní přichází na trh v novém hávu a s lidovým názvem „Smíchov“.

Smíchov se nyní jako vlajková loď pivovaru objevuje v restauracích a na pultech obchodů. Etiketám lahví a plechovkám s inovovaným designem dominuje secesní logo pivovaru, silueta Pražského hradu a tradiční tmavě zelená barva. Smíchov se stal dobře prokvašeným pivem s poctivou pivní chutí, vysokou kvalitou a širokou dostupností. Navíc jde o pivo ryze české, vařené dvou-rmutovým postupem.

JAK PIVOVAR BOJUJE S PROSTOREM, KTERÝ SE VLASTNĚ NEMÁ KAM ROZRŮSTAT?

Je to fantastické a unikátní. Pivovar byl na svém prostoru koncipován na 40 tisíc věder, což je nějakých 22 tisíc hektolitřů. Už tehdy museli skvěle uvažovat, protože se z těch 22 tisíc dostali do 60. let na jeden milion. První vlašťovkou další velké modernizace byla výstavba nové varny v letech 1996–1997, první cylindrokónické tanky se instalovaly v roce 2004 a v roce 2007 jsme sem přestěhovali technologii z Braníka a modernizovali i veškeré energetické zázemí. A po celou dobu jsme mysleli na to, abychom mohli s čistým svědomím říct, že se dokážeme dostat na výstav 3 milionů hektolitřů a máme na to veškeré technologie.

Zdeněk Lux, vrchní sládek Staropramenu



JAK VYPADÁ SOUČASNÝ ČESKÝ PIVNÍ TRH?

Celková spotřeba piva jde dolů. V hospodách se ho vypije stále méně. Více piva se prodá v lahvích, plechovkách či plastu v obchodech. Lidé byli dřív zvyklí chodit víc do hospod, víc toho vypili. Dnes chtějí zkoušet. Nakonec se stejně vrátí k tomu, na co jsou zvyklí, ale chtějí zkusit něco nového, a proto dnes musíte mít širokou nabídku. Doba, kdy tu jedna značka zabírala polovinu trhu, už nebude. A na této vlně zkoušení se teď vezou minipivovary.

JAK NA TAKOVÝ VÝVOJ MŮŽE REAGOVAT VELKÝ PIVOVAR?

Musí se přizpůsobit. Proč jsme udělali Jedenáctku? Proč víc a víc ukazujeme Granát? I jako velký pivovar musíme přemýšlet, jak své pivo prodat, na druhou stranu ale máme druhý největší podíl na trhu, takže i náš potenciál dostat naše produkty k zákazníkům je větší. Nemůžeme se zastavit na tom, že Staropramen byl vždycky jenom o desítkách, to by nestačilo. Pořád je to pro nás ale pivo, na kterém musíme stavět, protože ani jedenáctka, ani Granát nemají ambici dohnat její výstav. Vždycky je to o tom, proč na to pivo jdete.

A JAK TO TEDY MÁTE VY?

Já si vybírám. Doma na zahradě mě nenapadne pít něco jiného než Braník na osvětlení. Když jdu do hospody s chlapama, dám si desítku, když tam půjdu s tátou jednou za čas, budu přemýšlet, jak si společně tu chvilku užijeme. A dáme si Granát.

SZPI

PŘEDSEDA VLÁDY JEDNAL S VEDENÍM SZPI

V minulém čísle jsme Vás informovali, že Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) bude intenzivněji spolupracovat s Policií ČR. Svůj zájem o činnost SZPI vyjádřil též předseda vlády ČR Bohuslav Sobotka, když v létě SZPI navštívil. Premiér zde v doprovodu náměstků Ministerstva zemědělství Viery Šedivé a Pavla Veselého jednal s ústředním ředitelem SZPI Martinem Klanicou. Diskusi dominovalo téma kvality a bezpečnosti potravin na trhu v ČR s důrazem na aktuální problematiku tzv. dvojí kvality potravin a možnosti jejího řešení. Bohuslav Sobotka se zajímal i o dopady nedávných novelizací zákona o potravinách a vinařského zákona do kontrolní praxe SZPI. Pan předseda vlády se zároveň podrobně seznámil se strukturou, činností a kompetencemi Potravinářské inspekce. Následně premiér s doprovodem navštívil odborné pracoviště SZPI pro analýzu vína. Tyto špičkové laboratoře provádí rozborů až 1500 vzorků vína ročně a disponují unikátním zařízením – nukleární magnetickou rezonancí, která dokáže zjistit falšování geografického a botanického původu vína. O této metodě jste se více mohli dočíst v minulém čísle našeho časopisu.

TESCO STÁHLA PŘES 3,4 TUNY VAFLÍ S NEUVEDENÝM ALERGENEM

SZPI nařídila společnosti Tesco Stores ČR a.s., aby stáhla ze všech svých poboček potra-

nu TESCO Wafers WITH COCOA FLAVOURED FILLING v balení 175 g, s označením šarže: DMT 241017, prodávající Tesco Stores ČR a.s., Vršovická 1527/68b, 100 00 Praha 10, vyrobeno v Polsku. Laboratorní rozbor SZPI v potravině prokázal přítomnost alergenu arašídů v koncentraci 253 miligramů na kilogram (mg/kg). Výrobce na obal potraviny uvedl: „Výrobek může obsahovat stopy skořápkových plodů a arašídů,“ přičemž v laboratoři naměřená hodnota je vyšší než nezáměrná křížová kontaminace při dodržení pravidel správné výrobní praxe. Konzumace potraviny s vyšší než deklarovanou přítomností alergenů může způsobit zdravotní komplikace osobě s alergií nebo intolerancí na příslušnou alergenní složku. Z došetřování vyplynulo, že prodejce uváděl do oběhu nevyhovující šarži o velikosti 36 000 ks (až 175 g, celkem 6,3 tuny), přičemž stáhnout z regálů se podařilo 19 610 ks (celkem přes 3,4 tuny). SZPI doporučuje všem spotřebitelům s alergií a intolerancí na arašídů, kteří mají uvedenou šarži potraviny doma, aby ji nekonzumovali. SZPI zahájí s prodejcem správné řízení o uložení pokuty.

VÝBĚR NEBEZPEČNÝCH POTRAVIN

SZPI zakázala téměř 10 tun sušeného ovoce z Číny obsahujícího zakázaný pesticid Carbofuran. SZPI v rámci kontrol přítomnosti pesticidů v potravinách zjistila celkem 9715 kg nevyhovujícího sušeného ovoce goji (známého též jako kustovnice čínská)

původem z Číny. U tří kontrolovaných šarží laboratorní rozbor SZPI prokázal kontaminaci pesticidy ze skupiny karbofuranů. Carbofuran je používán jako silný insekticid a pro nežádoucí účinky je v EU od roku 2008 zakázaný. Inspektoři odebrali nevyhovující vzorky v provozovně společnosti Diana Company s.r.o., Rumunská 8, 120 00 Praha 2, která je i dovozcem potraviny do ČR. Jde o následující šarže:

- **GOJI GRADE A**, sušené ovoce jednodruhé, označené DMT: 30. 3. 2019, šarže: PFT17023,
- **GOJI GRADE B**, sušené ovoce jednodruhé, označené DMT: 30. 4. 2018, šarže: NH20170301,
- **GOJI GRADE B**, sušené ovoce jednodruhé, označené DMT: 30. 3. 2019, šarže: PFT17023.

SZPI nařídila společnosti Diana Company s.r.o., aby informovala spotřebitele a zároveň zajistila stažení závadných šarží z trhu od svých odběratelů. Dále kontrolované osobě inspekce uložila, aby prováděla vlastní preventivní laboratorní rozborů u dalších vybraných šarží potraviny. Z šetření vyplynulo, že potravinu GOJI GRADE A odebralo celkem cca 150 odběratelů a GOJI GRADE B více než 10 odběratelů. Inspekce zároveň s dovozcem zahájí správné řízení o uložení pokuty. Jde o již druhé zjištění SZPI u předmetného dovozce.

Zdroj: SZPI (upraveno)

LISTOPAD

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
09-11-2017	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	09/17
20-11-2017	daň z příjmů	odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	měsíčně
24-11-2017	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	09/17
27-11-2017	spotřební daň	daňové přiznání	10/17
27-11-2017	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	10/17
27-11-2017	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	10/17
27-11-2017	DPH	souhrnné hlášení	3Q/17
27-11-2017	DPH	kontrolní hlášení	10/17
27-11-2017	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	10/17
30-11-2017	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	10/17
30-11-2017	daň z nemovitých věcí	splatnost 2. splátky daně (všichni poplatníci s daní vyšší než 5000 Kč)	08/17

daňový kalendář



ilustrační foto

DVOJÍ KVALITA POTRAVIN VADÍ I OBCHODNÍKŮM

BUDOU MUSET „VELKÉ“ ZNAČKY BOJOVAT O DŮVĚRU SPOTŘEBITELŮ?

Průzkum Ministerstva zemědělství dokázal, že v českých obchodech se prodávají potraviny s odlišným složením než v Německu či Rakousku, přestože mají stejný obal a název. Neznamená to však šmahem, že všechno zboží, které se prodává v Česku, je méně kvalitní. Z 21 produktů se shodovaly pouze tři. „Cílem testu nebylo posouzení, které výrobky jsou více či méně kvalitní. To je totiž velmi subjektivní hodnocení,“ vysvětlil Jan Pivoňka z Vysoké školy chemicko-technologické v Praze (VŠCHT), která byla výzkumem pověřena. Výsledky například ukázaly, že Nutella prodávaná v Německu je tmavší než ta v České republice. Může za to použití odlišného kakaového prášku nebo jeho jiné dávkování. Potraviny se lišily i v obsahu oleje. Příkladem jsou bramborové lupínky Lays, které v ČR obsahovaly palmový tuk, zatímco v Německu nikoli.

Časopis dTest však upozornil, že některé výrobky prodávané v Česku mohou být i kvalitnější a chutnější. V jejich testu dopadla lépe např. tuzemská majonéza Clever, která obsahuje více tuku a vaječných žloutků než stejně balená majonéza v Rakousku.

V NĚMECKU VEPŘOVÉ, V ČESKU KUŘECÍ

Největší rozdíly byly zjištěny v masných výrobcích. „Zjistili jsme, že Tulip Luncheon meat z Německa obsahuje vepřové maso, zatímco v tom českém je drůbeží separát,“ uvedl ministr zemědělství Marian Jurečka. Druhým příkladem jsou rybí prsty Iglo, které v Česku obsahují o 13 % méně masa než ty v Německu. V tomto případě je však nutno dodat, že potraviny se mírně liší svým balením. Podle Miroslava Koberny z Potravinářské komory jsou největší rozdíly v mase. „Rakouské nebo německé řetězce prodávají kvalitnější zboží, protože tamní trhy jsou přísněji regulované,“ míní Koberna.

Zarážející byl o 20 % nižší obsah aktivní látky v pracím prostředku Persil určeném pro „východní“ země ve srovnání se stejným produktem prodávaným v Německu či Rakousku. Pět výrobků mělo rozdílný objem ve stejně velkém obalu – zejména v Německu a Rakousku bylo ve stejném balení větší množství výrobku.

CO NA TO VÝROBCI?

„Postižení“ výrobci se samozřejmě nařčení, že pro východní Evropu dodávají méně kvalitní zboží, brání. Jejich argumenty jsou různé. „Existují regiony, ve kterých spotřebitelé perou při nižších teplotách, též se liší složení skvrn, kvůli kterým je jiné složení,“ uvedla mluvčí firmy Henkel Zuzana Ozanová. „Pro posouzení účinnosti pracího prášku je důležité vzít v úvahu celé jeho složení,“ odmítá výsledek testu. „Používáme různé recepty pro různé produkty po celém světě a konkrétní recepty jsou vyvíjeny v souladu s požadavky trhu preferencí. Cena není jediným kritériem,“ uvedl Michael Ravn z dánské společnosti Tulip. Šéf Tulip Food Company (Dánsko) Flemming Enevoldsen uvedl pro server irozhlas.cz: „Produkty, které ve srovnání uvádíte, jsou odlišné. Vypadají jen podobně. Německá ‚Frühstücksfleisch‘ je úplně jiná receptura než český lančmít. Německý výrobek se skládá pouze z vepřového masa, zatímco české obědové maso – jak je uvedeno ve složení – je směs vepřového a kuřecího masa. Konzervované masné výrobky Tulip přicházejí s recepturami s přihlédnutím k různým preferencím ohledně chuti, požadavků trhu a cen.“

Tasmina Hoque ze společnosti Nomad Food, která vyrábí rybí prsty Iglo, pro irozhlas.cz uvedla: „Vždy jsme v Česku prodávali stejné rybí prsty, jako prodáváme na trzích ve Velké Británii a v Portugalsku. Přizpůsobujeme naše produkty tak, abychom co nejlépe splnili potřeby a preference našich zákazníků.“

STEJNÝ OBAL BY MĚL NABÍZET STEJNÝ OBSAH

Českým potravinám by pomohl zdravý, lokální patriotismus zákazníků. Zákazník se stále více zajímá o potraviny, které konzumuje, jejich složení, bezpečnost, původ a kvalitu. Září bylo Měsícem biopotravin, které jsou synonymem kvality. Je určité namístě dozvědět se k tomuto tématu názor ministra zemědělství Mariana Jurečky, který má rozvoj a kultivaci českého potravinářského trhu tak říkajíc v popisu práce.

Konzumace biopotravin sice v České republice stoupá, ale stále tvoří necelé procento celkové spotřeby potravin u nás. Jakého podílu bychom mohli – a měli dosáhnout?

Máme-li v České republice zhruba 12 % ekologicky obhospodařovaných ploch, bylo by dobré dostat se během čtyř až pěti let alespoň na poloviční hodnotu, tedy na 6% podíl biopotravin, které jsou uváděny na trh. Vzorovou zemí je Rakousko, kde je podíl biopotravin přes 10 %. K této hodnotě bychom se mohli v budoucnu přiblížit.

V České republice se většina biopotravin prodá v prodejnách supermarketů, hypermarketů a drogerií, což klade na dodavatele velké nároky na balení, objem dodávek i distribuci. Jak může v tomto směru malým tuzemským producentům biopotravin ministerstvo pomoci?

Můžeme pomoci především ve dvou rovinách. První směr je, aby prvovýrobci byli ve větší míře také výrobci finálního produktu a měli pro jeho výrobu vhodné vybavení. Tento směr podporujeme v Programu rozvoje venkova. Ekologičtí zemědělci jsou zvýhodněni, pokud žádají o technologie na zpracování, jako jsou drtičky, baličky nebo sušičky. Počet výrobců, kteří jsou zároveň i zpracovateli, roste, to je pozitivní. A toto hodláme podporovat i nadále.

Druhou rovinou, kterou můžeme pomoci, je edukace, propagace, pozitivní marke-

ting, vysvětlování přínosu biovýrobků pro spotřebitele. V příštích měsících proto spustíme na podporu biopotravin kampaň v hodnotě 30 milionů korun. Edukace a vzdělávání je úloha nevládních organizací, v tomto případě Svazu Pro-Bio, které od nás dlouhodobě získávají podporu formou grantů.

Chystají se nová evropská pravidla pro biopotraviny, která mají zjednodušit podmínky pro registraci a kontrolu a zvýšit počet farmářů, výrobců a obchodníků, kteří v tomto odvětví podnikají. Jak se k pravidlům staví Česká republika?

Já mám vůči navrhované legislativě na-prosto zásadní výhrady. Když se bavíme s těmi, kteří pracují v oboru, ať už jsou to zemědělci, nebo zpracovatelé, nevidí na chystané legislativě žádná pozitiva. Tato legislativa bohužel přinese velké znejištění zákazníka, především pokud jde o kontaminaci produktu rezidui pesticidů. Legislativa totiž říká, že pokud se neprokáže původ kontaminace, bude moci být i biopotravina, u které se najdou rezidua pesticidů, prodávána nadále jako biopotravina, a ten, kdo ji uvedl na trh, nebude sankcionován.

Když se podíváme na dosavadní praxi, vidíme, že zhruba 80 % chybovosti biopotravin je právě z důvodu nálezu rezidui pesticidů a zhruba u 90 % těchto nálezů se nikdy nepodařilo prokázat původ kontaminace. My tak znejistíme zákazníka, který měl dosud garanci, že dostává biopotravinu, ve které nejsou rezidua pesticidů. Je to přísné, ale jak zemědělci, tak zpracovatelé už jsou tomuto požadavku přizpůsobení. Toto rozvolňování podle mě nepřinese nic pozitivního.

A jak se k tomu staví ostatní členské státy EU?

Šest nebo sedm států nás v našem názoru podporovalo. Bohužel se nepodařilo přesvědčit velké státy. Mrzí mě, že i Německo tuto novou legislativu podpořilo. Sami přitom mají nad rámec unijní legislativy své interní normy, které zpřísňují stávající evropskou legislativu, a marketingově to využívají.

Navrhovaná legislativa nyní půjde ke schválení do Evropského parlamentu, kde ještě může doznat změn. Ale já ji nevidím jako krok dobrým směrem. Bude komplikovat život i firmám, které naku-

pují biosuroviny z jiných států EU, které legislativu změkčí, budou si muset ještě lépe kontrolovat, jaké suroviny do České republiky dovážejí. My budeme trvat na systému, který nyní máme. Na jednu stranu je přísný, na druhou stranu má vysokou důvěru spotřebitele.

VÍCE NEŽ POLOVINU SÝRŮ A MÁSLA DO ČESKA DOVÁŽÍME. JE TO TRAGÉDIE, ŘÍKÁ ŠÉF POTRAVINÁŘŮ

Češi jedí více než polovinu sýrů, tvarohů a másl z dovozu. Prezident Potravinářské komory České republiky Miroslav Toman to řekl na českobudějovickém agrosalonu Země živitelka a označil to za tragický fakt. Klesá i potravinová soběstačnost České republiky u vepřového masa a mrkve.

Mlékárenský dovoz do ČR činil loni 45,6 %, což je podle Tomana naprosto nezdravý průměr. „Pokud se nechceme srovnávat se Slovenskem, kde je to 60 %. Za standard je považováno do třetiny, jak je to v západoevropských státech. Tragický je fakt, že z dovozu konzumujeme 51 % sýrů a tvarohů a 52,8 % másla. O výrazné roli řetězců, které k tomu přispívají, není třeba mluvit,“ řekl Toman na semináři o perspektivách českého potravinářství.

NOVÁ ZNAČKA PRO KVALITNÍ POTRAVINY. CECHOVNÍ NORMY SI BEROU PŘÍKLAD Z RAKOUSKA

Prvních osm firem převezme certifikát potvrzující, že jejich potraviny jsou vyráběny podle českých cechovních norem. „Budou si moci dát na výrobek logo či slovní označení,“ říká prezident Potravinářské komory ČR Miroslav Toman. Pro získání certifikátu je nutné, aby firma vyráběla potraviny podle stanoveného technologického postupu. Systém ideově vychází z bývalých československých státních norem a současných českých technických norem. Potraviny vyrobené podle nich by měly mít nadstandardní charakteristiky proti srovnatelným výrobkům na trhu. Cechovní normy potravinářská komora zavádí podle vzoru Rakouska, kde se vztahují na 30 tisíc produktů. V Česku komora projekt připravovala dva roky. Jednotlivé normy se týkají například několika druhů sýrů, párků, mléka či bramboráku. ■

Zdroj: Retail News

REAKCE ČTENÁŘŮ

Dovoluji si reagovat na článek „Karty nebereme...“ z časopisu OBCHODNÍKŮV RÁDCE č. 04/2017.

My coby malý obchod s prodejní plochou pouze 21 m² jsme řadu let odolávali dotazům zákazníků: „Můžu platit kartou?“ Obávali jsme se příliš velké srážky z obratu bankou. Začínali jsme s částkou kolem 10 000 Kč měsíčně a hrozilo, že smluvní výši ani nenaplníme. Zákazníci si však u nás velice rychle zvykli na tento způsob bezhotovostní platby. Po více než jednom a půl roku se pohybujeme kolem 50 000 Kč a výše plateb stále stoupá. Během té doby jsme však změnili poskytovatele této služby: dnes, díky ProVektoru, máme velice solidní podmínky, které nám zajistily srážku u ČSOB jen 0,94 %, což není nijak zatěžující.

Všem drobným obchodníkům tedy můžeme platební karty vřele doporučit, neboť jsou dalším závažíčkem na váze proti řetězcům.

Za Koloniál JIFI Pavel a Alena Filipovi

Dobrý den, reaguji na váš článek v časopise Obchodníkům Rádce v rubrice Očima zákazníka. Jsem drobný živnostník na malé vesnici, kde je asi 650 obyvatel, a podnikám tu již 25 let. Mám zde obchod s potravinami a doplňkovým zbožím. Je pravda, že se mě zákazníci ptali, zda mohou platit platební kartou, ale bohužel karty nebereme. Platební terminály sice některé firmy nabízejí za slušný pronájem, ale to není vše, jsou tu další poplatky za platby, které si účtuje např. banka. A když si to živnostník na malé vesnici propočte, tak ještě dotuje ze svého. Tak si myslím, že na vesnici se do toho nikdo nehrne. Nadnárodní společnosti si s bankou vyjednávají slušné podmínky, ale drobný živnostník není pro banku zajímavý. Pokud živnostník bere hotovost a platí v hotovosti další zboží, tak by to taky nebylo moc výhodné.

Mějte se krásně.

*Jana Bečanová, Koloniál,
Jindřichovice pod Smrkem.*

KDYŽ SE ŘEKNE PRAVÝ ČAJ

Slovo čaj nabývá v různých zemích a kulturách rozmanitých významů. Čaj (z čínského čcha) je kulturní nápoj připravovaný luhováním lístků rostliny čajovníku v horké vodě. Na rozdíl od jiných jazyků má ten náš, čeština, jeden výraz „čaj“ pro různé nápoje. Podle složení směsi rozeznáváme čaje pravé, ovocné a bylinné. Čaj se zabydlel přibližně v 93 % českých domácností a spotřeba čaje u nás činí průměrně 500 šálků ročně.

PRAVÝ ČAJ

Jako pravý čaj lze označit pouze nápoj vyrobený z různých částí stonků rostliny *Camellia sinensis* (čajovník čínský) přelítím horkou vodou. Jde údajně o druhý nejrozšířenější nápoj na světě; původně byl čínským léčivým nápojem. První lidé, kteří prý ochutnali nápoj z čajových lístků, žili ve staré Číně před asi 5000 lety, ovšem nejnovější archeologické nálezy potvrzují, že lidé znali tuto rostlinu již před 10 000 lety. V 8. století našeho letopočtu se čaj z Číny vyvážel do Japonska a Mongolska a stal se součástí zvyků v Tibetu, Rusku a arabských zemích. Do Evropy se dostal kolem roku 1600 a rozšířil se zejména mezi příslušníky aristokracie. V 19. století byly zakládány čajové plantáže v tehdejším britském impériu v Assámu, Nilgiri, Darjeelingu a dalších indických provinciích. Místo zašlých rostlin kávovníku se na Cejlonu vysázely sazenice čajovníku. Další významné plantáže byly založeny v Íránu, Malajsii, Rusku, Africe, Indočíně, Turecku, Jižní Americe (Argentina, Peru, Brazílie) a Austrálii.

Zda bude čaj zelený, černý, nebo polofermentovaný (oolong), to závisí na jeho úpravě fermentací. Pravé čaje mohou být dále upraveny například přidáním ochucu-

jící složky (pak jde o čaje ochucené) nebo aromatu (aromatizované čaje).

JAK SE ČAJOVNÍK PĚSTUJE?

Čajovník je stálezelený keř rostoucí v tropických a subtropických oblastech světa. Daří se mu ve velkých nadmořských výškách, některé odrůdy ale tolerují i přímořské klima. Existují dvě varianty čajovníku: *Camellia sinensis* var. *sinensis* a *Camellia sinensis* var. *assamica*. Varianta *sinensis* má menší listy a slouží produkci čínských a japonských čajů, z indických pak Darjeelingu. Varianta *assamica*, s většími listy, se používá na výrobu Pu-erh čaje a většiny indických čajů (např. Assam). Čajovník sice roste do výšky až 15 m, ale pro účely pěstování na plantážích se udržují keře nízké. Sklízí se pouze horní části větví, tak zvané fleše (angl. flushes). Podle druhu sklizených fleší se čaje rozdělují na různé kvality. Nová fleš vyroste každých 7–15 dní. Čím má fleš pomalejší růst a vývoj, tím poskytuje kvalitnější, jemnější chuť nápoje.

JAK SE ČAJ VYRÁBÍ?

Kvalita a sezona sklizně má významný vliv na konečnou kvalitu čaje. Čajové pupeny a lístky se sklízí ručně. Podle ranosti a počtu sklizených lístků z fleší se rozlišují jednotlivé typy sklizní. Například vysoce kvalitní zelené a bílé čaje se skládají z pouhých pupenů, hodnotné čaje se získají sklizní pupenu se dvěma rozvinutými listy. Po sklizni se listy nechají deset a více hodin zavadnout – pak jsou vláčné a mohou se rolovat. Probíhá v nich proces enzymatické oxidace, což je rozklad chlorofylu (zeleného listového barviva) za přispění enzymů. Rolováním listy uvolňují šťávu, která pak

umožňuje příznivý proces fermentace, reakce příbuzné například hnědnutí jablka po rozříznutí. Na dobré fermentaci závisí dobrá chuť, aroma a také barva hotového nápoje. Listy tmavnou a dále usychají vlivem řízeného sušení, teplota také ukončuje oxidaci. Suší se horkým vzduchem na vlhkost pod 5 %, případně se sušení opakuje, aby čaj neplesnivěl při skladování. Sušení má opět vliv na výslednou chuť a aroma. Čaje se nesmí přehřát, aby nebyly spálené nebo neměly karamelovou vůni. Po sušení může následovat pražení, a to zejména u polofermentovaných oolongů. Čaj upražený na sto procent dává kávovitý, cikorkovitý nálev. Suchý čaj se dále prosévá a třídí podle velikosti částic listů.

RŮZNÉ ZPŮSOBY ROZDĚLENÍ PRAVÝCH ČAJŮ

Základní způsob dělení je dle původu. Čaje jsou čínské, indické, cejlonské, z Formosy (Tchaj-wan), japonské a další. Dále se pak čaje dělí dle pěstitelských oblastí v jednotlivých zemích a podle způsobu výroby. Podle velikosti listu se rozlišují čaje celolistové (Whole leaf), zlomkové (Broken), drťovité, práškovité (Fannings, Dust), CTC čaje a čaje lisované a umělecky formované. Jednotlivé čaje se pak odlišují ve své kvalitě a jejich označení se řídí počtem sbíraných lístků, sezonností sklizně a zpracováním.

ROZDĚLENÍ ČAJE PODLE STUPNĚ FERMENTACE

- **Zelené čaje** jsou prakticky nefermentované: po sklizni se teplem inaktivují fermentační enzymy. Listy se buď vystaví působení horké páry (japonský způsob), nebo přímému žáru prehrabáváním



v kovovém kotli (čínský způsob). Čaj se pak svinuje, tvaruje, suší a třídí.

- **Bílé čaje** jsou buď lehce fermentované, nebo nefermentované, složené z pupenů nebo pupenů a prvních lístků z raných sklizní.
- **Modrozelené čaje** nebo také oolongy jsou částečně fermentované.
- **Žluté čaje** jsou speciálně fermentované.
- **Černé čaje** jsou plně fermentované.
- Tak zvané **post-fermentované čaje** jsou tmavé typu Pu-erh (kdysi se jim v Číně říkalo „čaj císařů“), na jejichž fermentaci se dodatečně podílejí bakterie.

AROMATIZOVANÉ ČAJE

Aromatizované čaje jsou populární posledních asi 20 let. Jde o pravé čaje s přidavkem aromatických nebo přírodních aromatických látek. Nejznámějším je Earl Grey s přidavkem bergamotové silice, jež pochází z pomerančových květů. Základem pro Earl Grey jsou různě kvalitní China Orange Pekoe, Darjeelingy, cejlonské čaje, Sencha čaje, kvalitní cejlonské High Grown či plně fermentované čaje z provincie Yunnan.

KDE SE BERE VŮNĚ A CHUŤ ČAJE

Do nedávné doby bylo v čajích objeveno nejméně 600 látek, které jsou odpovědné za vůni, a dalších asi 200 složek, které ovlivňují chuť. V suché hmotě i v nápojích můžeme najít několik skupin vůní, například zelené listovité vůně, květinové vůně, ovocné, zeleninové, kořeněné vůně, vůně vzácných dřev, oříškové a mandlové vůně, kávové, kávovité a karamelové vůně a různé další přírodní vůně a pachy včetně těch

nežádoucích. Slavná vůně čaje je založena na muskatelovém aromatu, což je vůně muškátových hroznů – jemný pikantní nádech, který se prý nedá zapomenout a je přirovnáván k vůni rozkvetlých keřů černého rybízu.

JAK POZNÁME KVALITNÍ PRAVÝ ČAJ?

Čaj vybíráme podle své vlastní chuti a zvyklostí. Pokud hledáme jemné, lehké a aromatické čaje, sáhneme po celolistových. Hutné a silné čaje budou spíše z těch zlomkových, drťovitých (Fannings) nebo prachovitých (Dust). U nakupovaného čaje hledíme na vzhled, velikost částic, přítomnost cizích pachů a vůni. Jakákoliv odchylka bude znamenat zhoršení chuti a vůně. Hmota čaje by měla mít částice stejné velikosti a nesmí obsahovat větvičky, kaménky, zeminu, písek či části jiných rostlin (listy, květy, semena). Čajové lístky můžeme rozzvíkat, abychom zjistili několik málo vonných látek. Zpravidla platí, že vyšší obsah pupenů značí velmi kvalitní čaj. Mezi žádoucí vůně lze zařadit ty po seně, sladkou, bylinnou vůni, po zelených nebo zralých mandlích, oříšcích, exotickém dřevu, sladce kořenovou vůni. Za nežádoucí považujeme čpavkovou, zemitou, mechovitou, plesnivou, připálenou, trpkou a kyselou vůni.

PŘÍPRAVA PRAVÉHO ČAJE

Obecně se čajová hmota zalévá vroucí vodou, tedy o teplotě nějakých 99 až 100 °C. Toto platí u sypaných černých čajů, Pu-erhu a oolongů. Zelené a bílé čaje a některé oolongy často vyžadují nižší teplotu (asi 80 °C). Na druhou stranu když jsme hovořili s nákupčími čajů z Cejlonu, svorně doporučovali používat teplotu kolem bodu varu

pro všechny čaje. Vroucí voda „vytáhne“ z čaje celou škálu vonných látek, které čajovému degustátorovi řeknou v krátkosti něco o kvalitě, vůni a chuti čaje. Na jeden šálek (200 až 250 ml) se používá jedna čajová lžička sypaného čaje, tj. 1,5 až 2,5 g.

Silné čaje jako Assam se používají ve větším množství, Darjeeling je naproti tomu jemnější typ s menším množstvím na přípravu. Kvalita a síla chuti se odvíjí spíše od množství použitého čaje než od doby vyluhování. Ta se u zelených čajů pohybuje kolem 1 až 3 minut, u černých čajů okolo 5 minut a kolem 7 minut u čajů bílých.

Černé čaje je třeba zalít vroucí vodou, tj. zaléváme, když voda intenzivně bublá. Použijeme-li vodu o nízké teplotě, nápoj není dobrý; jde o nejčastější chybu. Čajovou konvici je třeba předem vypařit horkou vodou. Do konvice pak ihned vsypeme odvážené množství čaje. Zalijeme připravenou vroucí vodou, zamícháme dlouhou lžičkou, přikryjeme víčkem a louhujeme předepsanou dobu. Čaj přeléváme přes nylonové sítko a snažíme se nepoužívat kovové nádoby a nástroje.

U zelených čajů nižší teplota vody (kolem 85 °C) působí, že nápoj bude jemnější chuti – horká voda strhne hořké látky. Hořké zelené čaje se pijí v severní Africe a Střední Asii, jemnější na Západě a Blízkém východě. V Maroku se zelený čaj vaří ve vodě asi 15 minut. Doporučuje se nádobu (konvici) předem vypařit.

Oolongy (modrozelené čaje) se zalévají vodou o teplotě 80 až 100 °C a louhují se 2 až 3 minuty. Kvalitní oolongy se mohou zalévat několikrát, dokonce až pětkrát.

U některých silných oolongů se první nálev vylévá a pije se až druhý.

Bílé čaje se zpracovávají z nerozvinutých lístků a mají velmi jemnou chuť. Bílé se nazývají pro stříbřitě bílé trichomy na pupenech. Zalévají se vodou o teplotě 65 až 70 °C a louhují se 1 až 2 minuty. Jednorázové luhování se provádí u velmi kvalitních celolistových čajů (Darjeeling, Formosa oolong, Keemun, Seču-án). Čaj se zalije vodou o požadované teplotě v konvici nebo rovnou v šálku, přirozeně klesající teplota vody pak luhování zastavuje.

Opakované zalití pro vícenásobné luhování je vhodné pro některé zelené a bílé čaje a některé oolongy, ale například i pro vysoce kvalitní čaje typu Darjeeling. Dávka čaje se opakovaně zalije stejným množstvím vody a vyluhovací čas se mírně prodlužuje.

U běžných listových čajů se polovina kofeinu uvolní za 40 sekund a po 3 až 3,5 minuty se do roztoku vyluhuje prakticky veškerý kofein (až na 10 až 5 % pevně vázaného kofeinu, který lze extrahovat pouze půlhodinovým varem). Prvních 30 až 45 sekund po zalití se u běžných černých indických, čínských a cejlonských čajů uvolňují volněji vázané aromatické látky, unášené vodní parou. Při tom lze odhalit některé vady čaje jako rybinu, zatuchlinu, plísň. V dalším stadiu jsou těkavé látky odstraněny a ještě není rozvinuto aroma. Pak nastává krátká doba rozvinutí ušlechtilého aromatu – tato doba bývá krátká a měli bychom v ní vyluhování přerušit. U některých typů čajů nastává ještě čtvrtá fáze rozvinutí aromatu, ale za cenu drsnější chuti a svíravosti.

SLADÍ SE PRAVÉ ČAJE?

Pro vychutnání všech vůní a chutí se nedoporučuje pravé čaje sladit, nicméně v historii pití čaje se cukr objevuje. Dochovaly se záznamy o tom, že Číňané pili čaj přes kousek cukru v ústech. Čaj také solili. Obecně by nemělo být cukru mnoho, může však působit jako moderátor chuti a podloží vůně a chuti. Vhodnější je třtinový cukr, který má velmi slabou vůni a nemá jinou, vedlejší chuť. Kostkový cukr je méně vhodný, jelikož může obsahovat minerální látky v souvislosti s technologií výroby. Speciální velké krystaly na slazení čaje se pomalu rozpouštějí, ale zase neruší. Intenzivní aroma medu může poškodit některé harmonické tóny v nápoji, med však lze použít ke slazení čajů s vlastním medovitým aromatem (Assam, Yunnan, Keňa, některé cejlonské čaje). Fruktóza je sladivější než sacharóza a blíží se svým složením štá-

vám z ovoce. Umělá sladidla nejsou vhodná, jelikož zatemňují chuťové buňky a neumožní vnímat chuť a vůni samotného čaje.

DALŠÍ PŘÍSADY

Ve střední Evropě se často pije černý čaj i jiné druhy čaje s citronem. Hodí se to však pouze v době nachlazení nebo pro žádoucí změnu chuti nápoje. Nápoj je okyselený natolik, že se potlačí přirozená chuť čaje. Vhodnější je přidat plátek pomeranče (Srí Lanka) nebo citronovou kůru.



ZAŘAZENÍ PRAVÝCH ČAJŮ V PITNÉM REŽIMU

Vzhledem k obsahu kofeinu je třeba varovat, že pravé čaje nejsou vhodné k dlouhodobému pití pro děti, osoby se zvýšeným krevním tlakem a srdečními problémy, pro těhotné ženy, pro osoby s vyšší dráždivostí žaludeční sliznice, případně pokud jsou kofeinové nápoje kontraindikovány při užívání některých léků. Výjimkou pro doporučenou konzumaci pravých čajů jsou například střevní potíže (průjmy) způsobené špatným stravováním nebo lehká a krátká střevní viróza u dětí a těhotných žen. Tehdy lze podávat po lžičkách silný černý čaj po dobu jednoho dne a zařadit dietu. Pokud se po jednom až dvou dnech stav nezlepší, je třeba vyhledat lékaře. Pravé čaje je zvykem ve střední Evropě pít po ránu i dopoledne, případně při společenském setkání navečer v čajovnách. Zde musíme upozornit na skutečnost, že pokud budete pít silné pravé čaje večer, bude to mít vliv na vaše usínání. Obecně se černé a zelené čaje nedoporučuje pít po 20. hodině.

ZVLÁŠTNÍ TYPY A PŘÍPRAVY ČAJŮ

Mezi zvláštní způsoby přípravy čaje řadíme čaj luhovaný přímo v mléce. Vznikl pravdě-

podobně v Íránu. Větší množství čaje typu Fannings nebo Dust se rozmíchá v mléce a přivede se k varu, vaří se asi 30 sekund, pak se scedí přes sítko a nalije do konvíček. V Indii se nápoj nazývá Masala a přidává se do něj různé koření (skořice, badyán, pepř, zázvor, kardamom, chilli). Čaj se hodně sladí a pije se z malých šálků.

Ovoněné čaje jsou čaje, které absorbovaly vůně jiných druhů rostlin – jejich květů, plodů, semen, kořenů, kůry či oddenků. Stačí však pouhá špetka ovoněného čaje, kterou přidáme do pravého čistého čaje, a poskytne nám to pravé potěšení. Pravý čaj se smíchá s květy (levandule, katalpy), sušenými plody (švestky, meruňky, rozinky, jablka), kůrou (pomeranč, citron, grapefruit, mandarinka) či kořením (vanilka, skořice, hřebíček). K ovonění se hodí čaje typu Assam, Yunnan i třeba Darjeeling. Vůně má být pouze stopová.

Velmi zvláštním druhem je černý čaj typu Dust ze Srí Lanky s listem tabáku, který se přidá k luhování. Tabáku nesmí být moc, asi 0,3 g, aby nedošlo k předávkování nikotinem. Tento nápoj se popíjí zchlazený a oslazený, aby rozptýlil vřední starosti.

Jediný šlehaný čaj, který se dochoval, je Matcha z japonské čajové ceremonie. Jinak lze našlehat velmi jemné částice jakéhokoliv kvalitního čínského čaje (Long Jing, Shi Feng), dobrý je Dong Ding, Bao Zhong, čínské a tchajwanské oolongy, japonské zelené čaje. Vyhýbáme se čajům dávajícím drsné dřevité tóny. Pozor, čaje jsou dost hořké, snížíme proto dávkování na asi 1,5–2 g na šálek. Oolongy zaléváme téměř vroucí vodou, zelené čaje vodou o teplotě 70 °C. Šlehání provádíme originálním nástrojem (chasen) nebo malým mixérem, lze použít i přístroj na přípravu espressa nebo horké čokolády. Po zalití chvíli počkáme, až čaj nabobtná, a vyšleháme jej.

ÚČINKY NA ZDRAVÍ

Na základě vědeckých studií se předpokládá, že zelené čaje hrají významnou roli v prevenci nádorových onemocnění souvisejících s obezitou (rakovina tlustého střeva a konečníku, rakovina jater) a dalších typů nádorů. Zelené a černé čaje se používají jako prevence kardiovaskulárních chorob. Kvůli obsahu kofeinu a jeho účinkům je třeba pravé čaje konzumovat v rozumné míře a jejich spotřebu by si obzvlášť měly ohlídat skupiny konzumentů, pro které je kofein rizikový. ■

Zdroje: AG FOODS Group a.s. (upraveno)

Biogena®

Majestic Tea® Special Edition



Ryze česká společnost
Biogena CB spol. s r. o. zabývající
se výrobou kvalitních čajů přichází
s **exkluzivní novinkou**, která může
být v prodeji právě u vás. Dokonalá
kombinace chutí a vůní hřebíčku,
skořice a pomeranče dokreslí vánoční
atmosféru.



Čaje Biogena jsou v krásných obalech, které získaly mnoho ocenění.
Dárková maxi kolekce čajů je krásným vánočním dárkem, který nejen potěší, ale i zahřeje.



Valašské HODY



JELITOVÝ PREJT S POHANKOU

Tradiční a přitom nevšední. Pohanka je tradiční česká plodina s pestrým využitím. Krásno ctí tradiční plodiny, proto najdete mezi širokou nabídkou lahodných uzenin také Jelitový prejt s pohankou. Mlýn, který do Krásna dodává pohanku ji loupe již od roku 1861 mechanickým způsobem, při němž nejsou znehodnocovány vitamíny. Spojení prospěšné pohanky s výbornou zabijačkovou lahůdkou je opravdu nevšední kombinace. Výrobek je bez lepků.



www.krasno.cz

NE NAHRAZOVÁNÍ PŮVODNÍCH SUROVIN

Díky jednoznačnému NE náhražkám je Budweiser Budvar jedním z mála českých piv, které používá stejné ingredience už více než 120 let. Jen tak totiž mohla být zachována jeho kvalita a nenapodobitelná chuť.



**Budweiser
Budvar**

NE Z NÁS DĚLÁ TO, ČÍM JSME



poplatek
pod 1 %*



ProVektor, spol. s r.o. | www.aliance-javor.cz | zelená linka 800 900 722

PLATEBNÍ TERMINÁLY ZA MIMOŘÁDNĚ VÝHODNÝCH PODMÍNEK

Nemáte ještě platební terminál nebo ho provozujete příliš drahο?

- ✓ Obchodní aliance JAVOR nabízí čtenářům časopisu Obchodníkův rádce platební terminál s poplatkem nižším než 1 %, aniž by se museli stát řádnými členy aliance! Volejte **605 208 885** 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.



JAVOR

ODKOLEK

OD ROKU 1850



NOVÉ ZÁVINY

TRADIČNÍ NÁPLNĚ

KVALITNÍ SUROVINY

VYSOKÝ PODÍL
NÁPLNĚ
50%

NEJOBLÍBENĚJŠÍ TARIFY

JAVOR 1*

potřebuji, aby se mi lidé dovolali, volám málo, nepotřebuji internet, chci minimální měsíční paušál

30 / 20

–

1,– / 1,21

1,40 / 1,70

1,– / 1,21

– / –

29 Kč / 35 Kč

JAVOR 1 + 1,5 GB

potřebuji, aby se mi lidé vždy dovolali, ale sám volám málo, internet v mobilu používám často, a proto potřebuji dostatečný datový limit

30 / 20

1,5 GB

1,– / 1,21

1,40 / 1,70

1,– / 1,21

42 / 5,75

118,99 Kč / 143,89 Kč

JAVOR 4*

hodně volám a posílám SMS, jsem pořád na internetu (facebook, videa, fotky), sdílím připojení s dalším zařízením

∞ / ∞

7 GB

∞

∞

∞

42 / 5,75

495 Kč / 599 Kč

* Ke všem hlasovým tarifům JAVOR 1 až JAVOR 4 je možno výhodně přibjednat datový balíček 150 MB, 1,5 GB, 10 GB nebo 30 GB. Příklady všech kombinací viz níže.

VOLÁNÍ + DATOVÁ ZVÝHODNĚNÍ

NÁZEV TARIFU	JAVOR 1	JAVOR 1 + 150 MB	JAVOR 1 + 1,5 GB	JAVOR 1 + 10 GB	JAVOR 1 + 30 GB	JAVOR 2	JAVOR 2 + 150 MB	JAVOR 2 + 1,5 GB	JAVOR 2 + 10 GB
volné minuty / SMS	30 / 20	30 / 20	30 / 20	30 / 20	30 / 20	50 / 50	50 / 50	50 / 50	50 / 50
měsíční datový limit	—	150 MB	1,5 GB	10 GB	30 GB	—	150 MB	1,5 GB	10 GB
minuta volání do sítě T-Mobile (v Kč bez / vč. DPH)	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21
minuta volání do ostatních sítí (v Kč bez / vč. DPH)	1,40 / 1,70	1,40 / 1,70	1,40 / 1,70	1,40 / 1,70	1,40 / 1,70	1,20 / 1,45	1,20 / 1,45	1,20 / 1,45	1,20 / 1,45
SMS (v Kč bez / vč. DPH)	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21	1,– / 1,21
maximální rychlost internetu (down / up v Mbit/s)	– / –	42 / 5,75	42 / 5,75	až 225 / 50	až 225 / 50	– / –	42 / 5,75	42 / 5,75	až 225 / 50
měsíční paušál (bez / vč. 21% DPH)	29 Kč 35 Kč	78,99 Kč 95,49 Kč	118,99 Kč 143,89 Kč	279 Kč 337,50 Kč	380 Kč 459,71 Kč	99 Kč 120 Kč	148,99 Kč 180,49 Kč	188,99 Kč 228,89 Kč	349 Kč 422,50 Kč

NÁZEV TARIFU	JAVOR 2 + 30 GB	JAVOR 3	JAVOR 3 + 1,5 GB	JAVOR 3 + 10 GB	JAVOR 3 + 30 GB	JAVOR 4	JAVOR 4 + 1,5 GB	JAVOR 4 + 10 GB	JAVOR 4 + 30 GB
volné minuty / SMS	50 / 50	∞ / ∞	∞ / ∞	∞ / ∞	∞ / ∞	∞ / ∞	∞ / ∞	∞ / ∞	∞ / ∞
měsíční datový limit	30 GB	1,5 GB	3 GB	11,5 GB	31,5 GB	7 GB	8,5 GB	17 GB	37 GB
minuta volání do sítě T-Mobile (v Kč bez / vč. DPH)	1,– / 1,21	0	0	0	0	0	0	0	0
minuta volání do ostatních sítí (v Kč bez / vč. DPH)	1,20 / 1,45	0	0	0	0	0	0	0	0
SMS (v Kč bez / vč. DPH)	1,– / 1,21	0	0	0	0	0	0	0	0
maximální rychlost internetu (down / up v Mbit/s)	až 225 / 50	42 / 5,75	42 / 5,75	až 225 / 50	až 225 / 50	42 / 5,75	42 / 5,75	až 225 / 50	až 225 / 50
měsíční paušál (bez / vč. 21% DPH)	450 Kč 544,71 Kč	396 Kč 479 Kč	485,99 Kč 587,89 Kč	646 Kč 781,50 Kč	747 Kč 903,71 Kč	495 Kč 599 Kč	584,99 Kč 707,89 Kč	745 Kč 901,50 Kč	846 Kč 1 023,71 Kč

Všechna telefonní čísla si v rámci sítě JAVOR MOBIL mezi sebou volají zcela zdarma a tyto provolané minuty nejsou odečítány z volných minut zvoleného tarifu. Pro kompletní detailní nabídku všech tarifů a služeb se obraťte na naši informační linku 735 764 973. Technicky zajišťuje T-Mobile ČR.



JAVOR MOBIL

DATOVÉ TARIFY

NÁZEV TARIFU	150 MB	1,5 GB	10 GB	30 GB
měsíční datový limit	150 MB	1,5 GB	10 GB	30 GB
maximální rychlost internetu (down / up v Mbit/s)	42 / 5,75	42 / 5,75	až 225 / 50	až 225 / 50
měsíční paušál (bez / vč. 21% DPH)	49,99 Kč 60,49 Kč	59,99 Kč 108,99 Kč	250 Kč 302,50 Kč	351 Kč 424,71 Kč

Všechny datové tarify lze pořídit i bez volání pro použití v notebooku, tabletu, EET apod.

PEVNÝ INTERNET ADSL/VDSL BEZ LIMITU**

NÁZEV TARIFU	ADSL Standard	ADSL Premium	VDSL Standard	VDSL Premium
maximální rychlost internetu (downstream v kbit/s)	8 192	16 384	20 480	51 200
maximální rychlost internetu (upstream v kbit/s)	512	768	2 048	5 120
měsíční paušál (bez / vč. 21% DPH)	378,62 Kč 458,13 Kč	462,23 Kč 559,30 Kč	378,62 Kč 458,13 Kč	462,23 Kč 559,30 Kč

** Pokud uvažujete o variantě pevného internetu spolu s pevnou telefonní linkou, cena bude ještě výhodnější.
Pro více informací o cenách volejte 735 764 973.

ROAMING V ZÓNĚ 1 (EU)

TARIF	JAVOR 2	JAVOR 3	JAVOR 4	JAVOR 3 + MI 10 GB	JAVOR 4 + MI 30 GB
volání (Kč bez/vč. DPH za minutu)	1,20 / 1,45	0	0	0	0
SMS (Kč bez / s DPH za minutu)	1 / 1,21	0	0	0	0
datový limit platný pro využití v roamingu	—	1,5 GB	5 GB	6,5 GB	8,5 GB
cena po překročení datového limitu za 1 kB (Kč bez / s DPH) ***	0,05 / 0,06	0,05 / 0,06	0,05 / 0,06	0,05 / 0,06	0,05 / 0,06
MMS (Kč bez / s DPH)	5,48 / 6,63	5,48 / 6,63	5,48 / 6,63	5,48 / 6,63	5,48 / 6,63

*** Pokud datový balíček není součástí zvoleného tarifu a v zóně 1 EU byste data použili, cena za MB je 50 Kč bez DPH. Pro bližší informace o roamingu prosím kontaktujte naše obchodní zástupce. ZÓNA 1 zahrnuje následující země a území: Belgie, Bulharsko, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Chorvatsko, Irsko, Island, Itálie, Kypr, Lichtenštejnsko, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Malta, Německo, Nizozemsko, Norsko, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Řecko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko, Velká Británie a území Ålandských ostrovů, Azorské ostrovy, Francouzská Guyana, Gibraltar, Guadeloupe, Kanárské ostrovy, Madeira, Martinik a Réunion.



NOVINKA



LIŠÁK NA TO JDE OD SADU.

— MAZANÝ CIDER —



LEŽÁK ZA STUDENA CHMELENÝ



BUĎ JSI KRÁL, NEBO NE



NOWACO



Z moře přímo na Váš stůl



Také jste si mysleli, že rybí filé je prostě rybí filé a mezi jednotlivými produkty od různých výrobců v podstatě není žádný rozdíl? V tom případě **musíte ochutnat NOWACO Filé z Aljašky**. Z chladných a křišťálově čistých vod Aljašky vám přinášíme filé **vynikající kvality**.

Maso mořských ryb je oblíbenou lahůdkou, která má navíc pozitivní vliv na naše zdraví.

Mnozí z nás si na přípravu ryby netroufají, ale obavy jsou zbytečné! Příprava ryb a rybích specialit je až překvapivě jednoduchá a velmi rychlá. Více na www.nowaco.cz



www.nowaco.cz

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com



©2017 Design & DTP Hemispheres C&A Agency Ltd., org. sl. v ČR | www.hemispheres.cz
 ©2017 Vydává Lampyris Project, s.r.o., divize Publishing | www.lampyris-publishing.cz
 Technické specifikace inzerce naleznete na stránkách vydavatele.