

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

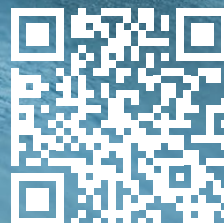
PRO NEZÁVISLÝ
MALOOBCHOD
01 | 2018



GDPR

z obsahu

- Z banky za pult (4)
- GDPR (6)
- Legislativa (8)
- Méně plýtvání, méně obalů (10)
- SZPI (12)
- Poukázky jako konkurenční výhoda (13)



PŘEDPOVĚĎ NA JARO:
**Jasno
a mraky
pohody**





Vážené čtenářky, vážení čtenáři,
vstoupili jsme společně do dalšího roku. Je výjimečný, budeme v něm slavit sté výročí vzniku našeho státu. Hned od ledna se odehrávají celospolečensky důležité věci, jako třeba dvě kola prezidentských voleb. V únoru podle čínského horoskopu začíná „rok zemského psa“. Můžeme se dočíst, že

symbolem pro něj má být spravedlnost a vědění, a to jak osobní, tak společenské. Dařit by se mělo nejenom jedincům, ale také celé lidské společnosti. Čínský horoskop na rok 2018 je ve znamení všeobecného zájmu, dobra a odvahy. Bezpráví, lidská hloupost a bezohlednost nám prý přestanou být lhostejné a začneme se více zajímat o osudy druhých. Rok zemského psa také slibuje zlepšení sociálních, ekonomických i kulturních poměrů. Jako prognóza to zní celkově velmi dobře – uvidíme, jaká bude skutečnost.

Náš časopis Vám chce i v tomto roce přinášet důležité informace pro Vaše podnikání z oblastí legislativy, obchodu a marketingu, ale také rozhovory s Vámi obchodníky nebo jinými zajímavými osobnostmi. Venku sice mrzne, ale Vy si můžete hned na začátku tohoto čísla přečíst hřejivý příběh maloobchodnice, která letos oslaví první narozeniny svého obchodu. Je skvělé vidět, že se do tohoto nelehkého podnikání pouštějí i mladší ročníky a dávají naději, že český maloobchod nezahyne.

Vážnějšímu tématu týkajícímu se ochrany osobních údajů, obávanému GDPR, se věnujeme hned vzápětí. Je třeba se s ohledem k novým povinnostem na tuto věc připravit, ale neděste se již předem, chystáme pro Vás řešení, které by Vám mohlo pomoci zahnat obavy. Určitě nepřehlédněte legislativní dvoustranu, v těchto měsících na Vás dopadají některé nové povinnosti nebo se změnila právní úpravy, které se Vás dotýkají,

ať už jde o poskytování igelitových tašek koncovým zákazníkům, přírážky za platby kartou nebo nové kolký na cigaretách.

Zvláště bych Vás chtěla upozornit na článek o tzv. sociálních poukázkách a stravenkách. Nevím, na kolik jste zaregistrovali, jak významné to je téma. Očekává se, že v poukázkách bude každý měsíc vypláceno asi 5 mld. korun. Nemalá část těchto prostředků může skončit v pokladnách prodejen tradičního trhu, tedy v těch Vašich. Pro ty z Vás, kteří tuto příležitost správně uchopí, to může představovat velkou konkurenční výhodu.

V časopisu nechybí obvyklé rubriky Obchod, SZPI a Daňový kalendář, které není třeba představovat.

A samozřejmě je tu prezentace důležitých služeb, které Vám mohou pomoci podnikání zase o kousek posunout, jako například nabídka platebních terminálů za velmi výhodných podmínek, nabídka výborných tarifů pro hlasové a datové služby nebo nová služba týkající se výběru stravenek a poukázek, kterou nabízí náš dlouholetý inzerent Obchodní aliance Javor, a to i nečlenům aliance. Ostatní inzerenti pak prezentují své produktové novinky i oblíbené stálce.

Začtete se do stránek, které jsme pro Vás připravili. Budeme rádi, když nám následně napíšete své reakce a dotazy nebo když se s námi a ostatními čtenáři podělíte o svůj podnikatelský příběh.

Ing. Mgr. Daniela Řepová

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

1. číslo 2018 / 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



Z BANKY ZA PULT

aneb můj první rok v podnikání

Bc. Kateřina Pírková, Čechy pod Kosířem

ODKDY PROVOZUJETE PRODEJNU A JAKÉ BYLY VAŠE ZAČÁTKY?

Svoji prodejnu provozuji od března 2017. Začátky byly hektické a mnohem složitější, než bych si kdy pomyslela. Neměla jsem žádné zkušenosti s podnikáním v jakémkoliv podobě. Do doby, než jsem odešla na svou první mateřskou, jsem byla zaměstnancem v bankovníctví, školila jsem a měla na starosti externí spolupracovníky banky. Ale rozhodně žádný prodej, a už vůbec ne potravin. Takže i kasu jsem viděla poprvé zblízka až ve chvíli, kdy jsem ji koupila pro svou prodejnu a učila se, jak „narazit“ nákup. Jediné, co mi na začátku dodávalo kuráž, byl vystudovaný obor Podnikání a management.

CO VÁS VEDLO K TOMU, ŽE JSTE SI OTEVŘELA PRODEJNU?

Hlavním důvodem byly naše děti (5 a 7 let) a konec rodičovské dovolené. Musela jsem vyřešit to, co ostatní maminky malých dětí – je potřeba najít zaměstnání, kde budu mít pracovní dobu, která mi umožní ráno děti odvézt do školy či školky, odpoledne je vyzvednout (u nás do 15.30!), odvézt je do kroužků (přece chceme, aby uměly sportovat, kreslit, hrát na hudební nástroj a tak dále). A do toho aby zaměstnavatel toleroval poměrně časté „paragrafy“ na rýmičky a jiné dětské nemoci. A jelikož vlastníme dům, ve kterém je prodejna potravin, a během krátké doby končil pronájem, nabízela se ta nejjednodušší varianta – budu podnikat a provozovat prodejnu potravin, která je v našem domě od počátku jeho historie (po válce zde prodávali také uhlí, motocykly a malé spotřebiče – ovšem tak daleko zatím nejsem). A tak jsme se pustili do celkové

rekonstrukce a po dvou měsících jsme náš obchod otevřeli.

CO NA TO ŘÍKÁ VAŠE RODINA? POMÁHAJÍ VÁM?

Rozhodně a na sto procent. Nejvíc věším za pomoc manželovi, který zařizoval, objednával a staral se o hladký chod celé rekonstrukce. Byl na začátku mé podnikatelské cesty tou největší finanční i psychickou podporou. Řekl jen: „Ty si to vymysli, já to zařídím.“ Ideální, ne? Ovšem jedním dechem dodal: „A dál už je to na tobě.“ Ale nechci opomenout ani ostatní členy rodiny – mou úžasnou tchýni, která nás finančně podpořila, mého otce, který je krátce v důchodu a je připraven si obléci pomyslný bílý plášť a stát se „panem Jouzou“ z pohádky „Ať žijí duchové“, který chtěl podnikat se žampiony a hlásal, že přibíňáky došly...

Bez nich bych to jen stěží zvládla. Celá rodina mě podporuje a vím, že se na ně můžu v případě potřeby obrátit.

UDRŽET PRODEJNU V PLUSOVÝCH ČÍSLECH JE TĚŽKÝ ÚKOL. JAK JSTE SE S TÍM VYPOŘÁDALA?

Nejde říct, že jsem se už vypořádala. To asi v tomto oboru podnikání nebude možné říci ještě dlouho. Bohužel. Ale je to můj každodenní úkol. Každopádně v jednom mám jasno – nechci již investovat žádné další soukromé finance do obchodu. Obchod musí být soběstačný, a pokud nebude, musí dojít ke změně a restrukturalizaci.

JAK JSTE VLASTNĚ NA POČÁTKU UZAVÍRALA SMLOUVY S DODAVATELI? PŘEVZALA JSTE JE VŠECHNY PO SVÉM PŘEDCHŮDCI?

Ano, převzala jsem všechny. I když jsem na začátku měla jiné plány. Například že si zjistím a porovnáím nabídky konkurence. Znáte to, člověk míní a... Nakonec jsem byla opravdu ráda, že nemusím nic dalšího v těch hektických začátcích zařizovat. Obchodní zástupkyně z aliance JAVOR mě v podstatě okamžitě kontaktovala a hned jsme se domluvily na schůzce. Obrovská úleva na začátku, kdy nevíte, kam se vlastně obrátit. Dovezla obrovskou složku plnou smluv se všemi dodavateli a jejich podmínkami i kontakty na obchodní zástupce, a navíc ještě tentýž den (přímo od nás z obývacího) obvolala všechny dodavatele a informovala je o změně provozovatele obchodu a o potřebě uzavřít novou smlouvu. A nejlépe ihned. Prostě bomba! Patří jí obrovský dík. Nadále se o mě úžasně stará a o všem mě informuje. A samozřejmě dík patří i jejímu týmu, který obstarává veškerou podporu, aby jako celek mohli bezvadně fungovat. Tak ještě jednou: DÍKY a zůstávám s vámi.

KDO JSOU VAŠI NEJVÝZNAMNĚJŠÍ DODAVATELÉ Z HLEDISKA OBRÁTU? MŮŽETE JE JMENOVAT A BÝT I KONKRÉTNÍ, O KOHO JMENOVITĚ JDE?

Našimi největšími dodavateli jsou Alimpex, Bidfood a VO Adam. Z masného průmyslu je to Krásno, ovšem šlape mu na paty firma Makovec. A pak samozřejmě ještě mnozí další z pečiva, piva či nápojů.

PODAŘILO SE VÁM BĚHEM SVÉHO RELATIVNĚ KRÁTKÉHO PŮSOBENÍ PŘIDAT DO PORTFOLIA NĚJAKÉ NOVÉ DODAVATELE?

Ano, třeba právě posledně jmenovaný – firma Makovec – má opravdu chutnou



uzeninu. Ale rozšířili jsme např. odběry v sortimentu nabízeném i známou firmou Bidfood – kupujeme zmrazené pečivo, které pak dopékáme v troubě přímo na prodejně. To po ránu oceňují hlavně čichové buňky. A troubu nám bezplatně zapůjčila přímo společnost Bidfood. Samozřejmě za určitých podmínek. Ovšem pro jejich splnění stačí opravdu jen trocha snahy a nadšení.

JAK HODNOTÍTE SOUČASNÉ VZTAHY S DODAVATELI PIVA, CUKROVINEK A UZENINÝ?

Mohu říci, že téměř po roce již došlo k sladění představ a požadavků obou stran a naše vztahy jsou nyní kladné a korektní.

CHTĚLA BYSTE JEŠTĚ NĚJAKOU PRODEJNU, ČI ZŮSTÁVÁTE JEN U TĚ SVÉ?

Prozatím jen u té své, ale nikdy neříkej nikdy.

MÁTE STÁLÉ A PRAVIDELNÉ ZÁKAZNÍKY?

Převážně máme stálé a pravidelné zákazníky.

CO VAŠI ZÁKAZNÍCI NEJVÍCE OCEŇUJÍ?

Naši zákazníci oceňují kulturu prodeje. Musím uznat, že investice do rekonstrukce měla smysl. Velké plus bylo pořízení klimatizace, to oceňují obě strany – jak prodávající, tak kupující. Dále oceňují letákové akce na zboží každodenní potřeby.

MÁTE NĚJAKÉ SLUŽBY NAVÍC PRO SVÉ ZÁKAZNÍKY?

Ano, v tuto chvíli máme možnost platby kartou a cashback, platbu stravenkami a mám rozjednaný terminál Sazky.

JAK SE NA TYTO NOVÉ SLUŽBY DÍVAJÍ VAŠI ZÁKAZNÍCI? VYUŽÍVAJÍ JE?

Z doposud námi nabízených služeb využívají zákazníci jen platbu kartou. S požadavkem na cashback nebo použití stravenky jsme se zatím nesetkali... Ale platbu kartou vítají mnozí s nadšením.

NĚKTERÍ MAJITELÉ OBCHODŮ SE BRÁNÍ ROZŠÍŘOVAT SVÉ SLUŽBY TÍMTO SMĚREM. NEVNÍMAJÍ TO JAKO MOŽNOST ZÍSKAT NOVÉ ZÁKAZNÍKY A UPEVNIT VĚRNOST TĚCH STÁVAJÍCÍCH, ALE BEROU TO JEN JAKO NÁKLADY. CO BYSTE JIM VZKÁZALA ZA SEBE A SVOJE ZÁKAZNÍKY?

Vzkázala bych, že nic se neří tak horké, jak se to uvaží. Zdánlivě to vypadá, že např. u platby kartou jsou vysoké poplatky bance. Ale záleží na tom, jak si to domluvíte. Například v Javoru, kde jsem členem, to umí zařídit za velmi dobrých podmínek. A pro mě je důležité, že zákazník je spokojený. Někdo třeba omezuje platbu kartou od určité částky, nebo to nechá prostě být. Což je můj případ. Nemám žádnou podmínku pro použití platební karty. Jen jsem se prostě zmínila před známými, jak je zpoplatněna platba kartou od banky k obchodníkovi – a ostatní už udělali přátelé. Šíří tuto informaci dál. A tak se z těch stálých zákazníků stali uvědomělí stálí zákazníci. Většinou. No a pak to taky trochu selektujeme sami. To třeba když přijdou turisté a chtějí platit nanuk kartou...

PATŘÍTE DO NĚJAKÉ NÁKUPNÍ ALIANCE?

Patřím do Obchodní aliance Javor, jak jsem již zmínila.

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

Dívám se na to pozitivně, pořád žijeme. Zá vazky hradíme a dokonce jsme i bez ztráty hvězdičky zvládli první kontrolu ze SZPI. Takže úspěšně.

JAKÉ ZMĚNY PLÁNUJETE PRO LETOŠNÍ ROK?

Pro letní sezonu mám v plánu rozšířit nabídku o rychlé občerstvení, např. párek v rohlíku či pannini. Nyní se zabývám ještě myšlenkou, že budeme v letním období prodávat domácí bylinné limonády z přírodních sirupů – objevila jsem rodinnou firmu v blízkém okolí, která se výrobou těchto sirupů zabývá. Zavedli jsme jejich prodej už na podzim, v zimě to byl hlavní artikl pro malé vánoční dárky. A v létě bychom mohli dělat ze stejných sirupů domácí limonády – šípek, lípu, meduňku. Tak uvidíme.

CO BY VÁM POMOHOLO V PODNIKÁNÍ A CO BYSTE NEJVÍCE OČENILA?

Mým přáním je, aby se v naší svobodné zemi dalo opravdu svobodně podnikat.

CO BYSTE PORADILA TĚM, KDO CHTĚJÍ PROVOZOVAT MALOOBCHODNÍ PRODEJNU NEBO JSOU PRÁVĚ NA SVÉM PODNIKATELSKÉM ZAČÁTKU?

Pokud můžu ze své pozice dát radu, hlavně se z toho nebláznit a stanovit si priority. Je nutné být připraven na cokoli a třeba si přiznat i porážku.

Děkujeme Vám za odpovědi a přejeeme hodně úspěchu v podnikání.



GDPR

ZMĚNA, KTERÁ SE DOTKNE KAŽDÉHO Z NÁS

V květnu 2018 vstoupí v účinnost nové nařízení Evropské unie o ochraně osobních údajů a kybernetické bezpečnosti dat. Toto Obecné nařízení Evropského parlamentu a Rady EU 2016/679 o ochraně osobních údajů (anglicky General Data Protection Regulation), dále jen GDPR, nabývá účinnosti 25. 5. 2018.

V souladu s evropskou legislativou tak dojde ke sjednocení otázky ochrany osobních dat na celém trhu Evropské unie (a Islandu, Norska a Lichtenštejnska). Vzhledem k postupující digitalizaci veškerého našeho života se tento právní předpis stane součástí života nás všech, tedy i podnikatelů v maloobchodě a navazujících službách. S tímto nařízením se budeme pravidelně potkávat ať již jako podnikatelé nakládající s osobními údaji svých zaměstnanců a zákazníků, tak i v opačné poloze jako subjekt práv, kterému náleží ochrana jeho osobních dat. Proto jsme pro Vás připravili stručné shrnutí základních otázek s vysvětlením některých nejdůležitějších pojmů souvisejících s GDPR.

Obecným nařízením se bude řídit subjekt, který provádí zpracování osobních údajů. Takový subjekt je nazýván správcem osobních údajů. Obecným nařízením se řídí i zpracovatel, což je subjekt, který pro správce osobní údaje zpracovává. Dále se Obecným nařízením bude řídit i Úřad pro ochranu osobních údajů, který bude uplat-

ňovat svěřené pravomoci za účelem plnění stanovených úkolů.

Pokud jde o práva vyplývající z Obecného nařízení, ta mají fyzické osoby, které jsou zákonem označovány jako subjekty údajů.

KOHO SE GDPR TÝKÁ

Nařízení platí pro firmy, instituce i jednotlivce ze všech odvětví, kteří zacházejí s osobními údaji zaměstnanců, zákazníků, klientů či dodavatelů. Ochrana fyzických osob se vztahuje jak na automatizované, tak manuální zpracování osobních údajů, pokud jsou údaje uloženy v evidenci nebo do ní mají být vloženy. Zásady ochrany údajů se vztahují na všechny informace týkající se identifikované nebo identifikovatelné fyzické osoby. GDPR se rovněž věnuje ochraně digitálních práv občanů a zahrnuje i subjekty, které sledují či analyzují chování uživatelů na webu.

Mimo regulaci GDPR jsou činnosti fyzické osoby, při kterých jsou zpracovávány osobní údaje určené výlučně pro osobní či domácí potřebu (například seznam spolužáků pro pořádání společných srazů).

POVINNOSTI VYPLÝVAJÍCÍ Z GDPR

Nařízení GDPR rozšiřuje a upřesňuje stávající právní normy o ochraně a zabezpečení

osobních údajů. Základní principy se tedy nemění, nově však podnikatelům vznikají tyto povinnosti:

- zpracovávat osobní data pouze k oprávněným účelům a jen po nezbytně nutnou dobu;
- zabezpečit osobní data před neoprávněnými osobami;
- zajistit ohlašovací povinnost v případě zjištění úniku dat;
- poskytnout subjektům údajů právo na:
 - výpis,
 - výmaz (zapomenutí),
 - přenositelnost;
- vést záznamy o zpracování osobních údajů, spolupracovat s dozorovým úřadem a na jeho žádost mu tyto záznamy zpřístupnit;
- vypracovat posouzení vlivu na ochranu osobních údajů (DPIA);
- ve vybraných případech zavést tzv. pseudonymizaci – zpracovávat osobní údaje tak, aby nemohly být přiřazeny konkrétní osobě bez použití dalších, odděleně uchovávaných informací;
- ohlašovat případy porušení zabezpečení osobních údajů Úřadu pro ochranu osobních údajů a subjektům údajů;
- ustavit v některých případech pověřence pro ochranu osobních údajů (DPO).

PRÁVA SUBJEKTU ÚDAJŮ

Subjekt údajů má zejména právo být informován o zpracování svých osobních údajů. Jde zejména o informace o účelu zpracování, o totožnosti správce, o jeho oprávněných zájmech, o příjemcích osobních údajů. V tomto případě jde o pasivní právo, jelikož aktivitu musí vůči subjektu údajů vyvinout správce, aby takové informace poskytl. Úplný výčet informací, které správce poskytuje při shromažďování osobních údajů, lze nalézt v článcích 13 a 14 nařízení.

Mezi další práva subjektu údajů, která jsou mnohdy založena na aktivitě subjektu údajů, patří právo na přístup k osobním údajům, právo na opravu, resp. na doplnění, právo na výmaz, právo na omezení zpracování, právo na přenositelnost údajů, právo vznést námitku a právo nebýt předmětem automatizovaného individuálního rozhodování včetně profilování.

Přístupem k osobním údajům se rozumí právo subjektu údajů získat od správce informaci (potvrzení), zda jsou, či nejsou jeho osobní údaje zpracovávány, a pokud jsou zpracovávány, má subjekt údajů právo tyto osobní údaje získat a zároveň má právo získat následující informace:

- účely zpracování;
- kategorie dotčených osobních údajů;
- příjemci nebo kategorie příjemců, kterým osobní údaje byly nebo budou zpřístupněny;
- plánovaná doba, po kterou budou osobní údaje uloženy;
- existence práva požadovat od správce opravu nebo výmaz osobních údajů, právo vznést námitku;
- právo podat stížnost u dozorového úřadu;
- veškeré dostupné informace o zdroji osobních údajů, pokud nejsou získány od subjektu údajů;
- skutečnost, že dochází k automatizovanému rozhodování včetně profilování.

Pokud se subjekt údajů domnívá, že správce zpracovává jeho nepřesné údaje, upozorní jej na to. Je povinností správce, pokud mu subjekt údajů oznámí, že požaduje opravu svých osobních údajů, zabývat se jeho žádostí.

Právo na výmaz (být zapomenut) představuje povinnost správce zlikvidovat osobní údaje, pokud je splněna alespoň jedna podmínka:

- osobní údaje již nejsou potřebné pro účely, pro které byly shromážděny nebo jinak zpracovány;
- subjekt údajů odvolá souhlas a neexistuje žádný další právní důvod pro zpracování;
- subjekt údajů vznese námitky proti zpracování a neexistují žádné převažující oprávněné důvody pro zpracování;
- osobní údaje byly zpracovány protiprávně;
- osobní údaje musí být vymazány ke splnění právní povinnosti;
- osobní údaje byly shromážděny v souvislosti s nabídkou služeb informační společnosti podle článku 8 odst. 1 Obecného nařízení.

Právo na přenositelnost je zcela nové právo subjektu údajů, jehož podstatou je možnost za určitých podmínek získat osobní údaje, které se ho týkají a jež správci poskytl, ve strukturovaném, běžně používaném a strojově čitelném formátu, a právo předat tyto údaje jinému správci, aniž by tomu původní správce bránil.

POKUTY A SANKCE

Pokuty za porušení nařízení ukládá Úřad pro ochranu osobních údajů, a to dle článku 83 tohoto předpisu. Posuzováno je zejména, zda došlo k porušení nařízení úmyslně, nebo z nedbalosti, jak dlouho protiprávní stav trval, a zejména jak bylo závažné. Horní hranice pokut stanovených nařízením jsou však velmi vysoké (10 mil. euro, resp. 20 mil. euro ve finančním vyjádření nebo 2 %, resp. 4 % z celosvětového obrátu společnosti) s tím, že vyšší hodnoty pokut platí pro závažná porušení.

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ POJMY

CO JE OSOBNÍ ÚDAJ?

Osobním údajem je každá informace o identifikované nebo identifikovatelné fyzické osobě (subjektu údajů). Identifikovatelnou fyzickou osobou je fyzická osoba, kterou lze přímo či nepřímo identifikovat, zejména odkazem na určitý identifikátor (jméno, číslo, síťový identifikátor) nebo na jeden či více zvláštních prvků fyzické, fyziologické, genetické, psychické, ekonomické, kulturní nebo společenské identity této fyzické osoby.

CO JE ZPRACOVÁNÍM OSOBNÍCH ÚDAJŮ?

Zpracováním je jakákoli operace s osobními údaji nebo soubory osobních údajů, jako je shromáždění, zaznamenání, uspořá-

dání, strukturování, uložení, přizpůsobení nebo pozměnění, vyhledání, nahlédnutí, použití, zpřístupnění přenosem, šíření nebo jakékoli jiné zpřístupnění, seřazení či zkombinování, omezení, výmaz nebo zničení. Zpracování osobních údajů je nutné považovat již za sofistikovanější činnost, kterou správce s osobními údaji provádí za určitým účelem a z určitého pohledu tak činí systematicky.

KDO JE SUBJEKT ÚDAJŮ?

Subjektem údajů je fyzická osoba, již se osobní údaje týkají. Subjekt údajů není právnická osoba. Údaje vztahující se k právnické osobě tak nejsou osobními údaji. Osobní údaje mohou být pouze ve vztahu k žijící fyzické osobě, jelikož Obecné nařízení vylučuje svoji působnost na údaje o zesnulých osobách.

KDO JE SPRÁVCE?

KDO JE ZPRACOVATEL?

Správce je subjekt, který určuje účely a prostředky zpracování osobních údajů a za zpracování primárně odpovídá. Správce osobní údaje zpracovává pro účely vyplývající z jeho činnosti (např. zákonem stanovené povinnosti, ze smluv), ale může je zpracovávat i pro vlastní určené účely, např. pro své oprávněné zájmy, pokud tyto zájmy nepřevyšují zájem na ochraně základních práv a svobod fyzických osob.

Zpracovatelem je subjekt, kterého si správce najímá, aby pro něj prováděl s osobními údaji zpracovatelské operace. Jinými slovy, zpracovatel zpracovává osobní údaje pro správce. Od správce se zpracovatel liší tím, že v rámci činnosti pro správce může provádět jen takové zpracovatelské operace, kterými jej správce pověří nebo vyplývají z činnosti, pro kterou byl zpracovatel správcem pověřen. Stejně jako u správce ani u zpracovatele není určující jeho právní forma.

ZÁVĚREM

Toto nařízení rozhodně nikdo nemůže brát na lehkou váhu a bude jen málo subjektů, kterých se nebude týkat. Na druhou stranu ani není potřeba začít nyní panikařit a chytat se každé nabídky na zdánlivou pomoc, která přijde. Pro malé podnikatele je na přípravu nebo hledání vhodného dodavatele řešení přece jen ještě relativně dost času. I my se této problematice ještě budeme věnovat v příštím čísle a necháme pro Vás připravit řešení ušité na míru maloobchodním prodejnám potravin.

Zdroj: Mgr. Filip Žežulka

IGELITOVÉ TAŠKY UŽ NEMOHOU BÝT ZDARMA

Od nového roku musí být „igelitová“ taška zpoplatněna. Změnu přináší novela zákona o obalech č. 477/2001 Sb., která implementuje směrnici EU č. 2015/720, která má za cíl snížit spotřebu plastových nákupních tašek.

Zákon č. 477/2001 Sb., o obalech, § 3

„Plastová odnosná taška smí být v místě prodeje výrobků poskytnuta spotřebiteli minimálně za náhradu nákladů, které odpovídají nákladům na její pořízení. To neplatí, jde-li o velmi lehkou plastovou odnosnou tašku.“

K dosažení cílů ukládá směrnice EU obchodníkům povinnost prodávat od 1. 1. 2018 lehké plastové odnosné tašky minimálně za náhradu nákladů, které odpovídají nákladům na její pořízení. To znamená, že obchodníci jsou povinni k 1. 1. 2018 zpoplatnit plastové odnosné tašky. Cena plastových odnosných tašek nesmí být jen symbolická, ale musí být minimálně ve výši výrobních nákladů. Maximální cenu zákon neupravuje. Primární dopady lze očekávat zejména na retailové obchodníky, z nichž mnozí doposud svým zákazníkům poskytovali k nákupu plastové tašky zdarma. Výjimku tvoří mikrosáčky, poskytované v místě prodeje výrobků spotřebiteli, tzn. velmi lehké plastové odnosné tašky o tloušťce stěny do 15 mikronů, které

jsou nezbytné z hygienických důvodů nebo jsou poskytovány jako prodejní obal pro volně ložené potraviny, například pečivo a zeleninu, v případě, že jejich použití pomáhá zabránit plýtvání potravinami.

V případě poskytnutí plastových odnosných tašek zdarma v místě prodeje výrobků se obchodníci dopustí správního deliktu, za který hrozí pokuta až do výše 500 000 Kč (§ 45 písm. a) ve spojení s § 44 odst. 2 písm. a) z. č. 477/2001 Sb.). Skutečnost, že plastové odnosné tašky nejsou poskytovány zdarma, by měla být patrná z daňového dokladu k zakoupenému zboží (uvedení samostatné položky na účtence apod.). Na dodržování této povinnosti má dohlížet Česká obchodní inspekce. Žádné masivní kontroly zaměřené na nabízení těchto plastových tašek v počátku roku ČOI neplánuje, nicméně v rámci běžných kontrol začnou inspektoři postupně sledovat i dodržování této nové povinnosti.

Účelem tohoto zákona je chránit životní prostředí předcházením vzniku odpadů z obalů, a to zejména snižováním hmotnosti, objemu a škodlivosti obalů.

Česko se tak připojilo k řadě dalších zemí EU, které nezpłatněné „igelitky“ zakázaly z ekologických důvodů. ■

Zdroj: ČOI (upraveno)



Doposud mohli obchodníci nakupujícím naúčtovat přírážku za platbu kartou. Obchody tím většinou své zákazníky neobtěžovaly a poplatek za transakci hradily sami. Možnost naúčtovat tento náklad k ceně využívaly především menší prodejny. Počínaje sobotou 13. 1. 2018 tato možnost zákazníkům poplatek účtovat skončila.

Zákaz účtování poplatků je snahou o větší rozšíření bezhotovostních plateb a následuje po předchozím zlevnění plateb kartami. O regulaci se postarala Evropská unie a vztahuje se na běžné karty typu MasterCard a Visa. Vychází z evropské směrnice PSD2 (která upravuje platební styk napříč evropskými státy), která nabyla účinnosti 13. 1. 2018 a je provedena v novém zákoně o platebním styku, zákon č. 370/2017 Sb., který nabyl účinnosti rovněž dne 13. 1. 2018.

V praxi to znamená, že obchodníci již nebudou moci zákazníkům účtovat poplatky při platbách kartou v e-shopech či platebních terminálech kamenných obchodů. Obchodníkům však poplatková povinnost zůstane, a to jak vůči poskytovateli platebních prostředků, tak vůči bance.

„Porušení zákazu by mohlo přijít obchodníky draho, jde totiž o bezdůvodné obohacení na úkor spotřebitele. V takovém případě to lze považovat i za nekalou obchodní praktiku. Podle zákona o ochraně spotřebitele je za to obecně pokuta až do pěti milionů korun,“ říká Jakub Vintřlík z tiskového oddělení Ministerstva financí ČR.

Obchodník má několik možností, jak se s tím vypořádat. Buď nebude akceptovat platby kartou, což je v dnešní době už značná konkurenční nevýhoda a rozhodně krok zpátky, anebo existuje druhá možnost, že obchodník platby kartou akceptovat bude, a to ve víře, že to pomáhá celkovému obratu, protože je prokázáno, že dlouhodobě utratí zákazníci platící kartou více, než by utratili v hotovosti, a ještě mu to přinese zákazníky, kteří by u něj bez možnosti platit kartou nenakoupili vůbec. Poplatky pak obchodník platí ze svého zisku. Další možností je, že obchod mírně zvýší ceny, aniž by to ale ohrozilo jeho konkurenceschopnost. Toto zvýšení cen však nesmí být v přímé souvislosti s konkrétní platbou kartou, ale mělo by být plošné. Další možností může být určení minimální výše útraty, kterou lze zaplatit kartou. ■

Zdroj: ČOI (upraveno)

ÚSTAVNÍ SOUD ROZHODL: „DIČ ZMIZÍ Z ÚČTENEK“

Dne 16. ledna 2018 se ve Sbírce zákonů zveřejnil nálezn Ústavního soudu týkající se zákona o evidenci tržeb (dále jen ZoET). Podle rozsudku zůstává ZoET nadále v platnosti, až na vybraná ustanovení, která se ruší uplynutím 28. února, resp. 31. prosince 2018.

KONKRÉTNÍ DOPADY ROZSUDKU

- odložení spuštění 3. a 4. fáze EET
- zrušení povinnosti evidovat platby kartou
- zrušení povinnosti uvádět na účtence DIČ.

S účinností od 1. března 2018 nemusí podnikatelé uvádět na účtence daňové identifikační číslo (DIČ) poplatníka. A to nejen DIČ poplatníka, který tržbu eviduje, ale též DIČ pověřujícího poplatníka. Jak ale upozorňuje finanční správa, samotná povinnost zasílat údaj o DIČ datovou zprávou do systému finanční správy zůstává zachována. Opět i zde záleží čistě na rozhodnutí evidujícího poplatníka, zda bude DIČ na účtence dobrovolně uvádět dál i po 1. březnu 2018, anebo provede změnu v nastavení svého pokladního systému. **Pozor ale na to, že pro plátce DPH i nadále platí, že musí DIČ uvádět na daňových dokladech.** Pokud má plátce DPH povinnost vystavit daňový doklad a vystavoval v těchto případech společný doklad obsahující povinné náležitosti daňového dokladu podle zákona o DPH a zároveň povinné údaje dle zákona o evidenci tržeb, bude muset nadále své DIČ na tomto společném dokladu uvádět. Poplatník se však může rozhodnout pro řešení, kdy bude vystavovat doklady dva (daňový doklad s DIČ a doklad pro EET bez DIČ).

Důvodem je to, že pokud jde o fyzickou osobu, uvedením DIČ je takto zveřejněno rodné číslo podnikatele. Takové řešení není podle

ÚS dostatečně šetrné k právu na ochranu před neoprávněným shromažďováním, zveřejňováním nebo jiným **zneužíváním osobních údajů**. Takový závěr je navíc podle ÚS v souladu s tendencí vyjádřenou v **GDPR**.

CO Z TOHO VŠEHO VYPLÝVÁ?

Pro právnické či fyzické osoby, které nejsou plátcí DPH, platí od 1. 3. 2018 tato změna: na EET účtence v hlavičce nemusí být zobrazeno DIČ, stačí jen IČO. Toto je důležité hlavně pro fyzické osoby, jejichž DIČ je vlastně rodné číslo.

Dle zákona č. 112/2016 Sb., zákon o evidenci tržeb ve znění od 28. 2. 2018 (úplné znění), jsou tedy povinné údaje na účtence tyto:

(1) Poplatník je na účtence povinen uvádět

- a) fiskální identifikační kód,
- b) své daňové identifikační číslo;**
- c) označení provozovny, ve které je tržba uskutečněna,
- d) označení pokladního zařízení, na kterém je tržba evidována,
- e) pořadové číslo účtenky,
- f) datum a čas přijetí tržby nebo vystavení účtenky, pokud je vystavena dříve,
- g) celkovou částku tržby,
- h) bezpečnostní kód poplatníka,
- i) údaj, zda je tržba evidována v běžném, nebo zjednodušeném režimu.

(2) Údajem o evidované tržbě uváděným na účtence je také daňové identifikační číslo poplatníka, který pověřil evidováním této tržby poplatníka, který tržbu eviduje.

(3) Nemá-li poplatník povinnost uvádět na účtence fiskální identifikační kód, je povinen na účtence uvádět svůj podpisový kód.



ZÁKAZ PRODEJE CIGARET S KOLKEM „T“

S účinností od 1. ledna 2018 se mírně navýšila spotřební daň z tabákových výrobků. Tato změna byla schválena již v roce 2015 v rámci tříletého harmonogramu postupného navýšování sazeb spotřební daně z tabákových výrobků v České republice. S platností od 1. 1. 2018 musí výrobci cigaret vyrábět cigarety, které mají tuto vyšší spotřební daň.

Zboží s vyšší spotřební daní je označeno kolkem s písmenem „V“. Původní kolek s písmenem „T“ a tímto kolkem označené cigarety se mohou prodávat pouze do 31. 3. 2018. Po uvedeném datu je prodej nelegální a již není možné toto zboží dávat do oběhu. Změna spotřební daně se týká pouze cigaret, ostatní tabákové výrobky jsou beze změn.

Nyní výrobci distribuují cca 10% z celkového objemu cigaret v novém kolku „V“. Zbýlá část je i nadále dodávána ve starém kolku „T“.

Oproti roku 2017 činí růst sazby spotřební daně u levnějšího segmentu cigaret, který je zdaňován pouze minimální sazbou daně, 1,20 Kč na krabičku o 20 kusech cigaret (2,3 %). U doutníků a cigarillos činí 0,04 Kč na kus (2,4 %) a v případě spotřební daně z tabáku ke kouření je tento nárůst 51 Kč na 1 kg (2,3 %).

MÉNĚ PLÝTVÁNÍ, MÉNĚ OBALŮ

ilustrační foto © nitpicker / Shutterstock.com

Systém současného retailu je z hygienických i logistických důvodů nastaven především na balené potraviny.

Obaly jsou dnes neodmyslitelnou součástí prodeje rychloobrátkového zboží. Je na ně nastavena i logistika obchodníků. Šlo by to jinak? Na tuto otázku se snaží odpovědět inovativní řešení, která se v poslední době na trhu objevují.

Podle údajů Ministerstva životního prostředí vyprodukovali obyvatelé České republiky v roce 2016 na 5,6 mil. tun komunálních odpadů. Na jednoho občana ČR tedy vychází cca 531 kg. Podíl komunálních odpadů na celkové produkci odpadů tvořil 16 %.

V roce 2016 bylo využito 50 % vyprodukovaných komunálních odpadů, z toho 38 % materiálově a 12 % energeticky. Na skládkách bylo uloženo 45 % komunálních odpadů (v roce 2015 to bylo 47 %). Značná část odpadu, který domácnosti generují, připadá na obaly. Ty Češi poměrně vzorně třídí. Nebylo by však lepší, kdyby odpadů vznikalo méně? Touto otázkou se zabývá stále více odborníků, iniciativ i samotných výrobců a obchodníků.

Předcházení vzniku odpadů se věnovala i konference, která se konala v Praze ve dnech 12. a 13. 10. 2017. Mottem letošního ročníku bylo „Předcházej, neplýtvěj a sdílej!“. Odborníci se shodují, že jakékoliv snížení odpadu bude úspěch. Evropská komise usiluje o recyklaci až tří čtvrtin obalových odpadů a 65 % komunálního

odpadu. Na skládkách by naopak mělo zůstat jen 10 % veškerého odpadu. Konkrétním opatřením je např. zpoplatnění igelitových sáčků.

Česko již v roce 2014 podle dat EU recyklovalo zhruba 7 z 10 obalových odpadů, což byla druhá nejvyšší hodnota mezi 28 členskými státy. Naopak v recyklaci komunálního odpadu pokulháváme, uvádí server EuroActiv.cz

OPAKOVANĚ POUŽITELNÉ TRANSPORTNÍ KAPSLE

„Jakkoli je recyklace klíčová pro budoucnost naší planety, stále částečně přispívá k jejímu znečišťování. Množství recyklovaného odpadu narůstá, stejně jako objem toxinů, které obsahuje a jež nadále zatěžují životní prostředí. MIWA chce změnit tento stav a zasadit se o celospolečenskou změnu v tvorbě a nakládání s odpadem tak, aby se recyklace stala novým společenským standardem chování pro podnikatele i veřejnost. Precyklace, která znamená zastavení tvorby odpadu dříve, než vůbec dostane šanci vzniknout,“ říká Petr Báča, který je duchovním otcem technologické inovace MIWA (Minimum Waste).

MIWA je technologickým a procesním systémem umožňujícím přepravu, prodej a nákup zboží s minimalizací tvorby obalového a potravinového odpadu. Zahrnuje všechny články dodavatelského řetězce od výrobce až po spotřebitele. Pomocí technologie a informačního systému

spojuje výrobce, distributory a prodejce do obchodního ekosystému zajišťujícího distribuci, skladování a prodej zboží bez jednorázových obalů.

Výrobce plní zboží do opakovaně použitelných transportních kapslí o objemu 12 nebo 6 litrů. Do kapslí je možné umístit sypké, práškové a tekuté trvanlivé potraviny, např. těstoviny, luštěniny, cereálie, cukr, med, olej nebo kečup, a také nepotravinové zboží, jako jsou kosmetické a čisticí prostředky nebo krmivo pro domácí zvířata.

Kapsle se přepraví do obchodů, kde jsou umístěny přímo na prodejní ploše do speciálních modulárních stojanů – tzv. Bulk Modular System, který umožňuje zboží z kapslí dávkovat do různých typů obalů dle preference nakupujícího. Po vyprázdnění se kapsle vrací zpět k výrobci k novému plnění. Na prodejně si zákazník vybírá zboží pomocí mobilní aplikace nebo skeneru z prezentačního displeje, který po informační a estetické stránce nahrazuje stávající obaly a také ukazuje reálný vzorek zboží. Díky propojení aplikace s informačním systémem se možnost nákupu neomezuje pouze na kamennou prodejnu.

Každá transportní kapsle je již ve výrobě načtena do systému pomocí integrovaného RFID kódu. Ten zaručuje naprostou kontrolu a dohledatelnost jakéhokoli zboží v reálném čase. Výrobce tak má neustálé přehled o veškerých svých produktech na trhu, jejich aktuálním stavu i poloze.



ilustrační foto © Benoit Daoust / Shutterstock.com

Aktuálně připravuje MIWA pilotní realizaci, kterou bude vytvoření prvního regionálního obchodního ekosystému zahrnujícího dodavatelskou a distribuční síť a několik typů obchodních formátů. První obchody mají být otevřeny v roce 2018. „MIWA se adaptuje kdekoli – od malých obchodů až po velké supermarkety,“ říká Hynek Balík z realizačního týmu. „Jde o úplně novou zkušenost, která kombinuje výhody digitálního a reálného prostředí přímo v místě prodeje. Je to hodně o zákaznickém komfortu, ale také o využití možností, jež nám technologie dnes nabízejí, tak, aby byl systém smysluplný pro každého účastníka,“ dodává.

Projekt MIWA získal letos na podzim mezinárodní ocenění New Plastics Economy Innovation Prize. S prestižní cenou je spojena výhra 200 tis. USD a roční akcelerační program, který projekt posune na celosvětovou úroveň. Je to poprvé, co v této soutěži zvítězil český projekt. Odborná porota ho vybrala ze 600 soutěžních návrhů a zařadila jej mezi tři nejlepší projekty na poli celosvětového řešení likvidace plastových obalů. V porotě zasedly společnosti Unilever, Amcor, Veolia, Pepsico, Mars a Nestlé i vědecké ústavy jako University of Michigan či University of the Arts London. Soutěž iniciovala The Ellen MacArthur Foundation s The Prince of Wales's International Sustainability Unit.

PŘEVLEKACÍ PLASTOVÉ VRATNÉ OBALY

Jiný vynález, který se snaží vypořádat s nevratnými plastovými obaly a vytvářením nepotřebných a neekologických odpadů, předložila slovenská společnost Refill Case. Tak zvané převlékací plastové vratné obaly jsou založeny na biologicky rozložitelné plastové fólii, která se po spotřebování obsahu výrobku svlékne, vypere a je jako nová, nebo se vyhodí do kompostu, kde se přirozeně rozloží. Oproti recyklaci skla je systém úplného zabalení obalu a jeho převlékání energeticky úspornější. Fólie je navíc tenká a dá se energeticky dále využít.

Další možností mohou být jednodruhovité obaly, které však omezují marketingové možnosti, nebo biodegradabilní obaly, které se vyrábějí z obnovitelných zdrojů. Ty sice bezpečně chrání potraviny, zároveň ale zatím není zcela prokázáno, zda se po svém užití stoprocentně rozpadnou. Příkladem takového obalu může být český vynález Frusack, který je vyroben z přírodního materiálu a lze ho využívat i několik let pro nákup ovoce, zeleniny a pečiva, uvádí server EuroActiv.cz.

INICIATIVY BEZ OBALŮ

Nakupování bez obalu je rozšířené v Americe i západní Evropě a tento druh nákupů si nachází své příznivce i v Česku. V Praze se začátkem září otevřel první farmářský trh, kde lze nakoupit do vlastních nádob nebo obalů. „Téma nakládání s odpady a způsob

balení potravin na farmářských trzích, které pravidelně navštěvují tisíce lidí, je zásadní. Proto jsme se rozhodli v Praze 7 na Řezáčově náměstí, zvaném Heřmaňák, spustit pilotní projekt farmářského trhu s minimem obalů,“ řekl Jiří Sedláček ze spolku Archetyp, provozovatel farmářského trhu Heřmaňák a farmářského trhu Náplavka. „Snažíme se nabídnout co největší množství potravin, které si lidé mohou odnést ve vlastních nádobách. Kvůli hygienickým normám není ale možné provozovat stoprocentně bezobalový trh.

„Ve vlastních obalech si mohou zákazníci odnést zhruba padesát procent prodávajícího zboží. Navíc se mohou přímo s konkrétním farmářem domluvit na způsobu zabalení – buď nakoupí do vlastního obalu, nebo do znovupoužitelného zakoupeného přímo na místě, případně do vratného,“ vysvětlila Šárka Sedláčková, organizátorka farmářského trhu Heřmaňák. Na tomto farmářském trhu zákazníci nenajdou mikrotenové sáčky nebo igelitové tašky. Nakoupené zboží si mohou odnést ve vlastních obalech nebo na místě koupit recyklovatelné papírové tašky a na ovoce a zeleninu tzv. frusacky, kompostovatelné sáčky na více použití. Prodej nebalených potravin propaguje také nezisková organizace Bezobalu, která v Česku šíří koncept ZeroWaste. V září otevřela v Praze svou druhou prodejnu a zároveň školicí centrum.

ZDROJ: Retail NEWS



KONTROLA BURČÁKŮ PROKÁZALA PŘÍDAVEK VODY, SYNTETICKÁ BARVIVA I ZNEUŽITÍ NÁZVU

Výsledky komplexních laboratorních rozborů burčáku a částečně zkvašeného hroznového moštu (ČZHM) ukázaly, že prodejní sezona v roce 2017 přinesla vyšší podíl nevyhovujících vzorků než v předchozích letech.

V loňské sezoně inspektoři Státní zemědělské a potravinářské inspekce (SZPI) prověřili celkem 458 prodejních míst burčáku a ČZHM. V 51 případech inspektoři vedle kontroly provozovny a dokumentace přistoupili i k odběru vzorku pro analýzu v laboratoři. Inspektoři uskutečnili kontroly u prodejců i u výrobců, a to zejména u těch, jejichž vzorky v minulosti nevyhověly požadavkům právních předpisů. Tyto odběry se ve zvýšené míře uskutečňují také na základě podnětu spotřebitele.

Laboratorní rozbor prokázal pochybení u sedmi vzorků, přičemž v některých případech vzorek nevyhověl ve více hodnotěných znacích. Inspektoři zjistili pochybení u následujících parametrů: přídatek vody (až 26 %), etanol z přidaného cukru, syntetická barviva: azorubin, tartrazin, patentní modř V, nedeklarovaný oxid siřičitý, neodpovídající geografický původ (zneužití chráněného tradičního výrazu burčák). Kompletní přehled vyhovujících i nevyhovujících vzorků najdete na stránkách SZPI: <http://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrola-burcaku-prokazala-pridavek-vody-synteticka-barviva-i-zneuzeni-nazvu.aspx>.

Dále inspektoři při kontrolách u šesti provozovatelů zjistili, že prodávali burčák a ČZHM bez úředně schválené průvodní dokumentace, a na místě uložili opatření o zákazu uvádění potraviny na trh.

V předchozí sezoně 2016 inspektoři odebrali k laboratornímu rozboru 69 vzorků a nevyhověly čtyři z nich, v roce 2015 prošlo laboratoří 79 vzorků a požadavkům právních předpisů nevyhověly dva vzorky.

Při kontrole burčáku a ČZHM se SZPI mj. zaměřuje na hygienu prodeje, senzorické požadavky – inspektor na místě hodnotí

chuť, vůni a barvu nápoje, označování a průvodní dokumentaci. Při odběru vzorku laboratoř SZPI v Brně prostřednictvím hodnot izotopových poměrů stabilních izotopů vodíku měřených na nukleární magnetické rezonanci a izotopových poměrů stabilních izotopů kyslíku a uhlíku měřených na hmotnostním spektrometru prověřuje geografický původ hroznů, ze kterých byl burčák vyroben. Dále je sledována např. přítomnost syntetických barviv, etanolu z přidaného cukru nebo množství přidané vody.

Burčák je národní legislativou chráněný tradiční výraz, jehož použití je vyhrazeno pro částečně zkvašený hroznový mošt vyrobený z hroznů révy vinné sklizených a zpracovaných v České republice v daném roce a prodejní sezona je ohraničena obdobím od 1. 8. do 30. 11. Výrobek totožných parametrů, ovšem vyrobený z hroznů sklizených mimo ČR, je možné prodávat pod názvem „částečně zkvašený hroznový mošt“, nikoliv „burčák“. Případné zneužití tradičního výrazu burčák je považováno za klamání spotřebitele a SZPI v takových případech přistupuje k zahájení správního řízení a uložení pokuty.

POTRAVINÁŘSKÁ INSPEKCE KONTROLOVALA OŠETŘENÍ POTRAVIN IONIZUJÍCÍM ZÁŘENÍM

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) uskutečnila v roce 2017 kontrolní akci s cílem ověřit, zda výrobci a dovozci informují na obalu spotřebitele o použití ionizujícího záření u potravin, které byly touto technologií ošetřeny. Tuto informační povinnost ukládají evropské i národní právní předpisy. Inspektoři odebrali ke kontrole vzorky potravin, u kterých nebyla informace o ozáření na obalu uvedena, a po analýze rizika se zaměřovali mj. na komodity, u nichž výsledky dřívějších kontrol prokázaly porušení předpisu. Šlo zejména o koření, bylinné čaje, instantní polévky obsahující sáček s kořením, sušený česnek, sušené houby a doplňky stravy.

Z celkového počtu 32 odebraných vzorků analýza prokázala ošetření ionizujícím zářením bez požadované informace

na obalu u jednoho vzorku. Šlo o Ženšen sibiřský, doplněk stravy (prášek z kořene), datum minimální trvanlivosti 09/2018, šarže: 06-4-03-103-01-1, 17-057, výrobce: Walt International s.r.o., Jablonec nad Nisou, dodavatel: Alfred Galke GmbH, Flecken Gittelde, Am Bahnhof 1, Bad Grund, země původu: Čína.

S kontrolovanou osobou zahájí SZPI správní řízení o uložení pokuty.

Ošetření potravin a surovin ionizujícím zářením je podle odborných autorit v zájmu ochrany veřejného zdraví, protože může účinně nahradit např. použití fumigantů (insekticid), respektive zamezit vzniku nežádoucích kontaminací např. u sušených bylin a koření.

V některých členských státech EU je ale ozáření potravin stále otevřeným tématem a někteří spotřebitelé mají z této technologie obavy. Proto vznikl požadavek na označování ozáření potravin a surovin včetně ozářených složek, aby se spotřebitelé mohli rozhodnout dle svých preferencí.

ROZBOR SZPI POTVRDIL ZAKÁZANÝ PESTICID PROPARGIT V JABLKÁCH Z POLSKA

V rámci průběžných kontrol přítomnosti cizorodých látek v potravinách Potravinářská inspekce zjistila přítomnost zakázaného pesticidu propargitu v šarži jablek červých Gloster, země původu: Polsko. Rozbor laboratoře SZPI potvrdil kontaminaci propargitem v koncentraci 0,043 mg/kg.

Inspektoři vzorek odebrali v provozovně společnosti MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o. v Olomouci.

Používání propargitu k ochraně rostlin je na území EU zakázáno pro jeho nežádoucí vedlejší účinky. SZPI zahájí s kontrolovanými osobami správní řízení o uložení pokuty.

O podobných případech SZPI v nedávné minulosti informovala v jiných tiskových zprávách.

Zdroj: SZPI

Další nevyhovující potraviny najdete na oficiálních stránkách SZPI <http://www.potravinynapranry.cz/>



POUKÁZKY JAKO KONKURENČNÍ VÝHODA

Výrazný nárůst vyplacených dávek v poukázkách může pro obchodníka představovat konkurenční výhodu.

Někteří Vaši stávající nebo potenciální zákazníci, kteří doposud pobírali různé sociální dávky v penězích, budou nově jejich nemalou část dostávat v tzv. sociálních poukázkách, které mohou uplatnit pouze v obchodech, jež tyto poukázky přijímají. Pokud k takovým obchodům patříte, představuje to pro Vás nemalou konkurenční výhodu. Pokud ještě ne, mohou být informace, které Vám přinášíme, třeba těmi, které Vás o pozitivích této služby pro zákazníky přesvědčí.

Od 1. 12. 2017 existuje povinnost státu vydávat část dávek v tzv. sociálních poukázkách, a to na základě novely zákona č. 111/2006 Sb., o pomoci v hmotné nouzi. V § 43 odst. 5 písm. a), pojednávajícím o způsobu výplaty, se mimo jiné říká: „... Příjemci dávky, který pobírá dávku déle jak 6 měsíců v posledních 12 měsících, bude dávka vyplácena tak, že nejméně 35 % a nejvýše 65 % dávky bude vyplaceno poukázkami opravňujícími k nákupu zboží ve stanovené hodnotě.“

Přinášíme Vám toto téma s drobným zpožděním, protože i nás zaskočila jeho významnost pro tradiční maloobchod. Už během prosince a ledna se totiž ukázalo, že jde o opravdu velkou věc, protože množství finančních prostředků vyplacených příjemcům v poukázkách místo v penězích je v miliardách korun měsíčně, přičemž tato částka se má dále zvětšovat. Roste totiž jak počet osob, které je dostávají, tak celkový finanční objem, který je v nich vyplácen.

O jaké poukázky vlastně jde? Nejedná se o stravenky. Ty jsou určeny jen na stravování a nákup potravin. Sociální poukázky jsou univerzální poukázky pro výplatu příspěvků na živobytí a mimořádné okamžité pomoci distribuované orgány pomoci v hmotné nouzi, mezi něž patří Ministerstvo práce a sociálních věcí a úřady práce. Poukázka slouží na nákup zboží základních životních potřeb, jako jsou potraviny, potřeby osobní hygieny, oděvy, obuv, školní potřeby, dětské a lékárenské zboží, tedy zboží, které zajistí osobě v hmotné nouzi základní životní podmínky. Není možné za ně nakoupit pouze alkohol a tabákové výrobky. Poukázky jsou příjem-

cům nabízeny v nominálních hodnotách 20, 25, 30, 50, 100, 200 a 500 korun a jsou stejně jako výše uvedené stravenky vydávány společnostmi Edenred, Le Chèque Déjeuner a Sodexo Pass Česká republika.

Je důležité uvést, že příjemci poukázek nejsou např. pouze dlouhodobě nezaměstnaní, ale i osoby, které postihne vážná mimořádná událost a jejichž celkové sociální a majetkové poměry jsou takové, že jim neumožňují překonat nepříznivou situaci vlastními silami. Takovou událostí se rozumí zejména živelní pohroma (například povodeň, vichřice a vyšší stupně větrné pohromy, zemětřesení), požár nebo jiná destruktivní událost, ekologická nebo průmyslová havárie. Za osobu v hmotné nouzi může orgán pomoci považovat člověka, který nemá vzhledem k příjmům a celkovým sociálním a majetkovým poměrům dostatečné prostředky. Těmito osobami tak mohou být někteří důchodci, ženy samoživitelky nebo zdravotně postižení spoluobčané apod. Všichni tito lidé chodí někde nakupovat a budou vzhledem k rozsahu pomoci vyplácené v poukázkách nuceni hledat obchody, které je akceptují.

Je možné, že lidé, kteří se ocitli v hmotné nouzi, tedy příjemci sociálních dávek, již u Vás dávno nakupují, ale doposud platili hotovostí nebo platební kartou, pokud ji akceptujete. V okamžiku, kdy místo části peněz budou mít v rukou poukázky, je skoro jisté, že půjdou převážně tam, kde za ně nákup uskuteční. Očekává se, že v poukázkách bude každý měsíc vypláceno cca 5 miliard korun. Nemalá část těchto prostředků může skončit i v pokladnách prodejen tradičního trhu. Domníváme se tedy, že se Vás to může poměrně zásadně týkat.

Pro obchody, které na to jsou připraveny, to může znamenat nárůst obrátu v podobě stávajících zákazníků, kteří u Vás utratí více, a nových zákazníků, kteří k Vám přijdou právě proto, že budete poukázky přijímat a budete pro ně v lokalitě nejbližší nebo Vás budou mít např. na trase z úřadu práce, který jim poukázky vyplácí. Pro ty nepřipravené a nezapojené z Vás to naopak může představovat odliv zákazníků, kteří u Vás nebudou schopni poukázky uplatnit, a tedy se ani o nákup nepokusí. Obchodům, které se rozhodnou sociální poukázky přijímat, plyne velká konkurenční výhoda, která na trhu není obvyklá. Každý jednotlivý obchod bude uveden v seznamu partnerů, které akceptují poukázky. Příjemce dávky dostane od úřadu práce seznam těchto obchodů. Je to dokonalý způsob, jak se o Vás

dozvědí spotřebitelé, kteří třeba ani netušili, že Váš obchod je někde poblíž, nebo ti, kteří již poukázky dostávali v minulosti a nemohli je u Vás doposud uplatnit.

Podle vládní Agentury pro sociální začleňování je síť obchodů, které poukázky přijímají, zatím nedostatečná. V některých obcích nejsou žádné obchody, které poukázky v současné době akceptují. Lidé by tak museli prostředky určené na zajištění základních potravin, oblečení a hygienických potřeb utrácet za dojíždění do větších měst. Určitě mnoho z těchto osob by ocenilo, kdyby mohly nakoupit v místě svého bydliště a okolí.

Z velkých řetězců poukázky přijímají obchody Tesco, Penny Market a Albert. To znamená, že je zde obrovský prostor právě pro tradiční trh. Je pouze na Vašem rozhodnutí, zda budete mezi prodejny, které budou poukázky přijímat, a zda z toho budete profitovat Vy i Vaši zákazníci.

Na závěr je možná dobré připomenout, že pokud se rozhodnete akceptovat sociální poukázky, můžete zároveň přijímat také další druhy poukázek v podobě například již zmiňovaných stravenek nebo dárkových poukazů od společností Edenred, Le Chèque Déjeuner a Sodexo Pass



Česká republika, což dále rozšíří spektrum Vašich služeb pro zákazníky a poskytne příležitost k nárůstu Vašich tržeb. Argument, že je zpětný výkup poukázek těmito dodavateli zpoplatněn, a tudíž představuje pro obchod náklad, neobstojí, stejně jako argumentace pro neumožnění platby kartou zákazníků. Marketingové průzkumy ukazují, že všechny tyto nástroje vedou ke zvyšování tržeb a stálosti zákazníků, protože nenutí zákazníka omezovat velikost svého nákupu podle toho, kolik má právě v hotovosti v peněžence. Záleží na každém z Vás, zda vidí v podobných věcech komplikaci, nebo příležitost. My Vám přejeme, aby to bylo to druhé.

Pokud máte k této problematice již své zkušenosti nebo otázky, určitě nám je napište do redakce.



PŘIJÍMEJTE STRAVENKY A SOCIÁLNÍ POUKÁZKY!

výhodně a jednoduše jako člen naší partnerské sítě

Společnost ProVektor – Obchodní aliance JAVOR je jedinou sítí na nezávislém maloobchodním trhu, která má uzavřenou exkluzivní smlouvu na odběr stravenek a poukázek se všemi třemi hlavními vydavateli – Ederend CZ, Up Česká republika (Le Chèque Déjeuner) a Sodexo Pass Česká republika.



CO VÁM TO PŘINESE?

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

CO VÁM HROZÍ, KDYŽ POUKÁZKY NEAKCEPTUJETE?

- ✓ Odliv stávajících zákazníků, kteří se stali nově příjemci poukázek a/nebo příjemci většího objemu prostředků v poukázkách (např. část důchodců, matek samoživitelek, zdravotně postižených osob)

PROČ S NÁMI?

- ✓ Dojednali jsme pro Vás výrazně nižší poplatky za výkup poukázek.
- ✓ Výběr poukázek přímo u Vás v prodejně.
- ✓ Poukázky Vám proplatíme rychleji než napřímo od vydavatelů.
- ✓ Budete prezentováni na webovém vyhledávači jednotlivých vydavatelů poukázek – Ederend CZ, Up Česká republika (Le Chèque Déjeuner) a Sodexo Pass Česká republika.
- ✓ **VŠE ZA VÁS VYŘÍDÍME**



Neváhejte a obraťte se na nás a využijte této jedinečné obchodní příležitosti a konkurenční výhody.
Veškeré informace získáte telefonicky na čísle **605 208 885** nebo e-mailem na stravenky@provektor.cz
Vše Vám rádi vysvětlíme a zařídíme!



**ČLENSTVÍ V TÉTO PARTNERSKÉ
SÍTI NENÍ PODMÍNĚNO ČLENSTVÍM
V OBCHODNÍ ALIANCI JAVOR**



OBCHODNÍ ALIANCE
JAVOR

ÚNOR

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
01-02-2018	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	12/17
02-01-2018	daň z příjmů	odvod zajištění daně	12/17
08-02-2018	zdravotní pojištění	odvod zálohy na zdravotní pojištění osob samostatně výdělečně činných	01/18
08-02-2018	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	12/17
15-02-2018	daň z příjmů	prohlášení poplatníka daně z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti a funkčních požitků	2018
15-02-2018	daň z příjmů	prohlášení k provedení ročního zúčtování záloh na daň a daňové zvýhodnění	2017
20-02-2018	daň z příjmů	odvod záloh daně ze závislé činnosti a funkčních požitků	01/18
20-02-2018	sociální pojištění	odvod zálohy na sociální pojištění OSVČ a pojištění za zaměstnance	01/18
22-01-2018	zdravotní pojištění	odvod zdravotního pojištění za zaměstnance	01/18
20-02-2018	nemocenské pojištění	odvod pojistného na nemocenské pojištění OSVČ	01/18
20-02-2018	pojistné	podání hlášení k záloze na pojistné na důchodové spoření	01/18
26-02-2018	DPH	podání daňového přiznání a zaplacení daně	01/18
26-02-2018	DPH	podání souhrnného měsíčního hlášení	01/18
26-02-2018	DPH	výpis z evidence	01/18
26-02-2018	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	12/17
26-02-2018	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů, pokud vznikl nárok	01/18
26-02-2018	spotřební daň	podání daňového přiznání	01/18
26-02-2018	energetické daně	podání daňového přiznání	01/18
26-02-2018	energetické daně	splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	01/18

BŘEZEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
01-03-2018	daň z příjmů	podání vyúčtování daně z příjmů ze závislé činnosti	2017
12-03-2018	odvod z loterií a jiných podobných her	podání přiznání k odvodu z loterií a jiných podobných her a zaplacení odvodu	2017
15-03-2018	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	01/18
20-03-2018	daň z příjmů	záloha na daň	čtvrtletní
20-03-2018	daň z příjmů	odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	měsíční
26-03-2018	daň z příjmů	elektronické podání vyúčtování daně z příjmů ze závislé činnosti	2017
26-03-2018	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	02/18
26-03-2018	DPH	souhrnné hlášení	02/18
26-03-2018	DPH	kontrolní hlášení za únor 2018	02/18
26-03-2018	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	02/18
27-03-2018	spotřební daň	daňové přiznání	02/18
27-03-2018	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	02/18
28-03-2018	spotřební daň	splatnost daně za leden 2018 (pouze spotřební daň z lihu)	01/18



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.



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



JAVOR

ODKOLEK

— OD ROKU 1850 —

NENÍ CHLEBA JAKO CHLEBA



- ✓ Obsahuje 90 % žitné mouky
- ✓ Vysoký obsah vlákniny

fuzetea®

OBJEV NOVOU NEČEKANOU CHUŤ

K dostání od ledna 2018,
pro objednávky volejte
+420 283 015 666
nebo svého obchodního
zástupce.



KRÁSNÁ ŠUNKA VÝBĚROVÁ



BOŽSKÁ ŠUNKA NEJVYŠŠÍ JAKOSTI



- 5DENNÍ DOBA SPOTŘEBY PO OTEVŘENÍ
- SPECIÁLNÍ BALENÍ BEZ KLIPS
- PRAKTICKÝ OBDELNÍKOVÝ TVAR BEZ NEPRAVIDELNÝCH KONCŮ
- PO NAKROJENÍ NEŠEDNOU DRUHÉ KONCE

OBSAH MASA
94%



JAVOR MOBIL

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

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.

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

Textové a tiskové chyby vyhrazeny.

* 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.

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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