

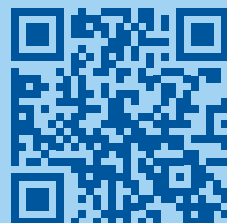
OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO NEZÁVISLÝ
MALOOBCHOD
04 | 2018



z obsahu

- Starobno v novém (4)
- Pojištění v maloobchodě (6)
- Na český gril míří maso i sýr (8)
- SZPI (10)
- Elektromobilita (12)



JEDINEČNÉ POJIŠTĚNÍ VAŠICH PROVOZOVEN ZA BEZKONKURENČNÍ CENU



ECONOMY

pojištění na

400 000 Kč

je kombinací následujících **pojištění majetku** (FLEXA*, voda z potrubí, přírodní nebezpečí, povodeň, přírodní katastrofy, odcizení) a **pojištění odpovědnosti** (škoda nebo jiná újma z vlastnických, nájemních a obdobných vztahů; škoda způsobená vadou výrobku; regresní náhrady ze zdravotního nebo nemocenského pojištění; čistě finanční škoda; křížová odpovědnost)

roční pojistné **2 000 Kč**

GOLD

pojištění na

700 000 Kč

kryje všechny položky z varianty ECONOMY s vyšším krytím.

NAVÍC je tato varianta rozšířena v rámci pojištění majetku o: vandalismus; odcizení peněz a cenností; ztráta peněz a cenností z důvodu FLEXA, vody a přírodního nebezpečí.

roční pojistné **3 450 Kč**

PREMIUM

pojištění na

900 000 Kč

kryje všechny položky z varianty GOLD s ještě vyšším krytím.

NAVÍC v rámci pojištění majetku zahrnuje: nepřímý úder blesku; přepětí; podpětí; rozbití skla. Pojištění odpovědnosti je rozšířeno o doplňkové pojištění věcí třetích osob (převzaté, užívané, skladované).

roční pojistné **5 350 Kč**

Společnost ProVektor, spol. s r.o. – Obchodní aliance JAVOR ve spolupráci s firmou Čázenský & Hlavatý, s.r.o., jedním z největších pojišťovacích makléřů, přináší nabídku mimořádně výhodného pojištění Vašeho podnikání.

Pojištění na míru je sjednáno u Generali Pojišťovna a.s. tak, aby pokrývalo obvyklá i specifická rizika potravinářského maloobchodu. Je určeno nejen maloobchodním prodejnám, ale každému, komu jeho parametry vyhoví.

Jde o pojištění majetku a odpovědnosti TopGEN s mimořádnou slevou a plněním.

Pojištění, které by tak výhodně krylo podobně široký rozsah škod, je jedinečné. Jen díky tomu, že se spojily tři velké a ve svém oboru významné subjekty, z toho Vy nyní můžete těžit výhody.

*FLEXA je anglická zkratka Fire, Lightning, EXplosion, Aircraft = požár (ohně), blesk, výbuch (exploze) a pád letadla.



ČÁZENSKÝ & HLAVATÝ
pojišťovací makléř a poradce s.r.o.

ProVektor
spol. s r.o.

pojisteni@provektor.cz | +420 735 764 973

PROHLÁŠENÍ O GDPR

Vážení čtenáři,

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

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

V případě svého nesouhlasu, tedy pokud už časopis Obchodníkův rádce nechcete dále poštou dostávat, můžete se kdykoliv z rozesílání odhlásit. Stačí nám napsat e-mail na adresu gdpr@lampyris-publishing.cz a my ukončíme zasílání na poštovní adresu, kterou u Vás registrujeme. Současně vymažeme veškerá Vaše osobní data s tímto související.

Redakce časopisu Obchodníkův rádce



Milé čtenářky, vážení čtenáři,

jsme zde s letním číslem našeho časopisu a doufáme, že v něm najdete důležité a zajímavé informace.

Letošní léto s sebou prozatím přineslo dlouhotrvající vysoké teploty, takřka nepřetržitě jasnou oblohu a nedostatek srážek. Zdánlivě by to mohlo vypadat jako skvělý čas pro dovolené a dětské prázdninové radovánky, ale úplně to tak není. Vedra jsou až úmorná a ani v noci teploty příliš neklesají, abychom si mohli po teplém dni odpočinout. Ti, kdo mají zahrady nebo něco pěstují, se jistě radovali, že „Zmrzlí“ nespálili květy plodin, teď je ale trápí obavy, jak to bude s úrodou v důsledku obrovského sucha. A tak všichni běháme s konvičkami s vodou a alespoň zaléváme svoje rajčata, okurky a nebo muškáty na oknech a balkonech, aby ta pohroma byla o trochu menší. Vám obchodníkům teplé počasí určitě přivádí velké množství zákazníků majících zájem o vše studené nebo mražené, roste spotřeba piva a nealkoholických nápojů, minerálek a všech druhů vod. Na druhou stranu i pro Vás musí být velmi úmorné za těchto veder provozovat své každodenní živobytí. Určitě velmi náročné je i zajistit dodržování některých povinností z HACCP, jako je např. nepřerušování teplotního řetěz-

ce. V jedné ze zpráv v rubrice SZPI se můžete dočíst, jak to může dopadnout, když se to nepodaří. Ve stejném oddíle se dozvíte, na jaké produkty si dát pozor a rozhodně je neprodávat. Čeká na Vás rozhovor se sympatickou brand managerkou Starobrna a pak hned důležitý článek o pojištění. Určitě nepřehledněte k této tematice nabídku pojištění pro Vás maloobchodníky. Na trhu podobně výhodný produkt není a určitě si zaslouží Vaši pozornost. Můžete s ním získat více klidu a jistoty za velmi výhodných podmínek. Také připomínáme všem, kdo ještě nemají dořešené GDPR, aby tuto povinnost nepodceňovali. Instituce prozatím částečně tolerují chyby, ale toto toleranční období jednoho dne skončí.

V dalším z článků se dočtete, co se v Česku nejvíce griluje a jaké jsou nákupní trendy. Určitě zajímavé a moderní počtení přináší text o elektromobilitě. Může to být i pro Vás nová příležitost a výzva, proto se tomuto tématu hodláme věnovat více i v budoucnu.

Těšíme se na Vaše příspěvky a podněty, které nám můžete jako vždy posílat do redakce.

Přejeme Vám tímto krásný zbytek léta.

*Za redakci Vás zdraví
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

4. 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



STAROBRNO V NOVÉM



JAK DLOUHO UŽ PRACUJETE PRO STAROBRNO? CO VÁS SEM PŘIVEDLO?

Pro společnost Heineken pracuji celkem přes čtyři roky, pro značku Starobrno pak poslední rok, kdy mé kroky směřovaly zpět do Brna, odkud pocházím.

PROZRADÍTE NĚCO ZE SVÉ MARKETINGOVÉ STRATEGIE? NAPŘÍKLAD JAKÁ MÉDIA BUDETE LETOS NEJVÍCE VYUŽÍVAT PRO PROPAGACI ZNAČKY?

V letošním roce využíváme v komunikaci se zákazníky širokou škálu médií od online nástrojů přes komunikaci na sociálních sítích a reklamy out-of-home po kampaň v rádiu a tištěných médiích. Současně pokračujeme v partnerství se subjekty klíčovými v brněnském regionu – HC Kometa, BVV, Muzeem města Brna a dalšími.

MODERNÍM TRENDEM JSOU MOBILNÍ APLIKACE. CHYSTÁTE NĚJAKOU NOVINKU S VYUŽITÍM VLASTNÍ APPKY?

Vlastní aplikaci nemáme, využíváme ale samozřejmě online komunikaci – video obsah, bannery, sociální sítě.

V LETOŠNÍM ROCE JSTE PŘEDSTAVILI NOVOU KAMPAŇ „ŽIVOT NEPOČKÁ“. MŮŽETE JI TROŠKU PŘIBLÍŽIT A POPSAT, KDE A JAK SE S NÍ MOHOU ZÁKAZNÍCI POTKAT?

Kampaň Život nepočká pro značku Starobrno jsme představili letos v červnu. Pracovali jsme v ní s atmosférou, kterou pro nás představuje typický brněnský život. V Brně žijí otevření a spontánní lidé, kteří mohou být pro zbytek republiky inspirací, aby se nechávali více unášet životem, protože ten nepočká. A přesně tak chceme, aby se lidé cítili u našeho piva. Prakticky jsme kampaň postavili na sérii pěti „akčních“ videí. V nich diváci sledují napínavou honičku Kladase a Padoucha – kladný hrdina ve videu pronásleduje záporného, během honičky se ale vždy dostává do víru života v Brně a celá akce proto nekončí přesně tak, jak by diváci čekali. Kampaň probíhala v online prostředí, na sociálních sítích a také v out-of-home a místech prodeje v hypermarketech a supermarketech.

KDE A NA JAKÝCH AKCÍCH SE V LÉTĚ A NA PODZIM SETKÁME S VAŠIMI PROMO STÁNKY?

Během letních měsíců bylo Starobrno již tradičně partnerem brněnského Majálesu a Trnkobraní ve Vizovicích. Největší akce nás ale teprve čeká, v sobotu 8. září totiž přímo v pivovaru Starobrno pořádáme jako každý rok Den Starobrno. Návštěvníci se mohou těšit na odpoledne a večer plný skvělé zábavy, hudby i soutěží. Starobrnné pivo poteče proudem, závěr bude patřit jako vždy ohňostroji. Celá akce je mezi návštěvníky velmi oblíbená.



Petra Havlišová, Brand Manager, Marketing, HEINEKEN Česká republika a.s.



ná, takže se opět těšíme, že se s našimi zákazníky a fanoušky potkáme na domácí půdě. Obecně vítáme všechny příležitosti, kdy můžeme být s naším pivem přítomni aktivitám našich zákazníků.

CO VEDLO K TOMU, ŽE JSTE UVEDLI NA TRH „STARÉ BRNO“?

Staré Brno je světlé výčepní pivo určené spotřebitelům v domácím regionu a odkazuje na dlouholetou historii vaření piva na starém Brně. Jeho název má především připomenout, kde je pivo doma. A právě v této nejstarší části města se také začala odvíjet předlouhá historie vaření piva ve městě. Do obchodní sítě i do hospod bylo Staré Brno uváděno od března. Za zmínku stojí také nová etiketa s historickým vzhledem, kterou ocenili sběratelé.

PROČ MĚNÍTE NOVÝ DESIGN PLECHOVEK, SKLENĚNÝCH LAHVÍ A PET OBALŮ?

Chtěli jsme jednoduše omladit a modernizovat design. Cílem bylo vytvořit design vyznačující se vzdušností, jednoduchostí a menší zdobností než dříve. Nový design měl co nejvíce korespondovat s pozicí značky, což se dle mého názoru povedlo. Dlouhodobě se značkou Starobrno snažíme motivovat lidi, aby opustili svoji bublinu a otevřeli se známým i neznámým lidem kolem sebe, s nimiž budou sdílet dobrou náladu a společné chvíle nad pivem. Tím se vracím ke zmíně

né kampani Život nepočká, s níž jde změna designu ruku v ruce.

CO OD TÉTO ZMĚNY OČEKÁVÁTE?

Především rozšíření povědomí o naší značce a produktech mimo domácí region. To si neslibujeme pouze od nového designu, ale samozřejmě také od kampaně Život nepočká.

CO CHYSTÁTE NA PODZIM A NA KONEC ROKU? CHYSTÁTE NOVINKY NEBO LIMITOVANÉ EDICE?

Na podzim chystáme již tradičně oblíbenou limitovanou edici s hráči HC Kometa k oslavě druhého vítězství v extralize a také pokračující spolupráce. S klubem Kometa spolupracujeme již od roku 2012, v letošním roce jsme podepsali smlouvu o partnerství na další tři roky a jsme tedy i nadále GOLD hlavním partnerem.

JAKÉ PIVO MÁTE NEJRADĚJI?

Nejraději mám nefiltrovaný starobrněnský ležák, ale vychutnám si i ostatní naše piva.

DĚKUJEME ZA ROZHOVOR



POJIŠTĚNÍ V MALOOBCHODĚ

V minulém čísle jste mohli najít malý úvod do pojištění, nyní se na jednotlivé druhy podíváme detailněji.

MAJETKOVÉ POJIŠTĚNÍ

Jde o nejčastěji uzavírané pojištění a tvoří převážnou část pojištění. Spadají do něj věci movité i nemovité či zájmy. Zájmy se rozumí pohledávky, úvěry nebo vklady. Za nemovitou věc se považují pozemky a stavby spojené se zemí pevným základem. Ostatní věci jsou chápány jako movité. Jde o věci, které jsou ve vlastnictví pojištěné osoby nebo s nimi tato má právo hospodařit.

V případě prodeje s potravinami se jedná například o nebytové prostory prodejny, místo pro zaparkování, zařízení prodejny a služební motorová vozidla, pokud nějaká vlastní.

V tomto pojištění se obvykle objevují výluky z pojištění, kde jde o následující rizika:

- válečné události, ozbrojené konflikty, vnitrostátní nepokoje a vojenské, policejní a úřední opatření,
- povstání, stávkové či vzpoury,
- teroristické útoky a jiné násilné jednání,
- jaderná rizika, radioaktivita.

Pro sjednání jednotlivých pojištění musí podnikatelský subjekt zajistit podklady, které jsou důležité pro sjednání pojištění:

- výpis z obchodního rejstříku nebo výpis z živnostenského listu nebo koncesní listina nebo jiný dokument vymezující právní subjektivitu podnikatele,
- náčrtek stavby, kde se prodejna nachází,
- znalecký posudek nebo jiný dokument, který oceňuje danou věc – provádí ho znalec nebo firma, které se zabývají oceňováním nemovitých nebo movitých věcí,
- požární zpráva,
- seznam movitých věcí,
- přehled o požadovaných pojistných krytích na jednotlivá pojistná rizika,
- výroční zpráva, výpis o výsledcích hospodaření a počet zaměstnanců,
- doklad o škodním průběhu v požadovaných rizicích za poslední období atd.

ŽIVELNÍ POJIŠTĚNÍ

Mezi základní živelní rizika patří tzv. FLEXA. Jde o zkratku ze čtyř anglických slov: Fire (ohněň), Lightning (přímý úder blesku), Explosion (výbuch) a Aircraft falling (pád letadla) – za podmínky, že letadlo

spadne i s posádkou. Tyto události jsou nejčastějšími zdroji rizik a jsou považovány za základ pojistné ochrany. Ostatní živelní rizika, proti kterým se lze připojistit, jsou:

- povodeň a záplava,
- vichřice nebo krupobití,
- sesouvání půdy, zřícení skal nebo zemin, sesouvání nebo zřícení sněhových lavin,
- zemětřesení (v České republice nemá toto připojištění moc velký význam, jelikož se naše území nachází v oblasti, kde k nim nedochází),
- náraz dopravního prostředku.

Některé pojmy se pletou, například povodeň a záplava. Povodeň je zaplavení větších či menších územních celků vodou, která se vylila z břehů vodních toků nebo nádrží nebo tyto břehy a hráze protrhla nebo byla způsobena náhlým a neočekávaným zmenšením průtočného profilu toku. Záplava je vytvoření souvislé ucelené vodní plochy, na které bude voda delší dobu stát, popřípadě po ní proudit, a způsobí škody na pojištěných věcech. Záplava je tedy i na střeše budovy po průtrži mračen, kdy je celá střecha zalitá vodou. Povodeň je vždy voda, která opustila vodní tok a rozlila se. Specifické riziko jsou vodovodní škody, kdy podmínkou výplaty plnění je, že voda opustila vodovodní trubky (vodovodní zařízení).

POJIŠTĚNÍ BUDOV A STAVEB

Každý podnikatelský subjekt potřebuje mít prostory vyhrazené k podnikání. Pojištění budov a staveb kryje škody, které mohou nastat v těchto prostorách. V případě obchodu s potravinami jde o nebytové prostory.

Pojištění se sjednává většinou na živelní rizika, případně se lze pojistit na více rizik. Záleží na tom, čemu daný prostor slouží. Riziko je ovlivněno z několika hledisek. Zkoumá se použití stavebních materiálů, vybavení, počet podlaží apod. Pomocí toho se pak určují sazby a pojišťuje se na novou hodnotu. Pojistnou částku stanovuje pojišťitel. Pokud pojistnou částku stanovuje pojištěný, je tomu tak pouze na vlastní zodpovědnost.

Pojistnou částku si vždy na své vlastní riziko stanovuje pojištěný. Pojišťovna nemůže disponovat znalci na hodnotu – cenu jednotlivých věcí, jen může být nápomocná. Ale pojistná částka je vždy cena, kterou

si stanoví pojištěný. Pojištěný ví, za kolik koupil automobil, když Škoda Octavia může stát nová 350 000 Kč nebo i 1 200 000 Kč atd., nemluvě o ceně nákupu nábytku nebo o nákupu nového domu.

K tomuto pojištění lze většinou sjednat ještě následující rizika:

- vodovodní,
- odcizení,
- vandalismus.

POJIŠTĚNÍ PRO PŘÍPAD POŠKOZENÍ NEBO ZNIČENÍ VĚCI VODOU Z VODOVODNÍHO ZAŘÍZENÍ

Podmínkou pro výplatu je voda, která uniká z vodovodního zařízení nebo z nádrže, jiná kapalina nebo pára, která uniká z topení, voda unikající z odváděcího zařízení apod. Toto pojištění má právě důležitý význam pro ochranu zásob a pro pojištění skladů, ale i samotného obchodu.

POJIŠTĚNÍ PRO PŘÍPAD ODCIZENÍ

Je nutno rozlišovat tři základní pojmy: krádež, loupež a vloupání. Podmínkou všech je, že pachatel musí překonat překážky a opatření, která chrání majetek před odcizením. Pojišťovna vyplatí pojistné plnění pouze v případě, že nebyl nalezen pachatel. V případě, že policie zatkne pachatele, pojišťovna nic nehradí a vzniklou škodu musí zaplatit pachatel.

POJIŠTĚNÍ PROTI VANDALISMU

Jde o úmyslné poškození nebo zničení věci.

POJIŠTĚNÍ STROJNÍCH A ELEKTRONICKÝCH ZAŘÍZENÍ

Je určeno pro veškerá zařízení, jejichž podstatu tvoří elektronické nebo elektrotechnické vybavení. Patří sem například kancelářská technika (telefon, fax, kopírka, tiskárny, scanner apod.), zabezpečovací a výpočetní technika, pokladny, přístroje na krájení sýrů nebo salámů či váhy. Obvykle se toto pojištění sjednává pro případ poškození nebo zničení věci nahodilou událostí, kromě výluk, které jsou uvedeny v pojistných podmínkách. Z pojištění jsou vyloučeny škody, které byly způsobeny například následkem trvalého vlivu provozu nebo postupného stárnutí věci či trvalého působení vlhkosti, chemických, teplotních, mechanických a elektrických vlivů.

POJIŠTĚNÍ CHLADÍRENSKÝCH ZAŘÍZENÍ

Zde se rozlišuje, zda jde o chladírenská zařízení, ve kterých provozní teplota dosahuje nad 0 °C a jsou určena pouze k přechodnému uskladnění uložených věcí před prodejem. V případě ztráty funkčnosti chladicího zařízení dochází velmi rychle ke zvýšení teploty a znehodnocení věcí v něm. Mrazicí zařízení, v nichž je provozní teplota vždy pod 0 °C, pro případ dlouhodobého zamrazení mívají provozní teplotu minimálně -18 °C. V případě ztráty funkčnosti se v nich zvyšuje teplota pomaleji. Pojištění se sjednává pro případ:

- znehodnocení,
- poškození,
- zničení.

Podmínkou pro uznání pojistné události je, že k ní došlo v důsledku přerušení chladicího nebo mrazicího účinku, kromě výluk. Pojišťuje se na první riziko.

POJIŠTĚNÍ SKEL, VÝLOH, NEONOVÝCH TRUBIC A MARKÝZ

Lze sjednat na zničení či poškození okeních skel, která jsou pevně osazena nebo zasazena ve vnějším plášti budovy, a výlohových skel, která jsou součástí vnějšího obvodového pláště a výloh uvnitř budovy. Dále jsou předmětem pojištění skleněné dveře, pulty, stěny, mramorové a jiné kamenné desky umístěné uvnitř budovy.

Pojistné plnění je vyplaceno, došlo-li k rozbití, prasknutí nebo k takovému poškození, že je nutná výměna. Vyloučeny jsou například škody vzniklé instalací, montáží, demontáží, při přepravě či dopravě. Další výlukou je výrobní vada skla.

POJIŠTĚNÍ ZÁSOB, ÚVĚRU A PENĚZ

Výše pojistného se stanoví podle rizika, které se do pojištění přibírá. Dalším hlediskem je stav zásob nebo charakter zásob. Pojišťuje se z pravidla na první riziko. Pojistná částka je striktní hranicí pojistného plnění za určité období. U většiny pojištění je nutné vždy nastudovat podrobně pojistné podmínky a zjistit si všechny výluky.

POJIŠTĚNÍ ÚVĚRU

Podstatou pojištění je riziko nezaplacení úvěru dlužníkem. Jsou kryta pouze ta rizika, která jsou dohodnuta ve smlouvě, například obecné pojištění platební neschopnosti či proti vyhlášení konkurzu. U těchto pojištění se vyžaduje poměrně velká spoluúčast.

POJIŠTĚNÍ PENĚZ

Jak již z názvu vyplývá, předmětem jsou peníze, a také ceniny jako známky, kolky a telefonní karty. Pojistné plnění se vyplácí v případech, kdy jsou splněny podmínky. Jde například o peníze posílané poštou či peníze, které přenáší zaměstnanec z obchodu do banky.

Mezi výluky patří třeba manko způsobené chybou nebo omylem, pokud je například klíč od trezoru zanechán na místě, kde nemá být.

POJIŠTĚNÍ PŘERUŠENÍ PROVOZU

Toto tzv. šomázní pojištění se sjednává pro případ, kdy dojde k pojistné události, jejímž následkem nemůže podnikatel dále provozovat svou činnost. Dochází k přerušení činnosti.

Další šomázní pojištění se vztahuje na škody způsobené následkem nefunkčnosti technických zařízení. Jde o škodu, která vznikla v důsledku toho, že dodavatel není schopen dodávat. Sem by se řadilo přerušení dodávek elektrického proudu, plynu, vody apod.

Obecně se pojištění přerušení provozu sjednává pro „přežití podniku“ po dobu přerušení provozu. Přestože je provoz přerušen, vznikají náklady, které se musí hradit. Jde například o fixní náklady – mzdy, pojistné, nájemné apod., služby účetní firmy, daňového poradce.

POJIŠTĚNÍ ODPOVĚDNOSTI ZA MAJITELE ČI NÁJEMCE NEMOVITOSTI

Pojištění Vás finančně ochrání v případě škody, kterou způsobíte třetí osobě při svém podnikání. Jde o škody na životě, zdraví nebo věci a následné finanční škody. V mnoha případech odpovídáte za výsledek bez ohledu na zavinění. Podnikat bez zmíněného pojištění je poměrně riskantní, proto je velice důležité mít ho sjednané.

Představte si, že Váš zákazník zavadí o regál ve Vaší prodejně, roztrhne si svetr a ještě na něj regál spadne a poraní ho. Je dlouhodobě nemocen a má následky. Pak může dojít k vyplácení doživotní renty poškozenému, náhradu ztráty jeho výdělku nebo i ušlého zisku. Zmíněná rizika není dobré podceňovat a je dobré se dobře poradit, jak toto pojištění pro Vás správně uzavřít.

POJIŠTĚNÍ ODPOVĚDNOSTI ZA VÝROBEK

Tento druh pojištění začíná u nás nabývat na významu. Prodávající už většinou vyžadují, aby bylo toto pojištění uzavřeno u výrobce. Nechtějí, aby na ně přecházelo riziko, které

může nastat. Toto pojištění minimalizuje škody, které může vadný výrobek (za který ručíte jako prodejce či výrobce) způsobit konečnému spotřebiteli. Z pojistky je hrazena také případná zdravotní péče, kterou může poškozený spotřebitel potřebovat.

Lze také využít pojištění odpovědnosti za škody vzniklé v důsledku stažení výrobku z trhu z důvodu nesplnění požadavků na bezpečnost výrobku z hlediska ohrožení života nebo zdraví (známé je pod názvem Product Recall), které hradí náklady vynaložené na stažení výrobku z trhu.

Kritici pojištění vždy uvádějí, že je přece zbytečné pravidelně platit za něco, co nemusí nikdy nastat. Vtip je v tom, že součet pravidelně placených pojistných částek za nějaké období bývá většinou nižší než výše škodní události, která může nastat, a hlavně že pak jde o situaci, kdy je třeba nárazově vydat větší množství peněz. Další věc je, že některé škody jdou ruku v ruce, čímž se celkově situace zhoršuje v případě, že pojištění neexistuje. I přesto, že pojištění představuje náklad a nemůže řešit úplně všechny situace, si troufáme říci, že by mělo být součástí Vašeho podnikání, abyste lépe ochránili svoji budoucnost. Jakmile vznikne škoda a nebudete správně nebo vůbec pojištěni, vše budete muset uhradit z vlastních prostředků. V případě, že půjde o malou událost, to zřejmě zvládnete, ale může se stát, že Vás to může na dlouho úplně ochromit a zničit Vaše podnikání.

V našem článku jsme se pokusili více přiblížit problematiku pojištění, jímž se každý podnikatel může chránit před negativními událostmi. Je dobré zvážit všechna rizika a více se o problematiku pojištění podnikatelů zajímat. Určitě Vám ale doporučujeme, pokud sami nejste vyškolení specialisté, obrátit se na odborníka a vybrat s ním kvalitní produkty na míru Vaším potřebám a specifickým Vašeho podnikání či života. Dnes již cca 80% pojištěných využívá služeb pojišťovacích makléřů. Pozor na zaměňování s dealery pojišťoven nebo-li s pojišťovacími agenty. Pojišťovací makléř pracuje pro klienta, má smlouvu s klientem a hájí jeho zájmy. Pojišťovací agent pracuje na základě své smlouvy s pojišťovnou. Zastupuje pojišťovnu, a tedy logicky hájí zájmy pojišťovny.

V České republice existuje asociace profesionálů v pojištění, a to Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM). Je dobré si ověřit certifikaci pojišťovacího makléře, který Vám nabízí své služby, a nezaměnit makléře za finančního poradce.



ČEŠI GRILOVÁNÍ MILUJÍ. OD JARA DO PODZIMU PŘIPRAVUJÍ TÍMTO ZPŮSOBEM MASO, UZENINY, SÝRY I ZELENINU. K DOCHUCENÍ NEJRADĚJI POUŽÍVAJÍ OSVĚDČENÉ KOŘENÍ A OCHUCOVADLA, NICMÉNĚ NEBRÁNÍ SE ANI EXPERIMENTŮM.

Z grilování se stává forma společenské zábavy. Protože na zahradní party přicházejí také přátelé a známí, nakupují Češi kvalitnější suroviny, aby se před nimi mohli náležitě blýsknout. Snaha o zdravější životní styl jim pak velí sledovat složení.

Přestože je možné připravovat grilované pokrmy po celý rok, typický sortiment určený pro grilování má své nejsilnější zastoupení v nákupních koších českých domácností během letních měsíců. „Během posledních tří let vykazovaly domácnosti shodně nejvyšší výdaje za grilovací sortiment právě během letních měsíců. Nárůst výdajů domácností je možné sledovat už od května a trvá až do září. Také za posledních dvanáct měsíců celkové výdaje domácností na grilovací sortiment rostly,“ konstatuje Jaroslava Brzáková, konzultantka Spotřebitelského panelu společnosti GfK.

NA OHNI SE GRILUJÍ HLAVNĚ UZENINY A KLOBÁSY

Alespoň jednu položku z potravin, koření či přílohových omáček určených ke grilování nakoupilo během roku sedm z deseti českých domácností. V porovnání s ostatními měsíci se pak během letních měsíců zvýšil podle dat ze Spotřebitelského panelu počet domácností nakupujících sortiment na grilování až trojnásobně. Jednoznačně nejvíc domácností utratily za všechny masové produkty určené ke grilování, následoval sýr na grilování

a grilovací koření a ochucovadla. Masové produkty jako jsou klobásky či salámy určené na gril a koření (včetně ochucovadel) našly místo v nákupních koších domácností během roku až třikrát, sýry na grilování pak v průměru dvakrát. Z masných výrobků určených na grilování nakupovalo nejvíce domácností uzeniny a klobásky, přičemž v průměru si každá domácnost nakoupila této grilovací pochoutky 1,6 kg ročně. Čerstvé maso připravené ke grilování nakupovalo ve srovnání s uzeninami méně domácností, přičemž v průměru takto připraveného masa nakoupily 1,4 kg.

ČEŠI PŘICHÁZEJÍ NA CHUŤ SÝRU

Za skokana roku mohou být právem označeny sýry na grilování. V porovnání s ostatním sortimentem výdaje domácností na tuto pochoutku meziročně rostly, přičemž byla během roku převážná většina výdajů usku-tečněna v době od května do září. Grilovacích sýrů nakoupily domácnosti v průměru 0,8 kg. Podle výdajů domácností se jako typický sortiment vhodný pro grilování ukázaly také marinády a studené přílohové omáčky. „Od května do září za marinády domácnosti vydaly téměř dvě třetiny výdajů za tento sortiment a také je v tomto období nakupovalo v porovnání s ostatními měsíci v roce více domácností,“ popisuje Jaroslava Brzáková.

SPOTŘEBITELE ZAJÍMÁ SLOŽENÍ I KVALITA

Sezona grilování je silně závislá na počasí, nicméně podle slov nákupčího společnosti Tesco Stores ČR Františka Hlavatého je za její počátek možné považovat konec dubna, kdy Češi podle tradice pálí čarodějnice. Podle něj také Češi od produktů na grilování stále více požadují kvalitní výrobky s vyšším obsahem

masa a vracejí se k vyzkoušeným položkám z minulé sezony. Stále nejoblíbenější jsou špekáčky, přičemž velká část zákazníků má svého vyzkoušeného výrobce. „Z našeho pohledu dnešní zákazník kladě větší důraz na zdravou výživu a velmi se zajímá o složení. S tím souvisí naše stálá snaha omezovat v našich výrobcích přítomnost konzervantů, zcela zabránit použití barviv a látek zvýrazňujících chuť nebo vůni,“ přidává se Renata Maierl, tisková mluvčí společnosti Kaufland, která pro své zákazníky plánuje také doprovodné akce na téma zdravé grilování. Oba prodejci se pak shodují, že se mezi zákazníky velké oblibě těší regionální produkty, a to i přes jejich vyšší cenu. „Aktuálním tématem nejen ve vztahu ke grilovacímu sortimentu je čerstvost a s tím spojené zkracování dodavatelského řetězce,“ přidává se výkonný ředitel Svazu zpracovatelů masa Jan Katina.

SEZONU ZAHAJUJÍ ŠPEKÁČKY

Trendem v oblasti grilovacích produktů jsou různé variace v podobě nových a netradičních chutí. „Spotřebitelé také vítají různé varianty balení podle hmotnosti, ať už rodinné balení, nebo po jedné porci, která například u grilovacích klobásek představuje dvě nožky,“ naznačuje Michal Tkadlec, marketingový manažer firmy MP Krásno. K tradičním produktům patří špekáček, jehož sezona je v podstatě celoroční, nicméně enormní zájem je o něj zejména na čarodějnice, kdy zahajuje sezonu grilování. V průběhu léta jsou pak zákazníci přikloněni zpestřit si gril party netradičními produkty s novými příchutěmi a v různých tvarech. „Při prodeji těchto výrobků hraje velkou roli také obal, u kterého je již nutností na něm zobrazit prvky spojené s grilováním a pohodou ve volném čase,“ upozorňuje Michal Tkadlec. Kromě již osvědčených výrobků



připravila firma Vodňanská drůbež pro letošní sezonu několik novinek z drůbežího marinovaného masa. „Letos poprvé jako novinku uvádíme na trh rozšířený sortiment kachního masa na gril a několik variant marinovaných kuřecích dílů s kostí i bez kosti připravených již na hliníkových tálcích anebo v praktických kyblících,“ popisuje Jan Pavlů z divize komunikace společnosti Agrofert. Všechny výrobky určené pro grilování vycházejí vstřícně spotřebitelským trendům, takže jsou bez „éček“ a maso pochází výhradně od českých chovatelů.

ČEŠI JSOU V CHUTÍCH SPÍŠE KONZERVATIVNÍ

Také do oblasti grilování se hodně přenáší novodobé výživové tendence jako vegetariánství a veganství. Grilují se také hodně ryby, různá zelenina a sýry. „Vitana má například Kořenící směs na grilovaný sýr bez soli, Směs koření na ryby, Směs na grilovanou zeleninu. Všechny naše výrobky na grilování jsou samozřejmě bez přidaného glutamátu. V souladu se zdravotními trendy máme řadu kořenících směsí zcela bez soli, přičemž jejich prodej dlouhodobě roste. V poslední době pozorujeme nárůst prodeje hotových tekutých marinád. U kořenících směsí, které se používají na ochucení grilovaných pokrmů, zdaleka nejčastěji dávají zákazníci přednost osvědčeným variantám,“ popisuje trend Alice Feixová, Product Group Manager společnosti Vitana.

ROSTE PRODEJ KOŘENÍ V MLÝNKU

Za koření (včetně pepře) se podle dat společnosti Nielsen na českém maloobchodním trhu (v prodejnách s potravinami a smíšeným zbožím, Makro vyloučeno) v období od února 2017 do ledna 2018 utratilo celkem více než

1,7 mld. Kč. V objemovém vyjádření spotřebitelé v České republice nakoupili za uvedené období přes 3,8 tis. tun koření včetně pepře. Hodnota prodaného zboží této kategorie v meziročním porovnání vzrostla o 2,3 %, ovšem objemové prodeje klesly o 7,4 %. Tento trend značí, že kategorie v meziročním porovnání zdražila; cena za kilogram koření meziročně vzrostla o 10,4 %. „Nejprodávanejším druhem koření, co se týká objemu prodeje, byla směs bylin a koření, následovaná sladkou paprikou a kmínem. Mezi další druhy koření s vysokým objemem prodeje patří česnek, skořice či kari,“ popisuje Rita Vachková, konzultantka klientského oddělení společnosti Nielsen. V meziročním porovnání se zvýšila hodnota prodeje koření v nejprodávanejším druhu obalu – sáčku. V objemových prodejích však tento typ obalu ztrácí. Nejvíce rostou prodeje koření v mlýnku, a to jak v hodnotě (23,6 %), tak v objemu (14,9 %)

„Stále přetrvává klasika a tradiční směsi, ale vliv médií a zejména pak pořady o vaření a výživě vedou k poptávce našich zákazníků po netradičních kořenících směsích určených k přípravě lehčích pokrmů a více se také klade důraz na složení směsí,“ přidává se František Lokvenc, obchodní ředitel společnosti Drana. „Jedním z důvodů je trend foodbloggerů a zdravého životního stylu či jednoduše to, že spotřebitelé chtějí kvalitu a kontrolují si, co kupují a proč,“ dodává Erika Moudrá, marketingová manažerka společnosti Boneco. Na trend zdravého životního stylu reaguje svými novinkami také společnost Kand, která na trh uvede tři nové druhy dresinků vyrobených čistě na přírodní bázi. „Češi jsou v podstatě konzervativní spotřebitelé, kteří mají stále nejvíce oblíbené tradiční české chutě. Nicméně ne nevýznamná část

spotřebitelů také ráda experimentuje a zkouší třeba různé nové chuti ze zahraničí,“ přidává se Petr Kopáček, PR manažer firmy Hamé. Ta pro ně letos přichystala nové ostřejší omáčky. „Z našeho sortimentu je stále největší zájem o bestsellery, jako je například Exotic Food sladká chilli omáčka,“ dokresluje Michal Feitl, výkonný ředitel společnosti F. W. Tandoori.

K MASU PATŘÍ BYLINKY I PEČIVO

U bylin spojených s grilováním zažívá růst saturejka a citronový tymián. Nicméně obecně je příchod tepla a grilování spojen s růstem používání bylin, protože ke grilovanému masu, na které se nejvíce používá tymián a rozmarýn, se připravují saláty, do nichž míří bazalka a meduňka. Dále se pak začínají připravovat také koktejly s mátou a meduňkou. „Relativně velký růst zažívá koriandr, ale byť ho někdo dává na maso při grilování nebo do marinády či do salátu, spíše se domnívám, že je jeho rostoucí obliba spojena se vzrůstající oblibou vaření asijských jídel doma,“ konstatuje Vojtěch Havránek, Managing Partner firmy Titbit. Grilovací sezona je podle Barbory Uličné, produktové manažerky společnosti Penam, také ideální dobou pro otestování novinek. „Češi jsou v tomto období více otevření vyzkoušet chuťově výraznější pečivo, když vybírají, s čím kombinovat grilované maso nebo zeleninu. A nám to napoví, které výrobky by v budoucnu mohly uspět i celoročně,“ říká Barbora Uličná. Firma proto v současnosti rozšířila řadu Grill Me o dvě novinky – Večku pikant a Chléb cibulový. „Do grilovacího obalu jsme na sezonu převlékli také naše nové Super sandwiche, které vyrábíme podle nové receptury z české mouky, s přírodním kvasem a bez přidání konzervačních látek,“ uzavírá Barbora Uličná. Pkn

Zdroj: Retail News

INSPEKCE ZJISTILA ČAJ S TROPANOVÝMI ALKALOIDY V DISTRIBUČNÍ SÍTI ŘETĚZCE TESCO

SZPI zjistila nevyhovující čaj TESCO MIX OF HERBS bylinný čaj, porcovaný v distribuční síti společnosti Tesco Stores ČR a.s.

Laboratorní analýza v akreditované laboratoři SZPI potvrdila přítomnost atropinu v množství 213 µg/kg a skopolaminu v množství 44,7 µg/kg. Atropin a skopolamin jsou tropanové alkaloidy se známými negativními účinky na lidské zdraví a nesmějí být v potravinách přítomny.

Potravina nesla označení data minimální trvanlivosti do 05. 2019, šarže L3496/2/125, a jejím distributorem na českém trhu byla společnost Tesco Stores ČR a.s., Vršovická 68/1527, 100 00 Praha.

Čaj není vhodný k lidské spotřebě, a to především v případě dětí a starších lidí. Inspekce spotřebitelům doporučuje, aby se vyhnuli konzumaci uvedené šarže.

Kontrolované osobě bylo uloženo opatření k okamžitému stažení předmětné šarže ze všech svých provozoven a bude s ní zahájeno správní řízení o uložení sankce.

SZPI výše uvedené zjištění notifikovala v evropském systému rychlého varování RASFF.

DALŠÍ PŘÍPAD FALŠOVÁNÍ U MASNÉ KONZERVY Z POLSKA

Další případ falšování u masové konzervy polského původu zjistili inspektoři SZPI v distribuční síti společnosti Kaufland Česká republika v.o.s.

Šlo o potravinu KONZERVA S DRŮBEŽÍM MASEM, sterilovaná konzerva, drůbeží šunka mletá, šarže 0182, označení data minimální trvanlivosti 240119, země původu: Polsko. Masný výrobek na etiketě deklaroval obsah kuřecího masa 59 %, ve skutečnosti však konzerva obsahovala pouze 47,7 % kuřecího masa, tedy o téměř 12 % méně.

Vzorek byl odebrán v provozovně Kaufland Česká republika v.o.s., Před Tratí 2/891, 73564 Havířov - Prostřední Suchá a výrobem potraviny byla společnost Zakłady Mięsne Werbliński Sp. z o.o., Dębniaki Kaliskie 22 62-800 Kalisz, Polsko.

Inspekce kontrolované osobě nařídila stáhnout předmětnou potravinu ze všech svých provozoven a zahájí s ní správní řízení o uložení pokuty.

Vzhledem k opakovaným zjištěním falšování u tohoto druhu komodity bude inspekce i nadále pokračovat v kontrolách s nesníženou intenzitou.

POTRAVINÁŘSKÁ INSPEKCE ZAKÁZALA CUKROVINKY NEBEZPEČNÉ PRO ALERGIKY

SZPI nařídila společnosti Kaufland Česká republika v.o.s., aby neprodleně stáhla ze své tržní sítě nevyhovující potraviny Madison – Sušenky s kousky tmavé a mléčné čokolády a rozinkami v balení 150 g, datum minimální trvanlivosti do 12. 3. 2019, číslo šarže: L3181111, výrobce neuveden, země původu: Polsko.

Analýza SZPI u odebraného vzorku prokázala přítomnost alergenu arašídů v koncentraci 2670 miligramů na kilogram (mg/kg). Výrobce na obal uvedl: „může obsahovat stopy arašídů“. Vzhledem k tomu, že naměřená koncentrace arašídů více než 100× překračuje množství uznatelné jako „stopy“, jde o potravinu, která představuje významné zdravotní riziko pro osoby s alergií nebo intolerancí na arašíd. Inspektoři SZPI proto nařídili stažení nevyhovující šarže ze všech poboček prodejce.

Potravinářská inspekce dále nařídila společnosti VIOLET KANGAROO s.r.o., aby neprodleně stáhla z trhu a informovala všechny své odběratele o nevyhovující potravine ROSHEN, bublinková hořká čokoláda v balení 85 g, s datem minimální trvanlivosti

do 30. 9. 2019, číslo šarže: 31.03.18 1, výrobce neuveden, země původu: Ukrajina.

Analýza SZPI u odebraného vzorku prokázala přítomnost alergenu mléčná bílkovina v koncentraci 2970 mg/kg. Výrobce na obal neuvedl jakoukoli informaci o přítomnosti předmětného alergenu a jde proto o potravinu, která představuje významné zdravotní riziko pro osoby s alergií nebo intolerancí na mléčnou bílkovinu. Inspektoři SZPI nařídili stažení nevyhovující šarže ze všech poboček prodejce a od jeho odběratelů.

SZPI zahájí s kontrolovanými osobami správní řízení o uložení pokuty a v kontrolách segmentu bude pokračovat.

LABORATORNÍ ANALÝZY SZPI POTVRDILY VÝZNAMNÉ FALŠOVÁNÍ A JAKOSTNÍ PROHŘEŠKY U MEDŮ DISTRIBUOVANÝCH NA TRH POD NÁZVEM FIKTIVNÍHO VÝROBCE

Jak jsme Vás již dříve informovali, inspektoři SZPI zjistili v tržní síti v březnu tohoto roku u dvou jihomoravských prodejců několik šarží medů, které byly na etiketě označeny názvem neexistujícího výrobce: Český med, Valašské meziříčí, Česká republika. Ke zboží byl také připojen paragon, uvádějící nepravdivé IČO, název firmy a adresu výrobce: ČESKÝ MED, Bezručova 24, Valašské Meziříčí. Produkty byly mimo jiné doprovázeny falešným certifikátem Výzkumného ústavu včelařského v Dole.

V jednom případě dodavatel zneužíval údaje existujícího tuzemského výrobce a inspekce přistoupila k podání trestního oznámení na neznámého pachatele.

Dodatečné laboratorní analýzy SZPI prokázaly u níže uvedených medů hodnoty, které prokazují záměrné falšování nebo neodborné zacházení, které zásadně mění charakter medu a snižují jeho jakost:

Med lesní – medovicový, datum minimální trvanlivosti do 2019. V odebraném vzorku byla zjištěna přítomnost cizích cukrů (med



nesmí obsahovat žádné jiné látky, aditiva, s výjimkou jiného druhu medu), med měl světlou barvu oproti tmavohnědé, která je typická pro tento druh a vykazoval netypickou chuť (ovocná, sladová, bylinná), tj. jeho organoleptické vlastnosti vůbec neodpovídaly medu. Pylová analýza medu prokázala jiný botanický původ, než byl uveden v názvu výrobku.

Český med květový smíšený, datum minimální trvanlivosti do 8. 10. 2019. Analýza prokázala přítomnost cizích cukrů a organoleptické vlastnosti vůbec neodpovídaly medu, tj. med měl netypickou barvu, chuť i vůni a pylová analýza prokázala klamání o uváděném druhu medu.

Med lesní medovicový, bez data minimální trvanlivosti a označení šarže. Rozbor prokázal přítomnost cizích cukrů, netypickou chuť i vůni medu a jiný botanický původ medu, než je uveden v názvu výrobku.

Mimo výše uvedená pochybení prokázaly již prvotní analýzy uvedených medů nevyhovění v parametrech aktivita diastázy (nižší než požadovaná aktivita enzymu diastáza – indikuje sníženou jakost medu ředěním nebo neodborným zacházením), sacharóza a HMF (vyšší než povolená přítomnost hydroxymetylfurfuralu – indikuje sníženou jakost medu).

Vzhledem k těmto zjištěním SZPI doporučuje všem prodejcům a obchodníkům s medem, aby věnovali zvýšenou pozornost autenticitě původu tohoto sortimentu a ověřovali si ji přímo u dodavatelů nebo výrobců medu. V případě pochybností ohledně původu medu nebo při nestandardních a podezřelých praktikách na straně dodavatelů se mohou prodejci obrátit přímo na SZPI.

POTRAVINÁŘSKÁ INSPEKCE ZAKÁZALA V TRŽNICI SAPA 1,7 TUNY „MRAŽENÝCH A CHLAZENÝCH“ POTRAVIN PŘEPRAVOVANÝCH PŘI TEPLOTĚ AŽ 34 °C

SZPI uskutečnila kontrolu přepravy potravin v rámci kontrolní akce v areálu pražské tržnice SAPA. Akce se vedle SZPI účastnili zástupci Policie ČR, Celní správy a Státní veterinární správy.

U celkem tří automobilů inspektoři SZPI zjistili hrubé porušení bezpečnosti při přepravě potravin a zakázali uvádět do oběhu celkem 1 733 kg v nich transportovaných potravin. Jde o následující zjištění:

Automobil bez chladicího zařízení provozovatele SHIN s.r.o. Inspektoři mj. zjistili převoz mražených, originálně balených potravin (např. surimi tyčinky, plněné taštičky a další mražené zboží). Přestože mražené potraviny vyžadují uchovu při teplotě –18 °C, provozovatel tyto potraviny přepravoval bez chladicího zařízení. Inspektoři v automobilu naměřili teplotu až +34 °C.

Automobil bez chladicího zařízení provozovatele PTTAN s.r.o. Inspektoři mj. zjistili převoz původně chlazených potravin – exotických bylin a ovoce (např. vodní výhonky, kapao, liči a další chlazené potraviny). Teplota v automobilu přesáhla +28 °C a na potravinách byly patrné smyslové změny – zápach, zapaření a orosení obalů. Inspektoři dále konstatovali, že potraviny nejsou označeny dle požadavků předpisů buď vůbec, nebo nedostatečně.

Automobil bez chladicího zařízení provozovatele Le Thi Ha, ve kterém inspektoři mj. zjistili převoz tofu při teplotě přesahující +28 °C, navíc s významnými nedostatky v označení (chybějící DMT, hmotnost atd.).

Vzhledem k tomu, že potraviny, u kterých došlo k přerušení teplotního řetězce, nelze považovat za bezpečné, inspektoři předmětné výrobky na místě zakázali uvádět do oběhu. Nedodržení teplotního řetězce může u potraviny vést k bakteriální kontaminaci, kterou nelze odstranit ani opětovným zchlazením nebo zmražením.

S kontrolovanou osobou SZPI zahájí správní řízení o uložení pokuty.

POTRAVINÁŘSKÁ INSPEKCE UPOZORŇUJE NA RIZIKO VÝSKYTU MRAŽENÉ KUKUŘICE KONTAMINOVANÉ BAKTERIEMI *LISTERIA MONOCYTOGENES* NA TUZEMSKÉM TRHU

SZPI obdržela prostřednictvím evropského Systému rychlého varování pro potraviny a krmiva RASFF notifikaci od dozorového orgánu v Belgii, která informuje o distribuci různých mražených zeleninových směsí vyrobených v Belgii za použití závadné suroviny – kukuřice od maďarského výrobce Greenyard Frozen. Notifikace informuje o možné kontaminaci bakteriemi *Listeria monocytogenes* u šarží suroviny vyrobených v období 13. 8. 2016–20. 6. 2018. Potravinářské výrobky – převážně mražené zeleninové směsi – obsahující závadnou surovinu jsou aktuálně stahovány z trhu v několika evropských státech.

V současnosti dochází ke stahování rizikových potravin z tuzemského trhu, o čemž v souladu s požadavkem právních předpisů informují dotčení prodejci na svých webových stránkách: Tesco Stores ČR a.s., Lidl Česká republika v.o.s., Penny Market s.r.o. a MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.

SZPI důrazně doporučuje všem spotřebitelům, aby stahované šarže potravin nekonzumovali.

Bakterie *Listeria monocytogenes* vyvolává onemocnění zvané listerióza. To postihuje zejména osoby se sníženou imunitou, starší osoby, těhotné ženy a novorozence, u zdravých jedinců může onemocnění probíhat v podobě lehčích chřipkových příznaků. Bakterie přežívají i teploty pod 0 °C a ke snížení rizika infekce z mražené zeleniny by ji spotřebitelé měli pečlivě vařit a nekonzumovat bez vaření (např. v salátech a smoothies).

Zdroj: SZPI



PŘINÁŠÍ ELEKTROMOBIL VÝHODY PRO PODNIKATELE?

Každý, kdo podniká, se určitě alespoň občas zamýšlí nad tím, co začít dělat nově nebo jinak a jestli se u toho dají ušetřit čas a peníze, případně dokonce peníze vydělat. Může v tomto ohledu přinést něco pozitivního nový fenomén zvaný „elektromobilita“? Vzhledem k tomu, že se kolem redakce našeho časopisu objevuje stále více lidí, kteří elektromobil nejen otestovali, ale dokonce jím pravidelně jezdí, položili jsme si několik základních otázek, které bychom rádi předložili k úvaze našim čtenářům.

Elektromobility jsou dnes plné noviny. Dostala se do strategií i investičních plánů nejen automobilek, ale zabývají se jí v současnosti hospodářsky úspěšné státy. Stále silně jsou ale slyšet i hlasy, které její přínosy vehementně zpochybňují.

Nás zajímají zejména poznatky z praxe užitečné pro Vás maloobchodníky. Pro jaké podnikání a pro jaké typy podnikatelů by mohl být elektromobil vhodný? Jak maximalizovat přednosti takového auta a minimalizovat jeho méně praktické stránky?

Přístupy mohou být různé. Kdo hledá spíše negativa, hned na prvním místě zmíní dlouhé dobíjení baterií, jejich nízkou životnost a nedokonalou síť nabíjecích stanic. Ten, kdo již nějaký čas elektromobil používá, často odpoví, že baterie nejsou problém, že lze dobíjet přes noc doma z normální zásuvky, přes den stačí pouze „po kratší časové úseky dobíjet“ v rámci vhodného nastavení cesty a že síť nabíjecích stanic se i v Česku každým měsícem či čtvrtletím zhušťuje. A to ať už se jedná o dražší rychlonabíječky instalované po republice velkými energetickými společnostmi, nebo o něco pomalejší a cenově velmi dostupné nabíječky menší, které může mít každý menší obchodník třeba přímo u své provozovny nebo u svého domu. Napadlo Vás někdy, že by u Vás např. Vaši zákazníci nebo sousedi dobíjeli svůj elektromobil a Vy jste z toho profitovali hned několikrát?

A že část doby pro dobíjení mohou věnovat nákupu u Vás nebo vypítí kávy a snědení malého občerstvení?

Je to skoro jako se všim: také elektromobil přináší pro každého úplně jiné výhody a každý vnímá jinak jeho nevýhody. Obdobně jako se každému líbí jiný typ „klasického“ auta a oceňuje na něm jiné přednosti, bývá to tak i s autem elektrickým jako zatím poněkud neobvykle se jevícím novým druhem. A nakonec i mezi značkami a vlastnostmi elektromobilů jsou výrazné rozdíly.

Patříte mezi podnikatelské inovátory, kteří vždy rádi něco nového vyzkouší, nebo spíše dáváte na první místo chytré šetření provozních nákladů? Nebo patříte k logistickým mozkům a plánovačům, kteří s dobrou „appkou“ umějí uspořít spoustu cestovních nákladů? Pro každého z Vás přináší elektromobil něco specifického.

A snad i největší netrpělivci, kteří mají hrůzu již jen z představy několikaminutového či snad půlhodinového stání u nabíjecí stanice, mohou popřemýšlet, zda pro ně nebude dostatečnou kompenzací rychlé, třeba i každodenní bezplatné parkování např. na území přeplněného a nepřiliš levnými parkovacími poplatky proslulého centra Hlavního města Prahy a většiny jeho městských částí. O bezplatném parkování v centru pro elektromobily uvažují také další města v Česku. To už podle nás stojí za úvahu.

Pro někoho je změna životního stylu bolestivá. Přinese mi něco dobrého zastavení na nákupu nebo bezpečnější vyřízení nezbytných telefonátů při přestávce u nabíječky spíše než za jízdy? Může klidnější oběd v blízkosti nabíječky pomoci mému zbytečně namáhanému nervovému i trávicímu ústrojí? Ježdění s elektromobilem totiž neznamená tankovat v rychlosti do nádrže, ale nabíjet, resp. dobíjet, a to často a po troškách. Pokud nejste absolutním fandou nových technologií nebo pro Vás elektromobil nepředstavuje

pouze samé výhody, jsou elektrická auta momentálně spíše vnímána jako druhé auto do rodiny, dopravní prostředek pro přepravu po městě, na nákupy a pro kratší pojezdky. Kolega to ale testoval a pustil se z Prahy až do Ostravy, do které celkem spokojeně a bez újm se dvěma krátkými zastávkami dojel.

NÁKLADY

Jedním z nejdůležitějších údajů pro pořízení vozu jsou pro každého podnikatele náklady. Pro správný výpočet je třeba zahrnout veškeré náklady na provoz a na nic významného nezapomenout. Sem patří pořízení vozu, pojištění, dálniční známky, pneumatiky, servisní prohlídky, opravy, ceny náhradních dílů, pohonné hmoty, kapalina do ostříkovačů a jiné provozní náplně aj.

Když vše, co s provozem dopravního prostředku souvisí, sečteme a podělíme počtem ujetých kilometrů, případně předpokládaným počtem, které auto ujede, dostaneme celkové náklady vlastnictví automobilu na jeden kilometr.

Koho děsí vyšší pořizovací náklady při koupi nového vozu, ten se může již dnes poohlédnout po ojetém autě na elektřinu třeba v sousedním Německu, kde je tento ekotrend silnější než u nás. Elektromobil si lze dnes ale i velmi výhodně půjčit – pak máte veškeré náklady skutečně pevně pod kontrolou. Asi Vás překvapí, že půjčení auta na delší čas může vyjít z pohledu nákladů překvapivě levně. Můžete se dostat i na cenu mezi 4 a 5 Kč za kilometr jízdy se všim všudy. Se všim všudy znamená opravdu vše, tj. cena vozu, servis, poplatky za dobíjení u hlavních poskytovatelů, pojištění, výměna pneumatik aj. Platí se pak jen za ujetý kilometr, samotný pronájem včetně dalších nákladů je v ceně. Jediné, co na Vás může dopadnout, je pořízení dálniční známky, pokud ji potřebujete – ta nebývá vždy v ceně pronajatého vozidla zahrnuta.



Jedna nejmenovaná společnost inovátorů v oblasti šetření nákladů na provoz, která léta dováží tiskárny do ČR a která v nich mění náplně každý den v kancelářích po celé ČR i v zahraničí, pravidelně již více než rok a půl počítá a zaznamenává ceny za dobíjení i náklady půjčeného elektromobilu. Díky elektromobilům pak byla schopna zlevnit náklady na dodávky svého zboží a služeb pro své zákazníky.

NABÍJENÍ

Co se orientace a přehledu o nabíjecích stanicích týká, můžete si vybrat mezi více možnostmi. Nejrychleji se nabízí Google mapka na hybrid.cz nebo aplikace PlugShare.com, díky níž nepřehlédnete žádnou stanici, která je zrovna v okolí. Ze zkušenějších elektromobilistů si většina vybírá vhodně vystavěné rychlonabíječky ve větších městech nebo u dálnice, protože je to otázkou třeba dvaceti minut (podle druhu elektromobilu), kdy dobijí klidně i půlku baterie. Udělají si třeba nákup, popřípadě zajdou na oběd nebo večeri a jedou domů s nabitým vozem.

Pokud máte garáž nebo parkovací stání a na něm k dispozici elektřinu nebo parkujete pod oknem, máte vystaráno úplně a můžete dobíjet doma. Ráno je vůz plně nabit a připraven k odjezdu. Baterie elektromobilů navíc milují posouvání v městských zácpách. Při každém sešlápnutí brzdy baterie tzv. rekuperuje, a tak se vám nějaký ten

kilometr navíc uspoří a přičte k celkovému dojezdu. Kdo umí šetřit a přemýšlet nad cestou, může najet na jedno nabití podle druhu elektromobilu bez problému mezi 120 a 300 km. Výhodné je v každém případě pořídit si nabíjecí čip od velkých společností. U některých nabíječek lze pak platit online. V případě, kdy máte vůz z půjčovny, máte nabíjení u některých nabíječek již započteno v ceně za vypůjčení.

PARKOVÁNÍ

Perfektním bonusem, který si může vyřídit každý řidič elektromobilu, je parkování zdarma na tzv. modrých zónách v Praze. A to i pro ty, kdo dojíždějí ze vzdálenějších míst. Pro toho, kdo neustále jezdí centrem Prahy a potřebuje vždy zaparkovat, je to nejlepší volba, jak neplatit další poplatky za parking a vždy najít volné místo.

ZÁVĚR

Osobní zkušenosti se nic nevyrovná. Celkový obrázek si nakonec musí pro sebe a svůj druh i způsob podnikání udělat každý sám. Protože si dnes lze půjčit elektromobil na zkoušku, třeba i jen na pár dní, nic Vám nebrání si tento nový trend vyzkoušet a zakusit jeho výhody i nevýhody na vlastní kůži.

Máte-li již zkušenosti, o které se chcete podělit, nebo máte k tématu nějaké dotazy, napište nám do redakce – budeme se těšit.

Zdroj: Mgr. Jiří Kopal

daňový kalendář

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
10-09-2018	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	07/18
17-09-2018	daň z příjmů	čtvrtletní nebo pololetní záloha na daň	3Q/18
20-09-2018	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	09/18
25-09-2018	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	08/18
25-09-2018	DPH	souhrnné hlášení	08/18
25-09-2018	DPH	kontrolní hlášení	08/18
25-09-2018	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	08/18
25-09-2018	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	07/18
25-09-2018	spotřební daň	daňové přiznání	08/18
25-09-2018	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	05/18
30-09-2018	DPH	žádost o vrácení DPH z EU dle § 82 zákona o DPH	

STÁLE NEMÁTE VYŘEŠENÉ GDPR?

Přinášíme Vám jednoduché a cenově výhodné řešení

Nejste si jistí, zda se Vás GDPR týká?

Napoví Vám tento krátký test. I jedna kladná odpověď znamená, že se musíte GDPR zabývat.

- ★ Máte zaměstnance?
- ★ Máte kamerový systém?
- ★ Máte na něj napojený zabezpečovací systém?
- ★ Máte zákaznický či věrnostní systém?
- ★ Objednávají si u Vás zákazníci dopředu zboží (např. pečivo, zákusky) nebo služby (např. ubytování)?
- ★ Máte rezervační systém?
- ★ Máte externí mzdovou účetní?
- ★ Máte externí firmy například na BOZP či PO?
- ★ Posíláte vánoční přání nebo letáky či jiné propagační nebo informační materiály zákazníkům?
- ★ Používáte k uvedeným činnostem počítač?

[Nepodceňte úkony, které musíte udělat, sankce při zanedbání jsou značné!]

Nabízíme Vám manuály potřebné pro splnění GDPR na míru pro obchody, restaurace a ubytování. Pomůžeme Vám splnit povinnost a vyhnout se případným pokutám.

Pro maloobchod:

A OBCHOD MINI 2000 Kč*

B OBCHOD KOMFORT 4000 Kč**

Pro stravovací a ubytovací služby:

(restaurace, hotely, motely, penziony, chalupy, chaty, byty a pokoje k pronájmu)

C HORECA MINI 3000 Kč*

D HORECA KOMFORT 5000 Kč**

Stravovací a ubytovací služby jsou náročnější na veškeré úkony související se zpracováním osobních údajů hostů, s čímž souvisí i větší riziko možného porušení Nařízení GDPR.

* V ceně je manuál s návrhem technicko-organizačních opatření, vzory souhlasů, vnitřních předpisů, postupů a návodů, jak zvládnout problematiku GDPR.

** V ceně je vypracované originální řešení přímo pro Vaši provozovnu, které bude obsahovat vše potřebné, a to na základě předchozí analýzy Vaší provozovny.

V případě složitějších provozů Vám zpracujeme individuální nabídku.

Uvedené ceny jsou bez DPH.



PROČ SMÍCHOVSKÉ LEŽÁKY

- ležáky patří mezi **nejrychleji rostoucí** segmenty na pивním trhu
- v porovnání s rokem 2017 rostou na tradičním trhu o **17,6 %** více v hodnotě
- Staropramen ležák 0,5 l ve vratném skle roste v hodnotě **35,9 %**
- Staropramen získal v červnu 2017 zlatou medaili v prémiové kategorii ležáků v soutěži Pivo České republiky

Zdroj: AC Nielsen MAT JUN 2018



Určeno osobám starším 18 let. Vychutnávejte zodpovědně. Děkujeme.

18+
POUZE PRO STARŠÍ 18 LET
www.alkoholsrozumem.cz

Cider

NA PÁRTY

NA PIKNIK



SLAVNÝ PO CELÉM SVĚTĚ
DOMA
V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH



Budweiser
Budvar

ODKOLEK

OD ROKU 1850

NENÍ
CHLEBA
JAKO CHLEBA

Vítěz soutěže Chléb roku 2018





PÁNEV „CAJUN“ S KUKUŘICÍ A GRILOVACÍ KLOBÁSOU SCHNEIDER

Na 4 porce

- 1 klas kukuřice
- 2 čajové lžičky koření cajun
- 3 větší brambory
- 4 klobásky Schneider**
z grilovací tašky mix, klasik, paprika
- 4 stroužky česneku
- sůl, pepř, olivový olej
- salát na ozdobu



Pánev „Cajun“ se obvykle připravuje na grilu nebo v troubě s ráčky, s krevetami nebo zeleninou.

Brambory oloupeme a nakrájíme na větší kostky stejně jako klobásky Schneider, kukuřici na silnější plátky. Vše vložíme do zapékací pánve spolu s rozkrojenými stroužky česneku. Osolíme, opeříme a posypeme kořením. Pokapeme olivovým olejem a pánev zakryjeme alobalem. Pečeme 50 minut při teplotě 180 stupňů. Servírujeme se salátem.



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.



Skutečný příběh o neskutečných věcech.



Život nepočká

Scénář: **SAM ZIWOT** / Dialogy: **TY NEMÁME** / Režie: **BRNO** / Kamera: **KAMER AMAN** / Hudba: **NIKDO SLAVNEJ**

www.zivotnepocka.cz

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

© 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

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

© 2013 KrazyDad.com



©2018 Design & DTP Hemispheres C&A Agency Ltd., org. sl. v ČR | www.hemispheres.cz

©2018 Vydává Lampyris Project, s.r.o., divize Publishing | www.lampyris-publishing.cz

Technické specifikace inzerce naleznete na stránkách vydavatele.