

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO NEZÁVISLÝ
MALOOBCHOD
02 | 2019



z obsahu

- Rozhovor s brand manažerkou (4)
- Náš zákazník, náš pán (6)
- Cashback místo bankomatu (7)
- SZPI (8)
- Záruka za jakost a odpovědnost
za jakost při převzetí (10)
- Fantazii se meze nekladou (13)



NOVINKY 2019



MROŽ

Až na dřeň

Smetanovo-ovocná nebo tvarohová zmrzlina zalitá nejvyšší kvalitou ovocnou dřeň. Plné chutě osvěžujícího ovoce bez barviv či aromat.



JAHODA A TVAROH

Poprvé jsme vzali klasického jahodovo-tvarohového Mrože a přelili jej místo tmavé nebo světlé polevy jahodovou dřeň. A vznikla osvěžující svačinka plná pravého ovoce s trochou tvarohu.

MARACUJA A BROSEK

Maracuja a broskev k sobě dobře ladí. Smíchali jsme je se smetanovo-ovocnou zmrzlinou a navrch jsme připravili meruňkovou dřeň. Takle osvěžující svačinka je lehká, zdravá a plná ovocné chuti. Obsahuje jen kvalitní suroviny, žádné náhražky.

WWW.PRIMAZMRZLINA.CZ



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 nadále 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

REDAKČNÍ RADA

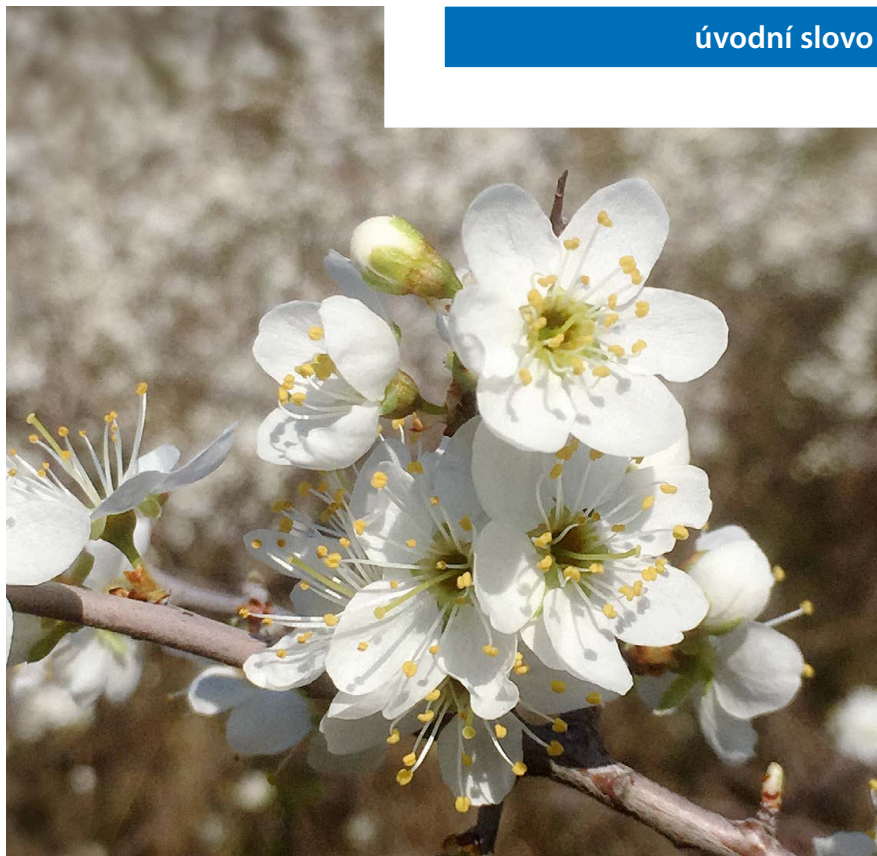
Ing. Mgr. Daniela Řepová
repova@lampyris-publishing.cz

příjem inzerce
Dominik Herr
d.herr@hemispheres.cz

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

2. číslo 2019 / 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



Milé čtenářky, milí čtenáři,
jaro je tady a krásný čas rozpuku s ním. Sluníčko nás ráno láká z postele již mnohem dříve a jeho hřejivé paprsky vytvářejí kolem nás zázraky. O přírodě se letos nedá říci, že se pomalu probouzí, protože vyskočila ze zimního času do jara přímo rovnýma nohama. Během několika dnů se vše zazelenalo a rozkvetlo a teploty se už vyšplhaly k těm letním. Nebude to dlouho trvat a budou tu velikonoční svátky.

Přicházíme k Vám v tomto nádherném čase s praktickými a zajímavými informacemi. Můžete se těšit na krásné rozhovory, ten první je s brand manažerkou PRIMA zmrzliny paní Macákovou: sliny se Vám budou sbíhat, až ty řádky budete číst. Druhý rozhovor je s naší čtenářkou, obchodnicí a luštitelkou paní Štůlovou, která jako jedna z prvních poslala správně vyluštěnou křížovku z vánočního čísla a využila naší nabídky na rozhovor. Máme velkou radost, že s námi komunikujete a že se s námi a dalšími čtenáři dělíte o své příběhy a zkušenosti. Jen tak dál. Všem Vám za to děkujeme a těšíme se na další sdílení.

V další části následují ryze praktická sdělení jako článek o službě „cashback“. Rubrika SZPI je, bohužel, opět plná nešvarů a přestupků. V legislativní části se věnujeme zárukám za jakost. Nechybí

daňový kalendář a na závěr pro inspiraci přinášíme praktické rady pro barvení velikonočních vajíček a spolu s nimi recept na tradiční nádivku. Nechybí daňový kalendář a na závěr pro inspiraci přinášíme praktické rady pro barvení velikonočních vajíček a spolu s nimi recept na tradiční nádivku. Máte-li nějaký vlastní neotřelý recept na kráslení velikonočních vajíček nebo na nějakou velikonoční dobrotu, pošlete nám ho do redakce. Nejzajímavější příspěvky rádi otiskneme pro inspiraci ostatním.

Mezi všemi těmito informacemi naleznete neméně důležitá sdělení od našich inzerentů a Vašich dodavatelů. Přinášíjí Vám informace o svých nových produktech, ať už jde třeba o nového Mrože, o kterém se detaily dočtete v již zmiňovaném rozhovoru, nebo o Birell s novými příchutěmi a v balení na cestu nebo o první Radler bez alkoholu. Co se týká nabízených služeb, mohla by Vás zaujmout nabídka na zajištění platebního terminálu nebo mobilního či datového tarifu a nebo pojištění Vaší provozovny za podmínek, které stojí za to detailněji prozkoumat, protože by pro Vás mohly být velmi výhodné. Věříme, že si každý v časopise najde to své.

Přejeme Vám krásné jaro, pozeňnané Velikonoce a hojnost všeho dobrého.

*Za redakci Vás zdraví
Ing. Mgr. Daniela Řepová*

OCEŇUJI KOMPLEXNOST A ROZMANITOST POZICE BRAND MANAŽERA

JAK DLOUHO PRACUJETE VE FIRMĚ BIDFOOD? CO VÁS PŘIVEDLO NA POZICI BRAND MANAŽERA A CO OBNÁŠÍ?

Do Bidfoodu jsem přišla před osmi lety do obchodního oddělení. Když se rozšiřoval tým pro značku Prima zmrzlin, měla jsem to štěstí být ve správnou chvíli na správném místě. Naskytla se mi obrovská příležitost dělat na této pozici, za což jsem velmi ráda.

Oceňuji komplexnost a rozmanitost, kterou pozice brand manažera obnáší. Není to stereotypní práce, každou chvíli dělám něco jiného. Zmrzlinová sezona je netypická tím, že každý měsíc přináší nové podněty. S kolegy se staráme o celé portfolio Prima zmrzlin. Vybíráme sortiment zmrzlin, rozhodujeme, jaké novinky uvedeme a které druhy zmrzlin ukončíme. Baví mne podílet se na výběru nových příchutí a podob, jezdit na veletrhy do ciziny, sledovat a objevovat nové trendy. Současně sledujeme trendy a prodejní čísla, komunikujeme s prodejci z našeho obchodního oddělení, abychom věděli, jaké preference mají naši zákazníci. Část práce představují marketingové aktivity, kdy připravujeme reklamní podporu na celý rok dopředu. Nejvíc si užívám, že můžu být u zrodu, u nápadu na papíře, jak zmrzlina vzniká, až po finální podobu, kterou nabídneme zákazníkovi. Paradoxem je, že máme nejvíc práce během zimy. Když ostatní řeší Vánoce, my již finišujeme výrobu zmrzlin a vše, co zákazníci zaznamenají až s prvními teplými dny.

JAKÉ CHYSTÁTE NOVINKY PRO ROK 2019?

Každý rok přicházíme s několika novinkami, z nichž některé se prodají velmi dobře. Pro letošní rok je velkou novinkou Mrož Až na dřeň, jehož hlavní vlastností je svěžest. Poprvé jsme tak klasického jahodového Mrože nezabalili do bílé nebo tmavé polevy, ale do jahodové dřeně. Kvalitní ingredience a jahodová dřeň na povrchu

z něj činí ideální osvěžující svačinku v horkém letním dni. Mrož Až na dřeň bude také ve variantě broskve s maracujou a mlékem zabalená do meruňkové dřeně. Každou sezónu také zkusíme nové druhy ovoce, letos to budou Mrož Třešně. I smetanové zmrzliny Pegas se dočkají nového produktu. Zmrzliny Pegas In Joy na dřívku mají unikátní polevu, která je měkká i ve zmrzlém stavu a bude k dostání v příchutích kokos a lískový oříšek. Oblíbený Pegas Premium se navíc rozšíří o příchutě Slaný karamel.

KOLIK PROCENT PRODUKTŮ JDE NA ZAHRANIČNÍ TRH A KOLIK DO ČR? JSOU PREFERENCE ZAHRANIČNÍCH SPOTŘEBITELŮ ODLIŠNÉ? PŘÍZPŮSOBUJETE JIM NĚJAK SVÉ PRODUKTY?

Pokud jde o Prima zmrzlinu, prodáváme jen v České republice a na Slovensku, kde máme dceřinou firmu. V Čechách prodáme více než 74 % naší produkce a zhruba 25 % na Slovensku. Některé Prima zmrzliny exportujeme ještě do Maďarska, ale jejich počet se s tím, co prodáme u nás, nedá vůbec srovnávat.

Pro zahraniční trhy vyrábíme zmrzliny podle jejich vlastních receptur. Zajímavá spolupráce byla např. s Vietnamem, pro který jsme dělali chuťově velmi netradiční zmrzliny, jaké by u nás vůbec neměly šanci na úspěch. Vedle naprosto odlišných chutí byly i barevně velmi výrazné.

KOLIK DRUHŮ ZMRZLIN NABÍZÍTE?

Máme impulsní zmrzliny, vaničky a kopečkové zmrzliny pro gastro segment. Vyrábíme okolo 100 druhů zmrzlin pod značkou Prima zmrzlina.

KOLIK LITRŮ ZMRZLINY JSTE VYROBILI V ROCE 2018? KOLIK Z TOHO TVOŘILY FINÁLNÍ PRODUKTY PRO KONCOVÉ ZÁKAZNÍKY A KOLIK SMĚSI PRO

VÝROBU ZMRZLIN, JEŽ POUŽÍVAJÍ CUKRÁRNY ČI VÝROBNY?

V minulém roce jsme vyrobili 13,5 milionu litrů Prima zmrzlin. Vše to byly finální produkty, pro B2C trh impulsní zmrzliny nebo vaničky, pro cukrárny a výroby jsme je dodávali jako hotovou kopečkovou zmrzlinu v gastro vanách.

JAKÁ ZMRZLINA SE NEJVÍCE PRODÁVÁ A JAKOU VÁHU PŘI ROZHODOVÁNÍ MÁ V TU CHVÍLI OBAL PRODUKTU?

Nejvíce se prodávají impulsní zmrzliny na špejli, jež tvoří zhruba 65 % prodeje. Češi a Slováci jsou v Evropě unikátní, protože se zde nejvíce prodávají jednorázové zmrzliny. Lidé jsou zvyklí si zmrzlinu koupit a hned ji sníst. V jiných evropských zemích jdou na odbyt více multipackery nebo vaničky, které si zákazníci kupují domů.

Platí, že obal prodává. Je první, co zákazník vidí. Buď sáhne po osvědčeném produktu, který zná a má rád, nebo si vybere podle atraktivity obalu. Výrazné je to u dětských zmrzlin, kde jsou obaly hravější, veselejší a přizpůsobené právě dětem. Při rozhodování je pro českého zákazníka stále důležitější složení, které neváhá na obalu studovat.

ÚČASTNÍTE SE SE ZNAČKOU PRIMA NĚJAKÝCH AKCÍ JAKO SPONZOŘI, NAPŘÍKLAD FESTIVALŮ ČI KONCERTŮ?

Účastníme se ve velké míře malých lokálních akcí, jako jsou různé dětské dny. Oslovují nás spolky, školy, takže máme přímý kontakt se zákazníkem. Na velkých akcích se neobjevujeme. Byly jsme třeba i na filmových festivalech, ale opět lokálního zaměření. Jednou z největších akcí, kde se Prima zmrzlina objevila jako jeden z partnerů, byly koncerty se Snídaní s Novou.

MÁTE NĚJAKÉ NOVÉ ZPŮSOBY PROPAGACE? A CO Z NICH



Dana Macáková, Prima Brand Manager, Břifood



POSKYTUJETE OBCHODNÍKŮM K PODPOŘE PRODEJE?

Máme poměrně širokou nabídku POS a reklamních materiálů. Každou sezonu připravujeme nové materiály s aktuální nabídkou zmrzlin. Používáme hodně zmrzlinové menu, vlajky, poutače, A-stojany nebo třeba slunečníky. Zdobíme u zákazníka na míru i výlohy. Asi nejdůležitější je obrandovaný mrazák se správně vyskládaným zbožím.

PŘI KOUPI ZMRZLINY MROŽ JDE ČÁST NADACI KAPKA NADĚJE. JEDNÁ SE O DLOUHODOBÝ PROJEKT, NEBO MÁ KONEČNÉ DATUM?

Začali jsem s Kapkou naděje spolupracovat loni, letos budeme pokračovat a doufám, že spolupráce bude navazovat i v dalších letech. Baví nás vědomí, že můžeme pomáhat. Přispěli jsme finančně, ale účastníme se také eventů, kam dodáváme zmrzlinu. Na jeden náš výrobek letos dodáme logo Kapka naděje, abychom tím podpořili nadaci u našich zákazníků. Některé z řetězců projevily zájem náš projekt podpořit a budou ve svých letácích u našich zmrzlin uvádět logo Kapky naděje, čehož si velmi ceníme. Pro letošní rok jednáme o rozšíření spolupráce s nadací na Slovensku.

Největší hodnotu pro nás má ale to, že vozíme onkologicky nemocným dětem zmrzliny přímo do nemocnic a můžeme jim tak alespoň maličko zpestřit pobyt tam. Podle nás zmrzlina patří dětem a jsme rádi, že ji můžeme přinést těm, kdo si je nemohou koupit venku u hřiště nebo s kamarády na koupališti...

JAK HODNOTÍTE AKCI „100 LET REPUBLIKY SLAVÍ I MROŽ“?

Hodnotíme ji jednoznačně kladně. Jsme česká firma, jsme na to hrdí a chtěli jsme vyslovit hrdost nad tím, že naše země slaví 100 let nezávislosti. Rozdávali jsme zmrzliny

zdarma a chtěli si tím připomenout, že jsme česká firma, naše zmrzlina je česká a našimi zákazníky jsou Češi. Měli jsme velmi pozitivní hodnocení od našich zákazníků, kteří buď přišli, nebo o akci slyšeli.

PŘEMÝSLÍTE NAD DALŠÍMI NOVÝMI PŘÍCHUTĚMI MROŽE?

Mrož přichází každý rok s novými příchutěmi. Pro letošní rok je novinkou Mrož Třešň a Mrož Až na dřev. Mrož je naší vlajkovou lodí, pod tímto názvem si každý vybaví jahodovo-tvarohovou zmrzlinu v tmavé nebo světlé polevě. Obě v nabídce vždy budou, ale protože každý rád zkouší nové věci, každoročně připravíme i něco nového. Vyzkoušeli jsme různé kombinace, které si lidé také oblíbili. Po borůvkách s jogurtem nebo černém rybízu s tvarohem přišly letos na řadu třešně. Stejně tak má každý rok nové příchutě řada Pegas. U té si více pohráváme s ingrediencemi, jako jsou čokoláda, oříšky, vanilka nebo karamel – těmi, které ladí k smetanovému základu zmrzlin Pegas Premium.

JAKÝ VÝZNAM PRO VÁS MAJÍ MALOOBCHODNÍCI?

Maloobchodníci jsou důležitým bodem ve vztahu k zákazníkovi. Vybírají si ze sortimentu, ale také naše zboží vystavují. Pro nás i pro prodejce není lepší vizitka než perfektně vyskládaný obrandovaný mrazák.

CO JE DŮVODEM, ŽE JE ZMRZLINA MROŽ STÁLE OBLÍBENÁ A PATŘÍ MEZI NEJPRODÁVANĚJŠÍ?

Hlavně je to netradiční spojení, které mají Češi rádi a jsme jím unikátní v celé Evropě: spojení ovoce a tvarohu. Na Slovensku tuto kombinaci jedí také, ale mnohem méně než u nás. Naším klíčem k úspěchu jsou použité kvalitní suroviny a ovoce. Striktně dodržujeme, že v našich produktech nejsou náhražky, umělá barviva a podobně. Lze to poznat i v průběhu roku

podle toho, kdy je sezona jahod. V době sklizně jsou zmrzliny červenější, a když je pak mimo sezonu vyrábíme z mražených jahod, jsou světlejší. Vždy jsou základem kvalitní ingredience bez ochucovačů. Recepturu od vzniku Mrože dodržujeme stále stejnou. Jsme česká firma, máme vlastní vývoj, který řídí Dalena Martiníková, autorka původní receptury zmrzliny Mrož, a jsme schopni rychle reagovat na situace, jako byla ta s palmovým olejem.

VYZKOUŠELA JSTE SI NĚKDY PRÁCI V TOVÁRNĚ, ABYSTE VĚDĚLA, JAK SE ZMRZLINA VYRÁBÍ?

V továrně jsem byla několikrát, ale samotnou výrobu jsem nezkoušela. Mám to však v plánu. Letos v dubnu strávím s kolegy ve výrobě týden, abych si vyzkoušela všechny práce a postupy při výrobě zmrzliny. Už se na to těším.

JAKÁ ZMRZLINA JE PO VLAJKOVÉM MROŽI NEJDŮLEŽITĚJŠÍ?

Vedle Mrože se nám podařilo uplatnit na našem trhu typově úplně jinou zmrzlinu. Dlouho jsme měli zmrzliny Pegas, ale nevěnovali jsme jim dost velkou pozornost. Až před třemi lety jsme uvedli zmrzliny Pegas Premium, což jsou smetanové zmrzliny, ve kterých používáme jen smetanu, mléko, pravou čokoládu a vanilku nebo třeba oříšky. V jejich receptuře není rostlinný tuk, což se projeví na chuti. Díky tomu je mají naši zákazníci rádi. Během uplynulých tří let se Pegas Premium stala naší druhou nejprodávanější zmrzlinou, hned po zmrzlinách Mrož.

JAKÉ ZMRZLINY MÁTE VY OSOBNĚ NEJRADĚJI?

Mám nejraději čokoládovou zmrzlinu a pak Mrože. Když o tom přemýšlím, za posledních 20 let jsem z ovocných zmrzlin neměla snad nic jiného než Mrože.



NÁŠ ZÁKAZNÍK, NÁŠ PÁN



Gabriela Štulová, Horní Štěpánov, část Nové Sady

JAK DLOUHO PRACUJETE V MALOOBCHODU?

Prvního května to budou čtyři roky, co jsme otevřeli náš malý obchůdek v obci Horní Štěpánov, části Nové Sady.

JAKÉ BYLY VAŠE ZAČÁTKY?

Určitě hodně náročné, pro celou rodinu. Už jen než se nám podařilo upravit interiér obchodu do současné podoby! A poté nasmlouvat všechny dodavatele a vybrat sortiment zboží tak, aby byli zákazníci uspokojeni. Sortiment od té doby neustále upravujeme a hlavně rozšiřuje podle potřeb zákazníků.

UDRŽET PRODEJNU V PLUSOVÝCH ČÍSLECH NENÍ VŽDY JEDNODUCHÉ. JAK JSTE SE S TÍM VYPOŘÁDALA?

Naším cílem od začátku bylo mít příznivé ceny, u určitého zboží nižší než v supermarketech, aby měl zákazník důvod přijít k nám do obchodu. A tím tak nějak boříme mýty o tom, že v malých obchůdkách je vždy vše předražené. :-)

POMÁHÁ VÁM RODINA S PODNIKÁNÍM?

Určitě, a hodně. Moje maminka mi pomáhá starat se o domácnost a děti, když zrovna pracuji, a můj partner obstarává všechny technické věci týkající se obchodu. Oba jsou mi velkou oporou a zaslouží si za to veřejné poděkování.

Jinak pocházím z rodiny, která už několikátou generaci žije obchodem, například moji oba dědové byli hospodští a prodavači, obě babičky prodavačky, moje maminka celý život prodávala, teta prodavačka, dvě sestry v minulosti prodávaly a třetí sestra prodává v současnosti v zahraničí. Takže, jak se říká,

musím to mít v krvi, a hlavně – mám se kam obrátit o pomoc a radu :-)

JAK HODNOTÍTE VZTAHY S DODAVATELI CELKOVĚ A KDO JSOU PRO VÁS TI NEJVÝZNAMNĚJŠÍ?

Vztahy s dodavateli hodnotím určitě kladně. Všichni jsou pro nás moc důležití, jmenovitě pekárny Penam, Dopes, Moravec pekárny, dále velkoobchod Efios trading, Pivovar Litovel, Heineken, Budějovický Budvar, firma Makovec, Uzeniny Zajíček, Nowaco, Geco, ZD Ludmírov, Chráněná dílna TIRO Blansko a další.

CO U VÁS ZÁKAZNÍCI NEJVÍCE OCEŇUJÍ?

Tak to je otázka spíše na ně. Já doufám a snažím se, aby to byla především vstřícnost a ochota plnit jejich přání.

PŘEMÝŠLELA JSTE O TOM, ŽE BYSTE V OBCHODĚ ZAVEDLA CASHBACK?

Snažíme se jít s dobou, takže dle požadavků zákazníků přijímáme platební karty a určitě se do budoucna nebráníme ani této službě, pokud o ni bude zájem.

JAK HODNOTÍTE LOŇSKÝ ROK, CO SE TÝKÁ TRŽEB?

Víte, náš obchod se nachází ve vesnici se zhruba 900 obyvateli a s dalšími dvěma obchůdky a větší samoobsluhou Coop, takže naše tržby se odvíjejí i od této skutečnosti. A i přesto, že nám ubyla spousta zákazníků, kteří zemřeli nebo se odstěhovali, potěšilo mě, že se nám podařilo udržet loňské tržby na úrovni dvou předchozích roků.

PLÁNUJETE NA TENTO ROK NĚJAKÉ ZMĚNY?

Ano, nějaké nápady už se rýsují, ale zatím si to nechám pro sebe jako překvapení.

CO BY VÁM POMOHOLO V PODNIKÁNÍ?

Z mého pohledu určitě větší počet potenciálních zákazníků, protože jsme svědky „vyliďňování“ vesnic, a také větší prostor pro rozšíření sortimentu.

CO BYSTE PORADILA LIDEM, KTEŘÍ SE CHYSTAJÍ PODNIKAT V MALOOBCHODU?

Aby se vyzbrojili obrovskou dávkou trpělivosti a byli připraveni i na neúspěch.

CO BYSTE SI RÁDA PŘEČETLA V DALŠÍCH ČÍSLECH ČASOPISU?

Určitě další motivující příběhy podnikatelů z našich řad.

CO DĚLÁTE VE VOLNÉM ČASE? JAKÉ MÁTE KONÍČKY?

Protože mám tři malé děti (8, 4 a 1 rok), veškerý volný čas trávím samozřejmě s nimi. Od toho se odvíjí také koníčky: rádi cestujeme, jezdíme na výlety, lyžujeme, běháme, jezdíme na kole a tak dále.

JAKÉ JE VAŠE NEJOBLÍBENĚJŠÍ JÍDLLO?

Asi česká klasika – bramborový salát a kuřecí řízek, ale nepohrdnu ani kynutými ovocnými knedlíky.

LUŠTÍTE ČASTO KŘÍŽOVKY?

Popravdě, na křížovky mi moc času nezbyvá.

JAKÉ JE VAŠE ŽIVOTNÍ MOTTO?

Náš zákazník, náš pán. A obecně: „Chovej se k lidem tak, jak chceš, aby se oni chovali k tobě.“



CASHBACK MÍSTO BANKOMATU

Cashback, psáno též CashBack nebo cash back, v překladu znamená „navrácení peněz“ nebo „návrat hotovosti“. V literatuře se můžeme dočíst, že tento pojem se používá pro nárokování zahraniční DPH, též jde o možnost získat peníze zpět z nákupů na internetu a s názvem Cashback se setkáváme rovněž u akcí na podporu prodeje některých výrobců, kdy zákazník výrobci zašle doklad o koupi a část peněz dostane zpět na účet.

Stále častěji je ale tento termín užíván také pro službu zákazníkovi, který si chce vybrat na pokladně obchodu peníze v hotovosti místo výběru v bance nebo z bankomatu. A tomuto tématu se chceme dnes věnovat. Je to další z u nás nepříliš rozšířených služeb, která může Vaši prodejnu zatraktivnit pro současné i budoucí zákazníky. Určitě všichni o této možnosti víte, ale možná ne všichni jste zaregistrovali změny, které se udály v průběhu minulého roku a mohou ovlivnit zájem o ni.

Abyste vůbec mohli o této službě ve své prodejně uvažovat, je třeba, abyste přijímali platby kartou. O úhradách nákupů kartami a prostřednictvím platebních terminálů jsme již psali a na tomto místě jen zdůrazníme stále větší nutnost tento způsob placení zákazníkovi umožnit, nechcete-li o některé klienty úplně přicházet a je-li Vaším záměrem, aby u Vás i ti stávající utráceli více peněz, než by vydali v hotovosti. Je známo, že placení kartou „bolí“ méně než hotovými penězi.

Cashback v Česku funguje již od roku 2006. Je tomu tedy již 13 let, co si zákazník může při svém nákupu zároveň vybrat hotovost. Fungovalo to tak, že když zákazník utratil za nákup alespoň 300 Kč, mohl si při placení na pokladně vybrat částku v hotovosti

v maximální výši 1 500 Kč. Pro mnoho lidí to nebyly zajímavé podmínky a o službu nejevili velký zájem. Využívala ji skupina lidí, kteří měli např. zpoplatněn výběr z bankomatů jiných bank nebo jejich banka v blízkosti bankomat neprovozovala, případně zákazníci, kteří používají kreditní karty, u nichž je poplatek při výběru z bankomatu velmi vysoký. I přes malé využití bylo v roce 2017 vybráno touto možností takřka 700 milionů korun, a to pouze v cca 10 tisících obchodních míst, které ji akceptují. Svým zákazníkům ji už nabízejí např. Albert, Coop, Globus, Penny Market, TETA, Žabka a některé čerpací stanice. Prodejní místa jsou v takovém případě označena logem Mastercard CashBack nebo Visa CashBack.

Podmínky cashbacku se minulý rok v létě značně změnilo: stačí nákup v hodnotě 1 Kč a zákazník si může vybrat v hotovosti až 3 000 Kč. Minimální částka výběru je dána pouze tím, že výběr musí být ve stokorunách, takže 100 Kč je minimální výběr.

JAK TO FUNGUJE?

- Zákazník může k výběru použít všechny druhy karet, embosované i elektronické, kreditní i debetní, VISA i MasterCard.
- Velikost výběru musí zákazník nahlásit před zaplacením nákupu.
- Peníze nakupující obdrží spolu s účtenkou z platebního terminálu. Na účtence se objeví částka výběru i částka nákupu a jejich součet.

Banky a kartové asociace začaly o této službě více informovat své klienty. A mají důvod: je to pro ně výhodné, protože nemusí vynakládat velké sumy za budování bankomatů a za jejich správu. Díky tomu, že se tato informace dostává silněji do pově-

domí vlastníků platebních karet, může být mezi Vašimi zákazníky více zájmu o tuto službu. Cashback zákazníka nic nestojí – to je jeden z důvodů, proč může být pro někoho zajímavý. Jak jsme již zmínili, v některých bankách totiž stále zákazníci hradí poplatky za výběr z bankomatu jiné bankovní společnosti a u karet kreditních je poplatek za výběr z bankomatů hodně vysoký vždy. Dalším důvodem pro využití této služby je fakt, že v mnoha menších městech a obcích žádný bankomat není a cashback tedy může být jediným způsobem, jak se dostat k hotovým penězům a moci s nimi zaplatit tam, kde to kartou opravdu nejde.

A CO Z TOHO BUDETE MÍT VY, OBCHODNÍCI?

Opět jsme u toho, že nabídka této služby se může stát konkurenční výhodou a její neposkytování naopak brzdou podnikání a konkurenční nevýhodou. Je třeba optimisticky vycházet z faktu, že málokdo si přijde jen vybrat hotovost – většina spojí výběr hotovosti s nákupem, třeba jen malým. A jednou může být nákup takového zákazníka malý, příště větší. Cashback sice není pro obchodníky povinný, nicméně klient, který je zvyklý platit kartou nebo chce využívat služeb jako tato, nebude mít příliš motivace se vracet tam, kde bude odmítnut a bude mít snížený nákupní komfort. Také už jsme uvedli známou věc, totiž že lidé, kteří platí kartou, většinou utratí více, než kdyby platili hotovými penězi. To Vám může přinést celkově větší tržby.

A my se Vás ptáme: umožňujete svým zákazníkům využívat cashback a obecně možnost platit kartou? Jakou s tím máte zkušenost? Budeme rádi, když se o ni podělíte a napíšete nám.

Zdroj: redakce

KLAMÁNÍ O OBSAHU MASA

Tři případy klamání spotřebitelů o obsahu masa u konzerv polského původu zjistili inspektoři SZPI při kontrole maloobchodních provozoven v Praze, Ostravě a Náchodě. Jedná se o:

1) Dušené hovězí maso, datum minimální trvanlivosti do 09/2020, šarže L33002, výrobce neuveden, původ: Polsko. Na obalu byl deklarován obsah hovězího masa 65%, analýza však prokázala přítomnost masa v množství 56 %. Inspektoři vzorek odebrali v provozovně ADL Finance s.r.o., Sluneční náměstí 2567/7, 158 00 Praha.

2) Chalupářské hovězí maso Delux, datum minimální trvanlivosti do 12/01/2021, šarže 12 01 2021, výrobce neuveden, původ: Polsko. Na obalu konzervy výrobce deklaroval 80 g masa na 100 g výrobku, ale laboratorní analýza prokázala přítomnost 66,5 g/100 g. Vzorek inspektoři odebrali v provozovně MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o., Místecká /280, 720 00 Ostrava.

3) Nasze Smaki Miesiwo w sosie własnym, Vepřové maso ve vlastní šťávě, sterilovaná konzerva, datum minimální trvanlivosti 14. 11. 2020, šarže L 14857, výrobce Jeronimo Martins Polska S.A. ul. Zniwna 5, 62-025 Kostrzyn przez Pamapol S.A., ul. Wielunska 2, 97-438 Rusiec, Polsko, původ: Polsko. Na obale výrobku byl deklarován obsah vepřového masa 83,8 % a vepřového boku 5,5%, což představovalo celkem 89,3% masa. Rozborem bylo zjištěno pouze 75% masa. Prodejcem potraviny byla společnost Anna Magdalena Brzozowska, Čechova 408, 547 01 Náchod.

Inspekce prvním dvěma uvedeným kontrolovaným osobám uložila, aby předmětné šarže stáhla z tržní sítě, v případě

provozovny v Náchodě již byla potravina vyprodána. S kontrolovanými osobami inspekce zahájí správní řízení o uložení pokuty. Vzhledem k opakovaným zjištěním falšování u tohoto druhu komodity bude inspekce i nadále pokračovat v kontrolách s nesníženou intenzitou.

BOJ PROTI NEVYHOVUJÍCÍMU A FALŠOVANÉMU VÍNU

Novela zákona o vinohradnictví a vinařství 321/2004 Sb. vstoupila v účinnost od 1. 4. 2017 a výrazným způsobem zasáhla do fungování trhu s vínem, zejména v oblasti prodeje sudového vína a dovozu nebaleného vína ze zahraničí. Novela mj. zabraňuje nežádoucí anonymizaci sudového vína úpravou režimu jeho dovozu a prodeje. Předchozí stav neumožňoval účinně bojovat proti podvodům právě se sudovým vínem.

Z vyhodnocení kontrol SZPI po více než 1 roce účinnosti novely vyplývá, že se snížil jak celkový počet nevyhovujících vzorků vín, tak počet vín falšovaných. „Jsem rád, že se podařilo nastavit účinný systém vymáhání práva na trhu s vínem a že Ministerstvo zemědělství iniciovalo a zprostředkovalo platformu, na které se podařilo zohlednit zájmy všech zúčastněných tak, aby byly chráněny zájmy spotřebitelů i poctivých provozovatelů,“ konstatoval ministr zemědělství ČR Miroslav Toman. „Dosavadní výsledky kontrol ukazují, že novela vinařského zákona byl krok správným směrem,“ dodal ústřední ředitel SZPI Martin Klanica.

Inspektoři SZPI v roce 2018 hodnotili celkem 1 300 vzorků vín. Z tohoto počtu při hodnocení na místě nebo v laboratoři nevyhovělo požadavkům právních předpisů 311 vzorků, což představuje 24 % z hod-

nocených vzorků. V roce 2017 inspektoři hodnotili 1 531 vzorků vín, nevyhovělo 279 vzorků (podíl 18 %). Výsledek kontrol SZPI z roku 2018 a 2017 ukazuje významné snížení počtu zjištěných nevyhovujících vzorků vín i podílu nevyhovujících vzorků ze vzorků hodnocených při srovnání s předchozími lety.

V roce 2016 inspektoři SZPI hodnotili 1 436 vzorků vín a požadavkům právních předpisů nevyhovělo 561 z nich (podíl 39 %), v roce 2015 šlo o 1 536 vzorků a nevyhovělo 531 z nich (35 %), v roce 2014 šlo o 1 041 vzorků a nevyhovělo 452 z nich (43 %) a v roce 2013 šlo o 1 134 vzorků a nevyhovělo 415 z nich (37 %). Stejně významný pokles ukázaly kontroly i v kategorii závažných prohřešků falšování (obzvláště hrubé porušení enologických postupů). V roce 2018 inspektoři zjistili celkem 23 vzorků falšovaných vín, což představuje 1,8 % ze všech hodnocených vzorků.

V roce 2017 inspektoři prokázali falšování u 18 vzorků (1,2 %). V roce 2016 šlo o 34 vzorků falšovaných vín (2,3 %), v roce 2015 o 83 vzorků (5,4 %), v roce 2014 o 74 vzorků (7,1 %) a v roce 2013 o 121 vzorků (10,6 %).

Novela zákona nepřinesla snížení počtu vinoték, jak se obávali někteří provozovatelé. Počet provozovatelů vinoték registrovaných u SZPI se meziročně zvýšil a Inspekce nyní eviduje 6 123 vinoték. V roce 2017 šlo o 5 704 vinoték, v roce 2016 o 5 149 vinoték a v roce 2015 o 4 665 vinoték.

SZPI aktuálně posílila laboratoře o zařazení nukleární magnetické rezonance o frekvenci 600 MHz. To kapacitně doplní původní zařízení o frekvenci 400 MHz a díky zavádění nových typů analýz zvýší efektivitu ochrany spotřebitelů.



CUKROVINKY NEBEZPEČNÉ PRO ALERGIKY

SZPI nařídila třem maloobchodním provozovatelům, aby neprodleně stáhli z prodeje dvě šarže cukrovinek polské výroby, u kterých zjistila značné překročení alergenní složky oproti deklaraci na obalu. Jednalo se o potravinu Wafelki jogurtowe o smaku truskawkowym, 180g, minimální trvanlivost do 23. 11. 2019, výrobce: Zakłady Przemysłu Cukierniczego „SKAWA” S.A., ul. Dr. Putka 1, 34-100 Wadowice. Výrobce na obalu uvedl, že potravina „Může obsahovat arašidy a ořechy”, ovšem laboratorní analýza prokázala přítomnost arašídů v množství 754 mg/kg. Naměřené množství alergenu je tak třicetinásobně vyšší než stopové a spotřebiteli tím byla poskytnuta zavádějící informace o složení potraviny. Inspektoři potraviny odebrali na provozovně Můj obchod s.r.o., Smetanova 21, Hrochův Týnec.

Ve druhém případě šlo o potravinu Černobíla mléčno-kakaová pochoutka, hmotnost 80 g, datum minimální trvanlivosti do 19. 10. 2019, výrobce: Chocomoco Kinga Rzepecka, Rynek Zygmunta Starego 21, 05-480 Karczew, Polsko. Etiketa spotřebitele informovala, že potravina „Může obsahovat stopy arašídů, jiných ořechů a gluténu”, ale laboratorní výsledky prokázaly obsah arašídů v množství 386 mg/kg. Naměřené množství alergenu je tak patnáctinásobně vyšší než stopové a spotřebiteli tím byla poskytnuta zavádějící informace o složení potraviny. Vzorek inspekce odebrala v provozovně VERNER POTRAVINY s.r.o., Husovo náměstí 36, 552 03 Česká Skalice.

Dále SZPI zjistila v provozovně Jednota spotřební družstvo v Uherském Ostrohu, Náměstí 17. listopadu 1543 Strážnice,

nevyhovující potravinu „TRUBÍČKY plněné krémem s kakaovou příchutí”, s datem minimální trvanlivosti do 30. 9. 2019, výrobce neuveden, země původu: Polsko. Analýza SZPI u odebraného vzorku prokázala přítomnost alergenu – arašídů v koncentraci 7 882 miligramů na kilogram (mg/kg). Výrobce na obalu uvedl: „může obsahovat stopy sezamu, arašídů a jiných skořápkových plodů”. Vzhledem k tomu, že naměřená koncentrace arašídů více než 300x překračuje množství uznatelné jako „stopy”, jedná se o potravinu, která může představovat významné zdravotní riziko pro osoby s alergií nebo intolerancí na arašidy. V rámci ochrany spotřebitele nařídila inspekce celorepublikové opatření společnosti Jednota spotřební družstvo v Uherském Ostrohu, Veselská 733, 687 24 Uherský Ostroh, aby zajistila stažení uvedené šarže ze všech svých provozoven.

Neprodlené stažení předmětných šarží z trhu nařídila inspekce i ostatním dvěma subjektům a s kontrolovanými osobami inspekce zahájí správní řízení o uložení pokuty.

PEKINGSKÉ ZELÍ S NADLIMITNÍM FLONICAMIDEM

V rámci cílených kontrol cizorodých látek v sortimentu čerstvého ovoce a zeleniny zjistila kontrola SZPI nevyhovující šarži potraviny „pekingské zelí” v provozovně společnosti TEMPO, obchodní družstvo, Hlučínská 727, 747 23 Bolatice. Jednalo se o čerstvé pekingské zelí ve volném prodeji z přepravky, země původu: Polsko, u které laboratorní rozbor SZPI potvrdil kontaminaci pesticidem flonicamid v množství 0,096 mg/kg. Příslušný právní předpis stanovuje maximální povolený limit pro přítomnost flonicamidu na 0,03 mg/kg. Flonicamid je insekticid, který se používá

jako ochrana rostlin proti hmyzím škůdcům. Z uvedených skutečností vyplývá, že provozovatel porušil Nařízení (ES) č. 396/2005 o maximálních limitech reziduí pesticidů v potravinách a krmivech, a SZPI zahájí správní řízení o uložení pokuty. Inspekce současně došetřuje případ v rámci dodavatelského řetězce. O podobném případě SZPI informovala v tiskové zprávě dne 5. 12. 2018, 8. 11. 2018 a 26. 10. 2018.

KLAMAVĚ OZNAČENÝ KABANOS

V rámci cílených kontrol zjistili inspektoři SZPI v tržní síti falšovaný masný výrobek „PIKOK KABANOSY”, trvanlivý uzený výrobek, hmotnost: 175 g, šarže: L0197/F140/05293; DMT: 12.02.2019, výrobce: TARCZYŃSKI S.A., Ujeździec Mały 80, 55-100 Trzebnica, Polsko. Výrobce na obalu potraviny mj. uvedl: 100 g výrobku (bylo vyrobeno) ze 158 g masa (z toho 150 g vepřové maso a 8 g hovězí maso). Laboratorní rozbor ale prokázal, že výrobek neobsahuje hovězí maso v množství vyšším než 1 %. Informace na obalu tak klamala spotřebitele ohledně skutečného složení potraviny, kontrovaná osoba se tím dopustila porušení Evropského nařízení 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, a to ve smyslu klamání spotřebitele.

Inspektoři potraviny odebrali v provozovně Lidl Česká republika v.o.s., Velebudická 3303/1a, Most. Inspekce prodeji nařídila stažení předmětné potraviny ze všech svých poboček a zahájí správní řízení o uložení pokuty. Pozn.: U sušených (trvanlivých a fermentovaných) masných výrobků se na obalu uvádí hmotnost finálního výrobku po vysušení, ale hmotnost jednotlivých složek před jejich vysušením. Proto je u této komodity součet hmotnosti složek vyšší, než je hmotnost konečného výrobku.

Zdroj: SZPI (upraveno, kráceno)

ZÁRUKA ZA JAKOST A ODPOVĚDNOST ZA JAKOST PŘI PŘEVZETÍ



ZÁRUKA ZA JAKOST

Záruka za jakost je dobrovolným prohlášením prodávajícího ohledně jakosti jím prodáváného zboží. Pozor však na skutečnost, že obdobné účinky má i údaj uvedený na obalu jím prodáváného zboží, který mohl být na věc vyznačen i jiným subjektem (viz citace § 2113 níže). Právní úprava tohoto institutu je v novém občanském zákoníku (dále též jen ObčZ) poměrně stručná: Je hlavně na prodávajícím, aby sám obsah jím dané záruky, vč. práv z jejího porušení, vymezil. V neupravených otázkách, vznikne-li spor, lze očekávat, že soud rozhodne dle obecných pravidel pro užití předpisů občanského práva (viz např. § 10 Obč. z.).

Ust. § 2113: „Zárukou za jakost se prodávající zavazuje, že věc bude po určitou dobu způsobila k použití pro obvyklý účel nebo že si zachová obvyklé vlastnosti. Tyto účinky má i uvedení záruční doby nebo doby použitelnosti věci na obalu nebo v reklamě. Záruka může být poskytnuta i na jednotlivou součást věci.“

Ust. § 2114: „Určují-li smlouva a prohlášení o záruce různé záruční doby, platí doba z nich nejdelší. Ujednají-li však strany jinou záruční dobu, než jaká je vyznačena na obalu jako doba použitelnosti, má přednost ujednání stran.“

Ust. § 2115: „Záruční doba běží od odevzdání věci kupujícímu; byla-li věc podle smlouvy odeslána, běží od dojití

věci do místa určení. Má-li koupenou věc uvést do provozu někdo jiný než prodávající, běží záruční doba až ode dne uvedení věci do provozu, pokud kupující objednal uvedení do provozu nejpozději do tří týdnů od převzetí věci a řádně a včas poskytl k provedení služby potřebnou součinnost.“

Ust. § 2116: „Kupující nemá právo ze záruky, způsobila-li vadu po přechodu nebezpečí škody na věci na kupujícího vnější událost. To neplatí, způsobil-li vadu prodávající.“

Ust. § 2172: „Práva z vady se uplatňují u prodávajícího, u kterého věc byla koupena. Je-li však v potvrzení podle § 2166 uvedena jiná osoba určená k opravě, která je v místě prodávajícího nebo v místě pro kupujícího bližším, uplatní kupující právo na opravu u toho, kdo je určen k provedení opravy. Osoba takto určená k opravě provede opravu ve lhůtě dohodnuté mezi prodávajícím a kupujícím při koupi věci.“

Ust. § 2173: „Uplatní-li kupující právo z vadného plnění, potvrdí mu druhá strana v písemné formě, kdy právo uplatnil, jakož i provedení opravy a dobu jejího trvání.“

ODPOVĚDNOST ZA JAKOST PŘI PŘEVZETÍ

Tato odpovědnost dopadá na podnikatele při prodeji zboží v obchodě (§ 2158) ze zákona. Upravují ji zejm. ust. § 2165 a násl. ObčZ a dále též podpůrně (tj. není-li ně-

kteřá otázka přednostně upravena v rámci zvláštních ustanovení o prodeji zboží v obchodě) některá z obecnějších ust. § 2099 a násl. ObčZ ohledně práv z vadného plnění.

Ust. § 2161: „Jakost při převzetí

(1) Prodávající odpovídá kupujícímu, že věc při převzetí nemá vady. Zejména prodávající odpovídá kupujícímu, že v době, kdy kupující věc převzal,

a) má věc vlastnosti, které si strany ujednaly, a chybí-li ujednání, takové vlastnosti, které prodávající nebo výrobce popsal nebo které kupující očekával s ohledem na povahu zboží a na základě reklamy jimi prováděné,

b) se věc hodí k účelu, který pro její použití prodávající uvádí nebo ke kterému se věc tohoto druhu obvykle používá,

c) věc odpovídá jakostí nebo provedením smlouvenému vzorku nebo předloze, byla-li jakost nebo provedení určeno podle smlouveného vzorku nebo předlohy,

d) je věc v odpovídajícím množství, míře nebo hmotnosti a

e) věc vyhovuje požadavkům právních předpisů.

(2) Projeví-li se vada v průběhu šesti měsíců od převzetí, má se za to, že věc byla vadná již při převzetí.“

Ust. § 2165:

„(1) Kupující je oprávněn uplatnit právo z vady, která se vyskytne u spotřebního zboží v době dvaceti čtyř měsíců od převzetí.

(2) Je-li na prodávané věci, na jejím obalu, v návodu připojenému k věci nebo v reklamě v souladu s jinými právními předpisy uvedena doba, po kterou lze věc použít, použijí se ustanovení o záruce za jakost.“

Ust. § 2167: „Ustanovení § 2165 se nepoužije

a) u věci prodávané za nižší cenu na vadu, pro kterou byla nižší cena ujednána,

b) na opotřebením věci způsobeném jejím obvyklým užíváním,

c) u použité věci na vadu odpovídající míře používání nebo opotřebením, kterou věc měla při převzetí kupujícím, nebo

d) vyplývá-li to z povahy věci.“

Ust. § 2169:

„(1) Nemá-li věc vlastnosti stanovené v § 2161, může kupující požadovat i dodání nové věci bez vad, pokud to není vzhledem k povaze vady nepřiměřené, ale pokud se vada týká pouze součásti věci, může kupující požadovat jen výměnu součásti; není-li to možné, může odstoupit od smlouvy. Je-li to však vzhledem k povaze vady neúměrné, zejména lze-li vadu odstranit bez zbytečného odkladu, má kupující právo na bezplatné odstranění vady.

(2) Právo na dodání nové věci, nebo výměnu součásti má kupující i v případě odstranitelné vady, pokud nemůže věc řádně užívat pro opakovaný výskyt vady po opravě nebo pro větší počet vad. V takovém případě má kupující i právo od smlouvy odstoupit.

(3) Neodstoupí-li kupující od smlouvy nebo neuplatní-li právo na dodání nové věci bez vad, na výměnu její součásti nebo na opravu věci, může požadovat přiměřenou slevu. Kupující má právo na přiměřenou slevu i v případě, že mu prodávající nemůže dodat novou věc bez vad, vyměnit její součást nebo věc opravit, jakož i v případě, že prodávající nezjedná nápravu v přiměřené době nebo že by zjednání nápravy spotřebiteli působilo značné obtíže.“

Ust. § 2172: „Práva z vady se uplatňují u prodávajícího, u kterého věc byla koupena. Je-li však v potvrzení podle § 2166 uvedena jiná osoba určená k opravě, která je v místě prodávajícího nebo v místě pro kupujícího bližším, uplatní kupující právo na opravu u toho, kdo je určen k provedení opravy.

Osoba takto určená k opravě provede opravu ve lhůtě dohodnuté mezi prodávajícím a kupujícím při koupi věci.“

Ust. § 2173: „Uplatní-li kupující právo z vadného plnění, potvrdí mu druhá strana v písemné formě, kdy právo uplatnil, jakož i provedení opravy a dobu jejího trvání.“

SROVNÁNÍ OBOU TYPŮ ODPOVĚDNOSTI

Jak je patrné z výše uvedených citací, pojmy „záruka“ a „záruční doba“ používá nový občanský zákoník pouze ve vztahu k dobrovolné záruce za jakost. Zárukou za jakost se ten, kdo ji dává, zavazuje, že věc si po určité dobu uchová svoji použitelnost nebo obvyklé vlastnosti. Měla by tedy po celou záruční dobu odolat běžnému opotřebení, tak aby během platnosti záruky za jakost splňovala nároky uživatele odpovídající obsahu daného závazku prodávajícího.

Ve vztahu k zákonné odpovědnosti za vady prodané věci pak hovoří ObčZ o „právech z vadného plnění“ či o „právech z vady“. V pasáži ObčZ ohledně koupě je vznik těchto práv při prodeji zboží v obchodě (tj. typicky v případě nákupu zboží spotřebitelem) upraven v návaznosti na termín „jakost při převzetí“.

Pojem „záruka“ či „záruční doba“ ObčZ, na rozdíl od předchozího občanského zákoníku, již v případě zákonné odpovědnosti za vady nepoužívá. Existují však rozdílné názory na otázku, zda výše cit. § 2165 odst. 1 ObčZ přeci jen po obsahové stránce i nadále dvouletou záruční odpovědnost nestanoví. Hlavní praktický rozdíl se zde týká otázky, jak je to s prokazováním existence vady v případě skrytých vad reklamovaných po uplynutí prvního půlroku od převzetí výrobku (tj. v době, kdy již nelze využít domněnky vadnosti zboží při převzetí upravené ve výše cit. § 2161 odst. 2). Definitivní odpověď zde podá až soudní praxe, poté co se před soudy dostane spor z takového reklamace a soudce si bude muset vyřešit otázku tzv. rozdělení důkazního břemene: Konkrétně zda je, či není na spotřebiteli, aby v takovémto případě prokázal, že věc byla vadná již při převzetí, a tedy zda případný neúspěch v dokazování této okolnosti odůvodňuje zamítnutí nároku uplatněného spotřebitelem (pakliže nebude např. ze znaleckého posudku průkazné, že předmětná vada zde byla již v době prodeje).

Z hlediska uplatňování reklamací u prodávajícího (tedy ve fázi předcházející případnému soudnímu sporu) se však pro

spotřebitele nic zásadně nemění: Po dobu dvou let je spotřebitel oprávněn vytknout vady věci a na prodávajícího je, aby dle § 19 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, o reklamaci ve stanovené lhůtě rozhodl, a pokud ji zamítne, pak aby písemně toto své rozhodnutí zdůvodnil. (Poznámka: Postupu dle tohoto ustanovení se při reklamaci mohou dovolávat pouze osoby splňující definici spotřebitele stanovenou pro potřeby zákona o ochraně spotřebitele, tj. pouze fyzické osoby jedající mimo rámec podnikatelské činnosti či samostatného výkonu povolání.)

Vzhledem k výše uvedené nejistotě ohledně významu § 2165 odst. 1 ObčZ (kdy je sice možné, že i tuto právní úpravu vyloží soudy jako zákonnou záruku, nikoli však jistě) lze pak doporučit, aby spotřebitelé zejména využili první půlrok od koupě k důkladnému obeznámení s užitnými vlastnostmi výrobku a případné nedostatky reklamovali pokud možno ještě v této šestiměsíční lhůtě, kdy je jejich výhodnější postavení v případném soudním sporu výslovně upraveno v § 2161 odst. 2 ObčZ (viz citace výše).

ROZDÍL MEZI ODPOVĚDNOSTÍ ZA ŠKODU ZPŮSOBENOU VADOU VÝROBKU A ODPOVĚDNOSTÍ ZA VADY

Od uplatnění odpovědnosti za vady prodané věci je třeba odlišovat případné nároky vyplývající ze skutečnosti, že vada výrobku též způsobila škodu na zdraví či na majetku. Uplatňování práv z vady dle § 2169 občanského zákoníku je snahou domoci se nápravy v situaci, kdy kupující za uhrazenou kupní cenu nenabyl výrobek odpovídající kupní smlouvě, tj. obdržel v rozporu s ujednáním smluvních stran výrobek vadný a v tomto smyslu byl „poškozen“ maximálně do výše kupní ceny.

K tomu však může přistoupit ještě další nárok, jestliže vada prodaného výrobku způsobí škodu další osobě (nemusí se tedy nutně jednat o kupujícího a výše vzniklé škody zde může i výrazně přesáhnout kupní cenu zboží). Při uplatňování tohoto nároku poškozený postupuje dle § 2939 a násl. občanského zákoníku (Škoda způsobená vadou výrobku) a podpůrně dle obecných ustanovení občanského zákoníku ohledně náhrady újmy, a to primárně vůči výrobci – děje se tak tedy v odlišném procesním režimu, než jaký je zde stanoven pro uplatnění odpovědnosti prodávajícího za vady. ■

Zdroj: Česká obchodní inspekce

SUPERMARKETY ZŮSTÁVAJÍ O NADCHÁZEJÍCÍCH SVÁTCÍCH ZAVŘENÉ

Ústavní soud potvrdil platnost zákona, podle kterého musí být obchody nad 200 m čtverečních o některých svátcích zavřené. Výslovný zákaz prodeje se týká 1. ledna, Velikonočního pondělí, 8. května, 28. září, 28. října a 25. a 26. prosince. Na Štědrý den je možné mít obchod otevřený pouze do 12 hodin. Porušení tohoto zákona se trestá pokutou až pěti milionů korun.

Ústavní soud totiž zamítl návrh skupiny senátorů na zrušení tohoto zákona. Soudci k tomuto rozhodnutí sdělili, že každý občan má právo na připomenutí si tradičních svátků a právo na to, trávit tento

čas v okruhu své rodiny, s tím, že již několik tisíciletí platí zásada, že je nezbytné, aby lidé nepracovali bez odpočinku každý den.

Ústavní soud dospěl k závěru, že stanovení hranice určitými metry plochy prodejny je poměrně přesné a není neracionální, protože odpovídá i obecné zkušenosti, že v menších provozovnách pracují samotní majitelé, většinou s pomocí rodiny, a ti se mohou samostatně rozhodnout, zda budou mít o svátcích otevřeno.

Tento zákon se kromě obchodů do 200 m čtverečních nevztahuje například na čerpací stanice, lékárny, prodejny na ná-

dražích a letištích a ve zdravotnických zařízeních.

Nezapomeňte tedy, že je to Vaše konkurenční výhoda především oproti hypermarketům a supermarketům. Proto je vhodné skutečnost, že budete mít v tyto dny otevřeno, připomenout Vaším zákazníkům například tím, že na obchod umístíte cedulku s informací, že na Velikonoční pondělí máte otevřeno a stejně to bude při další nejbližší příležitosti, tj. 8. května. Je škoda této výhody nevyužít, když to zákon nabízí.

Zdroj: redakce

PŘÍSTROJ NA ZAHŘÍVÁNÍ TABÁKU POUŽÍVÁ 7 % KUŘÁKŮ

V České republice je dle průzkumu Státního zdravotního ústavu přibližně čtvrtina obyvatel aktivními kuřáky. Jak se mění užívání tabáku s nástupem stále oblíbenějšího zdravého životního stylu a s příchodem nových forem užívání tabáku? Na tyto i jiné otázky odpovídá průzkum společnosti Nielsen z prosince 2018.

Většina českých kuřáků jsou středně silní kuřáci (kouří nebo jinak užívají 6–15 tabákových výrobků denně). Zároveň jsou to lidé, kteří holdují tabáku už velmi dlouho, protože více než tři čtvrtiny z oslovených kuřáků kouří déle než 10 let. Přístroje

na zahřívání tabáku dle výsledků průzkumu užívá 7 % kuřáků. Jejich typickými uživateli jsou mladí lidé z velkých měst. Až 98,6 % uživatelů těchto přístrojů jsou současní či bývalí kuřáci cigaret a téměř tři čtvrtiny z nich kombinují zahřívání tabák s jiným způsobem užívání tabáku (např. mentolové cigarety). Jen 1,4 % uživatelů přístrojů na zahřívání tabáku nebylo kuřáky a začalo s užíváním tabáku právě tímto způsobem. Jako největší benefit přístrojů na zahřívání tabáku vidí jeho uživatelé možnost užívat tabák tam, kde je kouření zakázáno.

Na trhu s cigaretami je vidět dlouhodobý pokles důležitosti gastro zařízení, meziročně z 10 na 7 %. Pokles je způsoben kombinací několika faktorů – zavedení EET, uvedení protikuřáckého zákona, který zakazuje kouření v gastro zařízeních, a pokles počtu zařízení, která vedou cigarety. Nejvýznamnějším prodejním kanálem zůstávají tabáky a tabákové kiosky, kde se realizuje 42 % tržeb, následují maloobchodní prodejny s potravinami a smíšeným zbožím (30 %).

Zdroj: Retail News

TÉMĚŘ POLOVINA ČECHŮ NAKUPUJE KOSMETIKU POUZE V AKCI

Kosmetiku nakupují podle studie GfK Kosmetika 2018 převážně ženy a mladší věkové kategorie, a to v 61 %. Pokud se zákazníci vydají na nákup kosmetiky, potom v 69 % se jedná o rutinní nákup na doplnění zásob kosmetiky. 59 % lidí vyrazí na nákup určitého konkrétního kosmetického výrobku, který jim došel. Na akci či

speciální nabídku konkrétního kosmetického přípravku čeká 45 % lidí a 11 % si plánuje nákup nových výrobků, aby vyzkoušeli, da jim budou vyhovovat. 69 % lidí deklaruje, že jsou věrní osvědčeným kosmetickým značkám a zavedeným výrobkům, naopak 31 % rádo zkouší nové výrobky. Cena je jedním z hlavních kritérií při nákupu kos-

metiky pro 71 % lidí, kteří podrobně sledují a porovnávají ceny a nakupují jen výhodně. Téměř polovina lidí si často dopřeje i dražší. Lidé v průměru utratili v roce 2018 za kosmetiku 692 Kč měsíčně. Ve srovnání s rokem 2016 to bylo o 85 Kč měsíčně více.

Zdroj: Retail News

FANTAZII SE MEZE NEKLADOU

Máme pro Vás pár zajímavých způsobů, jak doma obarvit velikonoční vajíčka. Některé jsou opravdu jednoduché a výsledek je velmi pěkný. Jen dbejte na to, abyste pro případ, že chcete vajíčka po jejich dekorování sníst, použili potravinářské barvy nebo jedlé rostliny. Pokud Vás zaujme jiná technika, doporučujeme vajíčka před barvením vyfouknout, aby je někdo třeba omylem nepožíł.

ZDOBNÉ NA SEDM ZPŮSOBŮ

1. LAKEM – Tento způsob barvení není až tak známý, ale o to je jednodušší. Potřebujete vyfouknutá vejce, dva až tři různé barevné laky na nehty, vodu v dostatečně velké plastové krabici a špejli. Do vody nakapejte pár kapek laku od každé barvy. Špejli ponořte do vody a krouživými pohyby propojte barvy do sebe. Stačí několikrát a hned uvidíte zajímavé obrazce. Poté vezměte vejce, ponořte je pomalu do této lázně a různě s ním otáčejte. Čím více barev na skořápku natchytáte, tím zajímavější kombinace a tvary mohou vzniknout. Lak můžete kdykoliv nahradit novým, pokud se Vám starý zdá již nepoužitelný.

2. AKVARELEM – I tento způsob používáte pouze na vyfouknutá vejce, barvy jsou totiž jedovaté. Barvu nanese na vejce, můžeme použít jednu, dvě i více barev. Když je vejce pokryté, vezmeme igelitový sáček, zmuchláme ho a děláme jím na vejce obtisky. Barvy se krásně smíchají a igelit zanechá na vejcích pěknou strukturu.

3. HOLICÍ PĚNOU A BARVIVEM – Do širší misky nastříkejte pěnu na holení (pozor, s gelem na holení tento trik nefunguje). Na pěnu nakapejte barvivo na vejce. Můžete opět použít více barev. Špejli rozetřete barvy tak, jak se Vám to bude líbit. Vejce v této směsi poválejte a poté odložte na 5 až 10 minut na ubrousek. Následně z něj otřete pěnu a uvidíte, jak se barvy krásně propojily.

4. VOSKEM – Rozehřejte vosk, například ze staré svíčky, a do vosku nastrouhte voskovku. Záleží jen na Vás, kolik barev máte k dispozici nebo kolik jich chcete použít. Vezměte špendlík a nanásejte barevný vosk přímo na skořápku. Špendlík je lépe zapíchnout do nějakého dřívka nebo alespoň špejle, ať se o něj nepíchnete nebo nespálíte. Tuto metodu nedoporučujeme příliš malým dětem, mohou se popálit horkým voskem.

5. TAVNOU PISTOLÍ – S tavnou pistolí toho můžete vymyslet opravdu hodně. Natavit na vejce můžete různé sušené květy, korálky, knoflíky, mašličky, nitky a podobně, jen je potřeba ohlídat, aby se nastrojené dekorace neodlupovaly.

6. KREPOVÝM PAPIREM – Vyfouknutá vejce obalte krepovým papírem různých barev nastříhaným na menší kousky. Pak vejce obalené papírem vložte do silonové ponožky, kterou pevně (ale opatrně) utáhněte, ať neprasknou. Vejce poté nad miskou rozprašovačem postříkejte vodou, nechte chvíli oschnout a rozbalte překvapení, které krepový papír zanechal v podobě barevných obrazců.

7. PŘÍRODNÍMI PLODINAMI – K tomuto způsobu, který používaly již naše babičky, budete potřebovat vejce s bílou skořápkou, slupky z cibule, starší silonové punčochy, nit, hrnec, špetku soli, listy nebo lístky rostlin či stromů nebo dekorace vystřižené z papíru či jiného materiálu. Vejce nejprve pořádně omyjte (použijte jar nebo ocet), omytá vložte do punčochy, přidejte lístky nebo jiné zdobené, utáhněte tak, aby se dekorace nepohnuly, a omotejte nití. Dejte vařit vodu, vhodte do ní cibulové slupky a trochu soli, aby vejce nepopraskala. Poté vejce postupně ponořte do lázně a dávejte pozor, aby se nedotýkala ostatních. Občas vejce otočte. Takto je vařte přibližně 10 minut. Nálev

nechte vychladnout a vejce v něm nechte klidně přes noc v lednici. Poté opatrně sejměte ponožku a dejte vejce oschnout. Na závěr je můžete potřít máslem, aby se leskla.

Do hrnce můžete místo cibule, která vejcem propůjčí podle délky luhování barvu od žluté po oranžovou, vložit třeba červené zelí – výslednou barvou bude modrá. Můžete experimentovat s červenou řepou, černým čajem, borůvkami, kurkumou apod. Fantazii se meze nekladou. Takto obarvená vejce jsou nejen jedlá, ale ještě tím můžete docílit jejich zajímavého ochucení. Záleží jen na Vaší fantazii. Koledníky jimi určitě potěšíte.

Máte-li nějaký vlastní neotřelý recept na krášení velikonočních vajíček nebo na nějakou velikonoční dobrotu, pošlete nám ho do redakce. Nejzajímavější rádi otiskneme pro inspiraci ostatním čtenářům.

BABIČČINA VELIKONOČNÍ NÁDIVKA

- petrželka ● 10 ks rohlíků ● 1/2 kg vepřového masa ● sůl ● majoránka ● mletý pepř ● kopřivy ● 10 ks vajec ● pažitka ● 1/2 kg uzeného masa ● vlašské ořechy

Uvaříme společně vepřové a uzené maso do měkka. Do mísy nakrájíme rohlíky na menší kostičky. Ty pak jemně pokropíme vývarem z uvařeného masa tak, aby nebyly úplně promočené. Do této směsi vmícháme žlutky, pažitku, majoránku, sůl, pepř a petrželku. Vedle v míse si připravíme sníh z bílků a ten pak též vmícháme do směsi. Podle chuti můžeme (ale nemusíme) přidat čerstvé nasekané kopřivy a nasekané vlašské ořechy. Nádivka se peče v troubě půl až tři čtvrtě hodiny. Je možné podávat ji buď samostatně, nebo k pečenému masu. Přejeme Vám dobrou chuť.

DUBEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
01. 04. 2019	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	02/19
01. 04. 2019	daň z příjmů	podání vyúčtování daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	2018
01. 04. 2019	daň z příjmů	podání přiznání k dani a úhrada daně, nemá-li poplatník povinný audit a přiznání zpracovává a předkládá sám	2018
09. 04. 2019	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	02/19
15. 04. 2019	silniční daň	záloha na daň	1Q/19
20. 04. 2019	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k MOSS	—
23. 04. 2019	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	03/19
24. 04. 2019	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	02/19
25. 04. 2019	daň z hazardních her	daňové přiznání a splatnost daně	1Q/19
25. 04. 2019	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	1Q /19 a 03/19
25. 04. 2019	DPH	souhrnné hlášení	1Q /19 a 03/19
25. 04. 2019	DPH	kontrolní hlášení	1Q /19 a 03/19
25. 04. 2019	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	03/19
25. 04. 2019	spotřební daň	daňové přiznání	03/19
25. 04. 2019	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů za března 2019 (pokud vznikl nárok)	2018
30. 04. 2019	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	03/19
30. 04. 2019	energetické daně	podání oznámení o splnění povinnosti zajistit minimální množství biopaliv a splatnost související jistoty	—

KVĚTEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
10. 05. 2019	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	03/19
20. 05. 2019	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	03/19
27. 05. 2019	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	04/19
27. 05. 2019	DPH	souhrnné hlášení	04/19
27. 05. 2019	DPH	kontrolní hlášení	04/19
27. 05. 2019	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	04/19
27. 05. 2019	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	03/19
27. 05. 2019	spotřební daň	daňové přiznání	04/19
27. 05. 2019	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	04/19
31. 05. 2019	daň z nemovitých věcí	splatnost celé daně (poplatníci s vyšší daně do 5 000 Kč včetně)	2018
31. 05. 2019	daň z nemovitých věcí	splatnost 1. splátky daně (poplatníci s daní vyšší než 5 000 Kč s výjimkou poplatníků provozujících zemědělskou výrobu a chov ryb)	03/19
31. 05. 2019	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	04/19

ČERVEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
10. 06. 2019	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	04/19
17. 06. 2019	daň z příjmů	čtvrtletní nebo pololetní záloha na daň	3Q/19 nebo 2P/19
20. 06. 2019	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	04/19
24. 06. 2019	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	04/19
25. 06. 2019	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	05/19
25. 06. 2019	DPH	souhrnné hlášení	05/19
25. 06. 2019	DPH	kontrolní hlášení	05/19
25. 06. 2019	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	05/19
25. 06. 2019	spotřební daň	daňové přiznání	05/19
25. 06. 2019	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	05/19

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



poplatek
pod 1 %

MULTIFUNKČNÍ PLATEBNÍ TERMINÁLY ZA MIMOŘÁDNĚ VÝHODNÝCH PODMÍNEK

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

Nemáte ještě platební terminál nebo ho provozujete příliš drahο?

- ✓ Obchodní aliance JAVOR nabízí čtenářům časopisu Obchodníkův rádce platební terminál s poplatkem nižším než 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 | +420 605 208 885



JAVOR

Světově proslulý ležák z Českých Budějovic



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**

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 **F**ire, **L**ightning, **E**xplosion, **A**ircraft = požár (oheň), 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

BIRELL

OTEVŘI SI CESTU K ZÁŽITKŮM

NOVINKA



- ✓ Uzavíratelný obal vhodný na cesty
- ✓ Nová příchuť Hrozno se šťávou z bílých a červených hroznů
- ✓ Bez konzervačních látek, umělých barviv a sladidel



JAVOR MOBIL

JEŠTĚ VÍCE DAT A NEOMEZENÉ VOLÁNÍ

ŽÁDNÉ ZÁVAZKY ANI MINIMÁLNÍ ČERPÁNÍ SLUŽEB!

NEJŽÁDANĚJŠÍ TARIFY Z NABÍDKY

VOLÁNÍ

	JAVOR 1	JAVOR 3	JAVOR 4
popis paušálu	potřebuji, aby se mi lidé dovolali, volám málo, nepotřebuji internet, chci minimální měsíční paušál	hodně volám a posílám SMS, na běžné použití internetu přes mobil potřebuji dostatečný datový limit	hodně volám a posílám SMS, jsem pořád na internetu (facebook, videa, fotky), sdílím připojení s dalším zařízením
volné minuty	30	neomezeně	neomezeně
volné SMS	20	neomezeně	neomezeně
datový limit	—	4 GB	10 GB
volání do mobilních sítí (Kč bez / vč. DPH za min.)	1,- / 1,21	neomezeně	neomezeně
volání do pevných sítí (Kč bez / vč. DPH za min.)	1,20 / 1,45	neomezeně	neomezeně
SMS (do sítě T-Mobile)	1,- / 1,21	neomezeně	neomezeně
SMS (do ostatních sítí)	1,20 / 1,45	neomezeně	neomezeně
max. rychlost internetu (Mbit/s)	—	42 / 5,75	42 / 5,75
měsíční paušál (Kč bez / vč. 21% DPH)	29,- / 35,-	399,- / 483,-	499,- / 604,-

DATA

	MI 1,5 GB	MI 10 GB	MI 30 GB
datový limit	1,5 GB	10 GB	30 GB
max. rychlost down/up (Mbit/s)	42 / 5,75	až 225 / 50	až 225 / 50
měsíční paušál (Kč bez / vč. 21% DPH)	90,- / 109,-	250,- / 303,-	351,- / 425,-

Javor mobil nabízí i **SPECIÁLNÍ TARIF** pro platební terminály a zabezpečovací systémy. V ceně měsíčního paušálu **15,- / 18,15 Kč** je zahrnuto 30 SMS a 50 MB přenesených dat. Stejně jako ostatní tarify je i tento zcela bez závazku.

Všechna telefonní čísla si v rámci sítě JAVOR MOBIL mezi sebou volají zcela zdarma a tyto provolané minuty nejsou odečítány z volných minut zvoleného tarifu. Kompletní detailní nabídku všech tarifu a služeb Vám rádi poskytnou naši obchodní zástupci. Technicky zajišťuje T-Mobile ČR. | **JAVOR MOBIL** | ProVektor, spol. s r.o. | www.aliancejavor.cz | ✉ info@provektor.cz | ☎ **735 764 973**

OCHUTNEJTE

PRVNÍ RADLER BEZ KAPKY ALKOHOLU



0.0%
alk.
zóna

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com



©2019 Design & DTP Hemispheres C&A Agency Ltd., org. sl. v ČR | www.hemispheres.cz

©2019 Vydává Lampyris Project, s.r.o., divize Publishing | www.lampyris-publishing.cz

Technické specifikace inzerce naleznete na stránkách vydavatele.