

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO NEZÁVISLÝ
MALOOBCHOD
03 | 2019



z obsahu

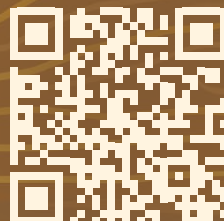
Rozhovor s ředitelem Laktosu (4)

Češi a mléčné výrobky (6)

Akce HAD (8)

SZPI (10)

Postup registrace při sledování
tabákových výrobků (12)



OCHUTNEJTE

PRVNÍ RADLER BEZ KAPKY ALKOHOLU



0.0%
alk.
zóna

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

3. 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

Tiskové chyby vyhrazeny.

úvodní slovo



Vážení a milí čtenáři,

další číslo našeho časopisu k Vám přichází v době, kdy si jaro s létem podávají ruce. Jako už v posledních letech poněkolkáté je toto období provázeno tropickými teplotami. Pro Vás prodejce a hlavně pro výrobce piva a nealkoholických nápojů nebo zmrzlin je to určité doba hojnosti. Vzhledem ke konjunktuře, v níž se naše země stále ještě nachází, by se ale mělo dařit i dalším odvětvím, a to bez ohledu na roční období.

V rozhovoru s ředitelem společnosti LAKTOS panem Moravou jsme se podívali, jak to vypadá s obchodní značkou, která slaví již 83. narozeniny, a co je nového v jejich mlékárenském oboru. Mléčným výrobkům se věnuje také druhý příspěvek. Méně veselým tématem se zabývá článek o akci HAD, na které se podílí hned několik subjektů: jde o další sérii preventivních kontrol zakázaného prodeje alkoholu dětem. Pravidelná rubrika SZPI se tentokrát věnuje spíše popisu projektů, kterým se Státní zemědělská a potravinářská inspekce věnuje. Na závěr jen pro připomenutí jedné z úloh inspekce přidáváme konkrétní případ prohrěšku jednoho velkoobchodu.

Od května platí nová povinnost týkající se prodeje tabákových výrobků, jak jsme Vás již informovali v prvním letošním

čísle našeho časopisu. Pro ty z Vás, kteří ještě nepodniknuli nutné kroky, jsme připravili podrobný návod, jak na to. Zkusili jsme si v redakci provést celou registraci, abychom Vás jí mohli co nejsnadněji provést. Na první pohled to vypadá hodně složitě, ale dá se to zvládnout. V daňovém kalendáři si nezapomeňte zkontrolovat další povinnosti, které na Vás dopadají, abyste se vyhnuli případným pokutám za nedodržení termínů.

A jsme v části, kde si pro Vás naši inzerenti připravují své prezentace. Někteří Vám chtějí představit své novinky, jiní nabídnout již ověřené služby, které mohou Vaše podnikání zase o krůček posunout k větší prosperitě. Můžete si například všimnout, že mezi vydavatele stravenkových karet přibyl další subjekt – možná již někdo z Vašich zákazníků jeho kartou chtěl u Vás zaplatit. Promoce čajů v létě může překvapit, ale jde o rafinovanou kolekci připravenou právě pro toto období. K létu patří také limitované edice mléčných výrobků nebo úžasné alko koktejly. No a nechybí orosená sklenice s českým národním mokem nebo s prvním radlerem bez kapky alkoholu.

Připijíme na krásné léto, vysoké tržby a spokojené zákazníky!

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



KLASIKA JMÉNEM „LAKTOS“



Ing. Petr Morava, CSc., ředitel a prokurista společnosti Laktos, a.s.

KDY BYLA FIRMA LAKTOS ZALOŽENA A JAKÉ BYLY JEJÍ ZAČÁTKY?

Akciová společnost Laktos je zapsána v obchodním rejstříku na adrese Nová cesta 17, Praha 4 od 18. června 2001. Je dceřinou společností firmy Laktos Praha spol. s r.o. Historie značky je ale mnohem delší: obchodní značka Laktos byla zaregistrována v úterý 24. listopadu 1936 ve 13 hodin a 13 minut pod číslem 58467 na pražském úřadě Obchodní a živnostenské komory. Od této doby je živá a patří k nejvýraznějším symbolům mlékárenského průmyslu v českých zemích. V průběhu těch několika desítek let, kdy byla známa jako Laktos, národní podnik, Laktos, státní podnik a podobně provozovala firma mnoho mlékáren především ve Středočeském kraji, např. v Benešově, Praze, Čejeticích, Slaném, Poděbradech a Nymburce. Symbolickou etiketou a logem společnosti Laktos byla etiketa taveného syra z roku 1932 – liška a vrána.

Dnešní strategie firmy je poněkud odlišná od fungování klasických velkoobchodů nebo klasických obchodních firem. Máme jednu obrovskou výhodu: naše společnost může stavět své podnikání především na vynikající a silné značce Laktos, která je všeobecně známá, a to nejenom v naší republice, ale i v Evropě a také v arabských zemích. Značka tak s sebou nese obrovský kredit ruku v ruce s vysokou odpovědností před odběrateli. Společnost vlastní mnoho starých a dlouho používaných značek jako Smetánek, Imperiál, Lactisimo nebo Jovokoktejl. To jsou značky, které uvádíme znovu na trh, používáme pro naše výrobky a propůjčujeme je dnes populárním „retro“ akcím, které jsou vzpomínkou na dříve oblíbené výrobky.

JAK DLOUHO PRACUJETE PRO LAKTOS A CO VÁS DO NĚJ PŘIVEDLO?

Vystudoval jsem Vysokou školu zemědělskou, obor zootechnický, a po absolvování jsem se v rámci interní aspirantury věnoval dalšímu studiu na katedře chovu skotu a mlékařství, prvovýrobě mléka. Zabýval jsem se herbicidními a fungicidními látkami, jejich vlivem na kvalitu kravského mléka a na jeho prokysávací schopnosti. Poté jsem působil v mlékárně Milko Liberec jako vedoucí kvality a řízení jakosti a nákupu mléka a pak jako obchodní náměstek. Od této doby jsem již plně pracoval v oblasti obchodu s mléčnými výrobky.

Od roku 2002 pracuji ve společnosti Laktos, a.s., nejprve krátce jako vedoucí vnitřního obchodu a poté jako ředitel a prokurista společnosti. Celý svůj profesní život se tedy věnuji mléku, mléčným výrobkům a obchodu s nimi. Laktos jsem samozřejmě znal již v době jeho vzniku a v době jeho působení v 90. letech. Znal jsem významnou historii společnosti Laktos, a.s., k mému zájmu o práci v Laktosu přispěl určitě také velice dobrý kontakt na pana Gudeva, majitele společnosti. Zpočátku se ale společnost věnovala téměř výhradně zahraničnímu obchodu a pouze v malém procentu dovážela některé mléčné výrobky z Evropy a prodávala je na českém trhu.

Mým příchodem byl určen vznik oddělení vnitřního obchodu, tedy obchodu v rámci České a Slovenské republiky. Samozřejmě v průběhu těch let došlo k dalšímu vývoji – provozování a postupnému rozšiřování vlastní výroby v Krásné Hoře nad Vltavou a silnému rozvoji obchodu v České republice i rozšíření prodeje i do jiných zemí.

V JAKÝCH ZEMÍCH FIRMA LAKTOS NYNÍ PŮSOBÍ?

Laktos, a.s., má v současné době tři oddělení: export, vnitřní obchod a výrobu a prodej krmiv pro hospodářská zvířata. Export prodává mléčné komodity, tj. máslo, sušená mléka, sýry a mléko (smetanu) v cisternách převážně v rámci evropského trhu, ale také do Bangladéše, Thajska, na Filipíny, do Kolumbie a do zemí arabského světa – Saudské Arábie, Kuvajtu, Spojených arabských emirátů. Vnitřní oddělení prodává výrobky v rámci České a Slovenské republiky a v Polsku a Bulharsku, krmiva pouze na území České republiky.

KOLIK MÁTE VÝROBNÍCH ZÁVODŮ, KDE A CO SE V NICH VYRÁBÍ?

Výrobní závody máme dva v Krásné Hoře nad Vltavou nedaleko Příbrami. Ve starším provozu vyrábíme smetanové dětské krémy, tavené sýry, žervé a čerstvé sýry a speciality. V novém provozu vznikají plátkované sýry, strouhané sýry a sýr Allami (typ Halloumi).

PRODÁVÁTE POUZE SVOJE VÝROBKÝ, NEBO I JINÉ?

Export prodává pouze překupované výrobky – mléčné komodity jako sušená mléka, máslo, sýry, hlavně sýr typu Akawi, mléko v cisternách. Vnitřní obchod prodává převážně vlastní výrobu, ale také příkup – výrobky z Polska, Německa a Slovenska. Oddělení krmiv prodává výrobky pod názvem Laktosan, které jsou vyráběny v Holandsku a v Rakousku. Jde o mléčné krmné náhražky, minerální krmiva, soli a krmné tuky.

JE MLÉKO VE VAŠICH VÝROBCÍCH POUZE ČESKÉ?

České syrové kravské mléko zpracovává naše mlékárna na sýr Allami. Jde o sýr typu Halloumi. Linka na výrobu byla zakoupena na Kypru, který je kolébkou tohoto syra.



Sýr Allami je tedy stejný jako kyperský, ale název Halloumi může být použit pouze u sýrů vyrobených v této ostrovní zemi. Je to vynikající sýr velice vhodný na grilování.

JAKÉ PŘIPRAVUJETE NOVÉ PRODUKTY?

V loňském roce jsme investovali do našich provozů nemalé prostředky, tudíž k rozvoji výroby bude v letošním a následujících letech docházet. Zaměření na nové výrobky je zejména v oblasti sýrů a jejich specialit.

JACÍ JSOU NEJVÝZNAMNĚJŠÍ ODBĚRATELÉ VAŠICH PRODUKTŮ?

Nelze určit významnost firem v zahraničí v jednotlivých zemích, v každé zemi je to jiné. Jsou ale společnosti, které s námi spolupracují více než 20 let. V České republice pracujeme jak s obchodními řetězci (Kaufland, Penny Market, Globus, Norma, Makro, Tesco, COOP), tak s nezávislým trhem, gastro zařízeními apod. Naše výrobky prodáváme také na Slovensku, v Polsku, Bulharsku, Chorvatsku, Slovinsku a Makedonii.

JAKÝ JE ROZDÍL MEZI VÝROBOU TVRDÉHO A MĚKKÉHO SÝRA? CO JE Z TOHO NÁROČNĚJŠÍ?

Výroba každého sýra je jiná, specifická. Nelze mluvit o tom, zda výroba tvrdých sýrů je náročnější. Záleží na použité kultuře a době zrání. Každopádně výroba čerstvých měkkých sýrů je oproti klasickým tvrdým sýrům rychlá. Tvrdé sýry mohou zrát i dva až pět let, například sýry parmezánového typu.

LZE ZJEDNODUŠENĚ ŘÍCI, ŽE SÝRY S VYŠŠÍM OBSAHEM TUKU JSOU KVALITNĚJŠÍ?

Určitě nelze tvrdit, že tučnější sýry jsou kvalitnější. Nepochybně jsou chutnější, jelikož mléčný tuk dělá chuť. Také smetanové jogurty jsou jemnější a chutnější.

KTERÉ Z VAŠICH VÝROBKŮ SE NEJVÍCE PRODÁVAJÍ?

Vyrábíme širokou škálu produktů. Dětský smetanový krém Smetánek je velice oblíbený, prodáváme též v obchodních sítích včetně společnosti Lidl, pro niž vyrábíme privátní značku Ušáček. Žervé děláme pro celý obchodní trh, velkým odběratelem jsou školy v rámci školního programu „Mléko do škol“. Měsíčně vyrábíme Smetánku a žervé i přes milion kusů. Plátkové sýry dodáváme především do sítě Penny Market a Kaufland. Vyrábíme plátkované sýry – eidam, ementál, gouda, cheddar, ochucené sýry s pepřem a s olivou a sušenými rajčaty. S prodejem sýru Allami (typu Halloumi) jsme začali nedávno. Je to výrobek silně ovlivněný sezonností. Jeho prodej se neustále zvyšuje, především v této grilovací době. Je ovšem určen převážně na export. Již nyní se nám podařilo Allami dodat na trh do Německa, Švédska, Velké Británie, Rakouska a Holandska.

KTERÉ VÝROBKY JSOU PRO VÁS Z HLEDISKA PŘIDANÉ HODNOTY NEJZAJÍMAVĚJŠÍ?

Určitě jsou to ty, které vyrábíme v původní provozovně: smetanové krémy, žervé a tažené sýry – a samozřejmě Allami.

JAKÉ MLÉČNÉ VÝROBKY MÁTE VY SOBNĚ NEJRADEJÍ?

Samozřejmě sýry všech různých druhů, mají fantastickou vůni a chuť.

FIRMA LAKTOS DODÁVÁ TAKÉ KRMIVA PRO HOSPODÁŘSKÁ ZVÍŘATA. O JAKÁ KRMIVA JDE?

Do zemědělských podniků dodáváme především mléčné krmné náhražky Laktosan. Tato značka je stará a zemědělci pod ní nakupovali mléčné náhražky v 60. až 90. le-

tech. Tato mléka jsou určena především pro telata, ale dodáváme mléko i pro jehňata a selata. Dále obchodujeme s minerálními krmivy, lizy a krmnými tuky.

NA CO JSTE VE FIRMĚ NEJVÍCE PYŠNÍ?

Určitě nejvíce jsme pyšní právě na silnou značku Laktos, která bývá rovněž dobrou vstupenkou na obchodní trhy, a to nejenom u nás, ale i v zahraničí. Za poslední léta se udělalo mnoho práce. Před několika roky jsme se pustili do vlastní výroby, postavili jsme novou provozovnu a vybavili ji novou technologií. Snažíme se vymýšlet stále nové produkty, inovujeme výrobu. Velkou naší výhodou je operativnost a rychlost v uvádění nového druhu výrobku na trh. Pravdou ale je, že samotný obchod nedává tolik starostí jako výroba. Starost o náplň práce, kvalitní zaměstnance, kteří samozřejmě chybí, dodávky a samotnou výrobu, to je každodenní práce.

PLÁNUJETE DO BUDOUCNA ROZŠÍŘENÍ FIRMY?

Plánů je hodně, určitě počítáme s dalším rozšířením výroby, jelikož zájem o naše produkty je velký. Musím přiznat, že trochu nestíháme.

JAKÉ JE VAŠE ŽIVOTNÍ MOTTO?

Mít nějaké životní motto je, myslím, trochu klišé a přetvářka. Beru život jaký je, se všemi jeho klady a zápory. Lidé, zaměstnanci jsou různí a ke své práci přistupují různě. Ani obchod nikdy není a nebude zcela férový. Člověk se proto musí pohybovat i na této hladině, někdy s radostí, někdy s pocitem zklamání. A řídit se nějakým mottem? To vždy nevychází. Víte ale, co je nejkrásnější na této práci? Je to živé – jak obchod, tak výroba, každý den řešíte něco jiného a každý den je naplněn určitým množstvím adrenalinu.



U MLÉČNÝCH VÝROBKŮ MAJÍ ČEŠI RÁDI KLASICKÉ PŘÍCHUTĚ

ČEŠI SI OBLÍBILI TRADIČNÍ CHUTĚ, ALE ČÍM DÁL TÍM VÍC JE ZAJÍMÁ SLOŽENÍ NA OBALU

Zejména v oblasti sýrů již neplatí, že Česko zná pouze eidam, protože roste zájem také o další druhy. U mléčných produktů obecně stále méně vadí vyšší podíl tuku, spotřebitelé však negativně vnímají jakékoli zbytečné přídavné látky a vysoký obsah cukru.

Do kategorie mléčných výrobků, které se objeví alespoň jednou za rok v nákupech každé domácnosti v České republice, spadají podle Spotřebitelského panelu GfK másla, sýry, jogurty, mléko, mléčné dezerty, smetany, kondenzovaná mléka, tvaroh, fermentované mléčné nápoje a tradiční pomazánková másla. Podle dat tohoto panelu zakoupí průměrná česká domácnost nějaký mléčný výrobek 140x za rok a v rámci jednoho nákupu za tyto produkty zaplatí 76 Kč. Dvě třetiny objemu nakoupených mléčných produktů přitom spadají do dvou nákupních kanálů, a to do hypermarketů a diskontů. „Podobně jako v případě ostatních kategorií také u mléčných výrobků se těší oblibě privátní značky. Výrobek prodáváný pod značkou maloobchodního řetězce si loni koupila každá česká domácnost alespoň jednou,“ konstatuje Julia To, konzultantka Spotřebitelského panelu GfK.

ROSTE OBLIBA SÝRŮ

Při pohledu na trh mléčných výrobků z hlediska výdajů je patrné, že nakupující nejvíce utráceli za sýry, za které zaplatili

zhruba 40 % z výdajů na mléčné výrobky. Sýry s odstupem následují jogurty a mléko. O oblíbenosti sýrů u Čechů svědčí fakt, že je všechny české domácnosti za posledních 12 měsíců nakoupily aspoň jednou. V roce 2018 se vydala průměrná česká domácnost na nákup sýrů 83x, přičemž v jednom nákupu bylo průměrně 330 g sýra za téměř 54 Kč. Z dat společnosti Median (Market & Media & Lifestyle – TGI, 3. a 4. kvartál 2018) vyplývá, že tvrdé a polotvrdé sýry jedlo za poslední rok 87 % Čechů. Největší skupina (42 %) z těch, kteří je jedli, si je dopřávala dvakrát až třikrát týdně a více než čtvrtina alespoň jednou do týdne. „Obľiba sýrů neustále roste, a to nejen co do množství, ale i do různorodosti. Již neplatí, že Česká republika rovná se eidam. Je to sice důležitý sýr, který tvoří základ kuchyně, ale je skvělé, že v čím dál větší oblibě jsou také sýry jako Niva, Romadur, Caesar Bleu a zároveň i sýry z dovozu,“ konstatuje Jan Teplý, ředitel obchodu, marketingu a nákupu ve společnosti Madeta.

JOGURTY SE NAKUPUJÍ V PROMOCÍCH

Stejně jako sýry nakoupily české domácnosti loni také jogurty. Průměrná česká domácnost se pro ně do obchodu vydala 40x a z jednoho nákupu si jich domů přinesla zhruba 630 g za 34 Kč. Spolu se sýry patří jogurty do silné promoční skupiny, tři pětiny výdajů za jogurty byly uskutečněny v promocích. „Domácnosti nicméně preferují značkové jogurty s příchutí. Prakticky tři pětiny výdajů domácností za jogurty byly uskutečněny

právě za značkové ochucené jogurty. Nejvyšší výdaje měly domácnosti za jogurty v hypermarketech a diskontech,“ podotýká Julia To. O oblibě jogurtů svědčí i data společnosti Median, podle kterých za poslední rok jedly jogurty čtyři pětiny Čechů. Z nich největší skupinu (37 %) tvoří ti, kteří si je dopřávají dvakrát až třikrát týdně a pětina konzumentů jogurtů je mlsá alespoň jedenkrát do týdne. Většina jedlíků jogurtů (45 %) jí pouze standardní jogurty, zhruba třetina (29 %) spíše standardní, jen 4 % více jejich bio variantu a 1 % výhradně bio. Obě varianty stejně preferuje zhruba pětina (19 %) konzumentů jogurtů. V porovnání s okolními státy, zejména v oblasti mléčných dezertů nebo jogurtů, nicméně jedí Češi podle Jana Teplého mnohem vyšší kvalitu než třeba v Německu. „Tam je jogurt v podstatě stabilizovaný a přeslazený pudink s nějakou příchutí, a to nemluvíme o Francii, Španělsku a jiných zemích. Relativně vzato jsou tedy Češi mnohem víc na normální produkty a méně na ty navoněné,“ konstatuje Jan Teplý.

KDYŽ MLÉKO, TAK TRVANLIVÉ A POLOTUČNÉ

Také mléko se loni ocitlo téměř v každém košíku, s kterým se vydali na prodejní plochu členové českých domácností, a i ono se nakupovalo často v promocích, kde za ně podle Spotřebitelského panelu GfK Češi zaplatili více než tři pětiny celkových výdajů za mléko. Nejvíce za ně utratili v hypermarketech, diskontech a supermarketech. Podle výše zmíněné-



ho šetření Medianu mléko za poslední rok použilo nebo pilo téměř 93 % Čechů, přičemž největší oblibě se u nich těší mléko trvanlivé, které výhradně použilo či pilo 37 % a spíše použilo nebo pilo 24 % respondentů (z těch, kteří je za posledních 12 měsíců použili nebo pili). Největší oblibě se těší mléko polotučné (to použilo 81 % respondentů, kteří používají mléko) a plnotučné (60 %).

MÁSLO DOSTALO MILOST

V kategorii mléčných výrobků se Češi čím dál víc zajímají o složení, přírodnost a původ. Pro výrobce to znamená používání jen minima přídatných látek. „V tomto ohledu jsou dobrým vodítkem například České cechovní normy. V případě přírodnosti pak jde o to, že když už nějaké přídatné látky používáte, tak přírodního původu. Co se týká původnosti, jde o to, aby zákazník mohl zjistit, kde se produkt vyrábí a jak se vyrábí, aby viděl takzvaně pod pokličku,“ popisuje Jan Teplý. „Zájem o složení jednoznačně roste. Důkazem toho může být zvýšená poptávka po naší smetaně ke šlehání, která jako jediná na trhu neobsahuje stabilizátory,“ přidává se Zuzana Řehořková, marketingová specialista firmy Interlacto. Obecně pak producenti popisují příklon ke kvalitním výrobkům, přestože tlak na cenu je stále velký. Zároveň jsou často vyhledávány tučnější výrobky, případně zcela naopak produkty takzvaně zdravého životního stylu. „Dlouhodobějším trendem je podle našich poznatků příklon k českým výrobkům a respektování zásad zdravé výživy,“

říká Zuzana Řehořková. Výrazným trendem je podle Jana Teplého demonizace cukru. „Největším nepřítelem lidstva již není tuk, ale cukr. Klesá tedy zájem o light výrobky a začíná nastupovat trend produktů s vysokým obsahem tuku a proteinů. Důležité také je, že na milost už bylo vzato také máslo,“ dodává Jan Teplý.

PLÁNUJÍ SE SEZONNÍ PŘÍCHUTĚ

Co se týká chutí, mají je Češi prakticky stále stejné, a proto si v kategorii mléčných produktů dobře vede klasika. „U nás převládá poptávka po příchutích Vanilka, Jahoda a Čokoláda. Módní příchutě jsou spíše sezonní záležitosti,“ popisuje Petra Hlavínová, Junior Brand Manager společnosti Meggle. „Mezi módní trend můžeme zařadit přidávání müsli, ořechů a semínek, jako je třeba chia. Nicméně tyto příchutě jsou oblíbené pouze u omezeného množství spotřebitelů a navíc mohou být přidány dodatečně při servírování,“ konstatuje Zuzana Řehořková. Interlacto proto kromě stálých příchutí (jahoda, malina, borůvka, meruňka) doplní nabídku o sezonní příchutě. V tuto chvíli jde o černý bez/citron a čokoláda/banán. „Na zimní sezonu připravujeme ještě pečené jablko se skořicí,“ dodává Zuzana Řehořková.

ROZŠÍŘUJÍ SE PROTEINOVÉ ŘADY

Ve snaze o dodržování zdravého životního stylu vzrůstá poptávka po obohacených mléčných produktech, například o vápník nebo vitamíny. „V posledním roce

se na českém trhu rozrostla poptávka zejména po produktech s vyšším obsahem proteinu,“ uvádí Petra Hlavínová. Firma proto rozšířila řadu Meggle Active Protein produktů o polotučné mléko, které obsahuje 46 g proteinu v balení, což je o 35 % více proteinu než v běžném polotučném mléce, a Active Protein jogurty: Bílý (16 g proteinu v balení), Jahodový a Čokoládový (14 g proteinu v balení). Madeta pro zákazníky loni uvedla Lipánka bez laktózy, redesignem prošlo její Jihočeské AB a změnou prošel i tavený sýr Lipno Trio, který firma nyní nabízí v kompletu tří nejoblíbenějších příchutí: extra smetanové, šunkové a s nivou. V plánu pro letošní jaro je změna obalů čerstvých mlék na 100% recyklovatelné.

V OBLIBĚ JSOU MALÁ BALENÍ

V Česku roste počet single domácností, s čímž souvisejí také požadavky na balení mléčných produktů. „Obecně platí, ač existují samozřejmě výjimky, jako například v rámci obchodů Lidl, že Češi rovná se stogramové balení. Jsme malé domácnosti, lidé žijí samostatně a chtějí ochutnávat. Takže co se týče porcí, vše stogramové funguje, cokoli má víc, nefunguje,“ podotýká Jan Teplý. Dlouhodobě se požadavky Čechů v této oblasti nemění a zákazník nakupuje velikost produktu podle plánovaného využití. „Při rodinných nákupech se více preferují takzvaná XXL balení, která méně zatěžují ekologii a mají zpravidla i příznivější cenu,“ uzavírá Zuzana Řehořková.

Zdroj: Pavel Neumann, Retail News

AKCE HAD 2019

NEJEN ČESKÉ BARY, HERNY A RESTAURACE, ALE I OBCHODNÍ ŘETĚZCE A VEČERKY ČEKAJÍ CELOSTÁTNÍ KONTROLY

Policie ČR ve spolupráci s Odborem protidrogové politiky Úřadu vlády ČR, Českou obchodní inspekci, celníky, hasiči a dalšími subjekty chystá opět sérii celostátních preventivních kontrol zakázaného prodeje alkoholu dětem a hazardního hraní. Kontroly budou probíhat od června do konce roku po celém území Česka. Policie se letos ve vyšší míře zaměří na spolupráci s Českou obchodní inspekci, která do akce HAD zapojí nezletilé figuranty na kontrolní nákupy, tzv. mystery shopping, a to zejména při kontrolách restauračních zařízení, diskoték, večerek, barů, supermarketů a dalších provozoven.

Akce HAD 2019 (Hazard, alkohol a děti) navazuje na celostátní sérii kontrol v oblasti konzumace alkoholu od roku 2015 a pořádá ji Policie ČR ve spolupráci s Úřadem vlády ČR a se zapojením České obchodní inspekce, hygieny, celní správy, hasičů, dále také ministerstva zdravotnictví, ministerstva vnitra a dalších subjektů. Každoročně se v rámci akce HAD odhalí stovky osob mladších 18 let, kterým byl prodán alkohol nebo jim bylo provozovateli umožněno hazardní hraní. Letos se kromě barů a heren či nočních podniků akce rozšíří na obchodní řetězce, večerky, restaurační zařízení a v některých případech akce pod širým nebem.

„V loňském roce jsme při akci HAD odhalili 17 nezletilých a 250 mladistvých v podnapilém stavu. Tyto stále vysoké počty odha-

lených případů porušení zákona v oblasti prodeje alkoholu dětem nám ukazují, že má smysl v obdobných akcích pokračovat,“ uvedl plk. Martin Hrinko, ředitel Ředitelství služby pořádkové policie Policejního prezidia ČR a vedoucí organizačního štábu HAD.

Akce HAD 2019 bude realizována v období od srpna do konce roku ve třech kontrolních kolech. Zároveň ji bude doprovázet řada vedlejších aktivit. Cílem akce je především prevence, tedy předcházení protiprávního jednání na úseku patologických jevů u dětí, spolupráce s provozovateli restauračních zařízení nad dodržováním platné legislativy a také osvěta. Kontrolovat se bude zejména dodržování zákazu prodeje a podávání alkoholu, cigaret, nelegálních drog a dodržování zákazu umožnit hazardní hraní dětem (do 18 let věku).

„Při samotných kontrolách vnímám jako velmi důležitou spolupráci a koordinaci různých složek státního dohledu a dozoru. Jen tak můžeme podchytit všechny problémy a dále s nimi pracovat,“ zdůraznil plk. Martin Hrinko.

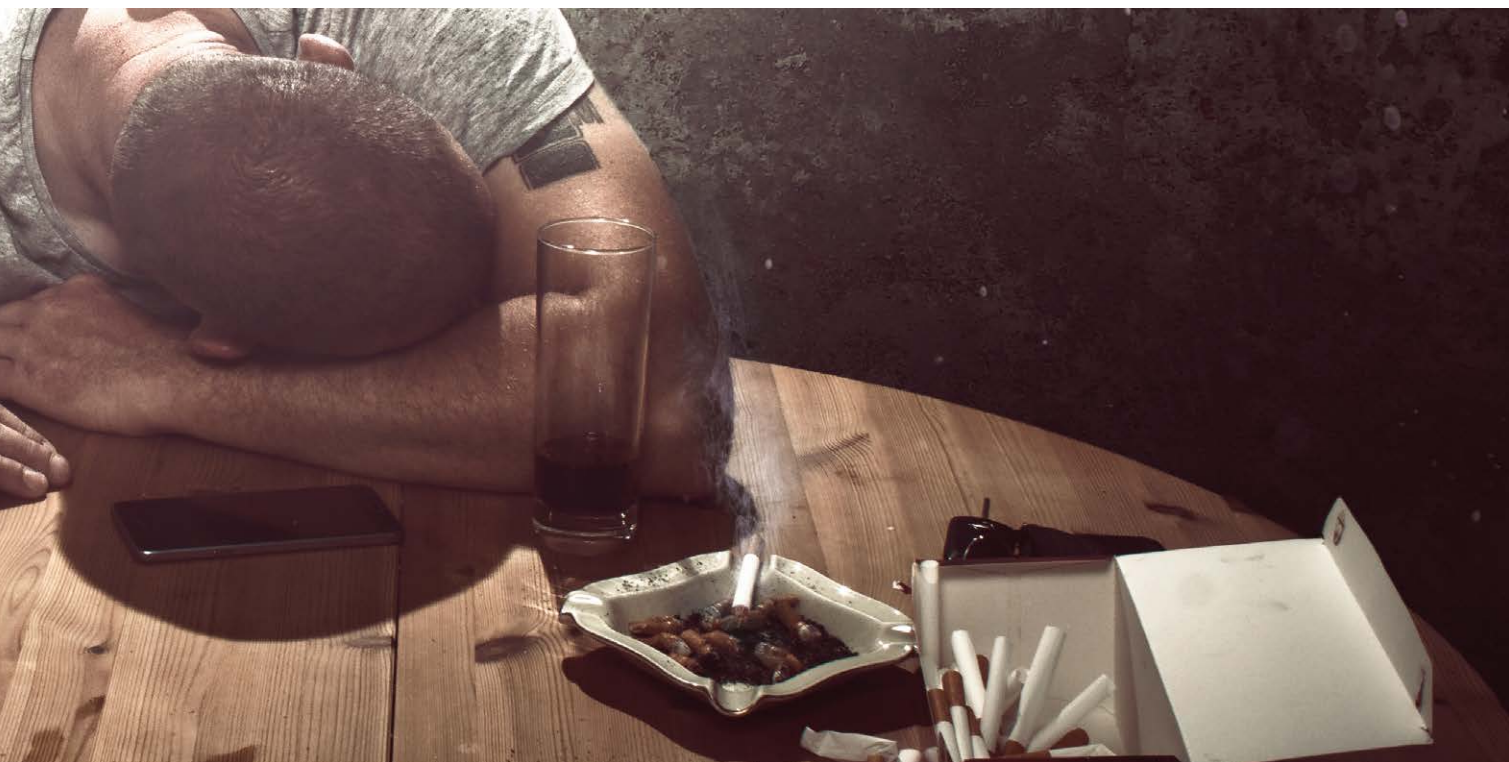
Propojení kontrolních orgánů ocenila i národní protidrogová koordinátorka Jarmila Vedralová. Podle ní je preventivní význam akce HAD především v budování zodpovědnosti u dospělých, kteří jsou těmi, kdo mají dodržovat zákony a nezletilým alkohol nenabídnout:

„Tato forma kontrol je výjimečná, protože při ní dochází ke komplexní kontrolní činnosti zúčastněných institucí na území celé republiky. V Česku je v riziku závislosti na alkoholu přes milion obyvatel, přičemž

přes 600 tisíc z nich konzumuje alkohol denně ve větším množství. Přes půl milionu lidí se pak běžně pohybuje v riziku rozvoje závislosti na hazardním hraní. Pokud se zaměříme na nezletilé, podle studie ESPAD v letech 2015 a 2016 mezi 16letými uvedlo 42 %, že alespoň jednou v posledním měsíci konzumovalo pět nebo více sklenic alkoholu při jedné příležitosti, zatímco 12 % dospívajících bylo častými konzumenty nadměrných dávek alkoholu přibližně jednou týdně nebo častěji.“

„Podle výsledků studie HBSC opakovanou opilost v životě uvedlo 30 % 15letých, ale také přibližně 6 % 13letých a 1 % 11letých. Průměrný věk první zkušenosti s opilostí v dětském věku je 12 let,“ přiblížila Jarmila Vedralová s tím, že je přesvědčena, že realizované preventivní kontroly ve spolupráci s policií v průběhu posledních let alespoň částečně přispěly ke snížení konzumace alkoholu dětmi a ke zvýšení zodpovědnosti dospělých při prodeji legálních návykových látek.

K hazardnímu hraní u nezletilých, které akce HAD také monitoruje, Jarmila Vedralová uvedla: „Zkušenost s hraním hazardní hry má přibližně čtvrtina 16letých. Jde zejména o loterie a stírací losy, ale také o hraní karet o peníze a kurzové sázky. Nezletilí se ke kurzovému sázení dostávají nejčastěji přes účty svých dospělých kamarádů, rodinných příslušníků či jiných dospělých.“ Podle národní koordinátorky uvádí zkušenost s hraním automatů dlouhodobě přibližně 1 % 16letých. Pro děti je v současnosti ale velmi obtížné se k hraní automatů



dostat, ty již nejsou dostupné v restauracích a hospodách a k hraní na nich je nutné se zaregistrovat. Ale v posledních letech byl významný nárůst zaznamenán také v oblasti online her.

Vzhledem k rostoucímu hazardnímu hraní dětí je do akce zapojena také Celní správa ČR. „Zaměříme se na kontrolu plnění povinnosti registrace hráčů při vstupu do herních prostorů, zejména s ohledem na možnost registrace a hraní mladistvých, a kontrolu uspořádání herních prostorů tak, aby nedošlo k ohrožení mladistvých, tedy možnosti pasivní účasti na hazardní hře. V rámci dalších kompetencí také kontrolujeme především vybrané výrobky, tedy zdanění a značení alkoholu a řádné označení cigaret tabákovou nálepkou,“ uvedl k zapojení celní správy plk. Roman Havelka, zástupce ředitele odboru Dohledu Generálního ředitelství Celní správy ČR.

Do vybraných kontrol budou zapojeni také nezletilí figuranti České obchodní inspekce. České obchodní inspekci umožnil zákon o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek od roku 2017 pravidelně využívat figurantů mladších 18 let při kontrolách dodržování zákazu prodeje alkoholu mladým lidem.

V rámci celého loňského roku se České obchodní inspekci podařilo při kontrolách s figuranty prokázat prodej alkoholu osobám mladším 18 let ve více než polovině všech kontrol. „Kontroly s figuranty jsou velmi efektivní. Za celý loňský rok bylo provedeno s mladistvými figuranty 519 na prodej

alkoholu a ve 283 případech bylo zjištěno porušení zákona, tedy alkohol byl dětem prodán. Figuranti ve věku 15 a 16 let přitom neměli problém si koupit ani tzv. tvrdý alkohol,“ říká mluvčí inspekce Jiří Fröhlich.

Národní protidrogová koordinátorka se kontrol České obchodní inspekce sama účastnila a nadále se jich v rámci akce HAD 2019 plánuje účastnit. „Důkazem, že prodejci dětem alkohol prodávají, jsou i výsledky ČOI a pravidelná zjištění porušování zákazu prodeje alkoholu osobám mladším 18 let. Osobně jsem si začátkem června v Mostě ověřila, že nejen některé restaurace, ale i obchodní řetězce mladistvým alkohol bez problému prodají. Jsem ráda, že má ČOI ze zákona pravomoci využívat nezletilé figuranty, a tento model kontrol velmi podporuji,“ dodala národní protidrogová koordinátorka Jarmila Vedralová.

Kontrolní akce ve spolupráci s ČOI v rámci akce HAD budou probíhat ve vybraných restauračních zařízeních, klubech, zábavních podnicích, obchodních řetězcích, večerkách a jiných místech s předpokládanou účastí nezletilých.

Do akce HAD 2019 se v obdobném rozsahu jako v minulých letech zapojil také Hasičský záchranný sbor České republiky. Zvýšenou pozornost bude klást především na kontrolu únikových východů v klubech, barech a dalších podnicích. „V minulých letech jsme během kontrolních akcí opakovaně zaznamenali řadu nedostatků, často ve vztahu k únikovým cestám. V uplynulém období jsme se v rámci naší preventivně

kontrolní činnosti zaměřili na kontroly tzv. únikových her, a předběžné výsledky, které jsme zatím vyhodnotili, naznačují zásadní nedostatky v této oblasti. Naše pozornost v rámci akce HAD 2019 se proto soustředí zejména na kontroly únikových cest, které jsou problémem, pokud nefungují,“ řekl plk. Vladimír Machander, vedoucí oddělení kontrolní činnosti MV-GrH Hasičského záchranného sboru ČR.

PRO SROVNÁNÍ

Od října do prosince 2015 zkontrolovalo 5 000 příslušníků policie a 2 000 účastníků státní správy a samosprávy téměř 4 000 klubů a 18 000 osob. Z toho bylo při kontrolách nalezeno 660 osob mladších 18 let, které požíly alkoholický nápoj. Rekordmanem se stal chlapec ze Středočeského kraje, kterému policisté naměřili hodnotu 3,25 ‰.

Od července do září 2017 zkontrolovalo 2 500 příslušníků policie a 1 000 účastníků státní správy a samosprávy téměř 2 500 klubů a přes 9 000 osob. Kontroly byly předem avizovány, odhaleno bylo přes 150 osob mladších 18 let, které požíly alkoholický nápoj.

Od srpna do prosince 2018 zkontrolovalo přes 2 300 příslušníků policie a na 1 000 pracovníků státní správy a samosprávy téměř 2 200 klubů, restaurací a zábavních podniků. Z 9 000 zkontrolovaných osob bylo nalezeno přes 300 osob mladších 18 let, které požíly alkoholický nápoj; téměř 20 z nich ještě nebylo 15 let.

Zdroj: ČOI

ZPRÁVA O ČINNOSTI SZPI ZA ROK 2018

Na webu SZPI najdete v elektronické podobě úplnou Zprávu o činnosti za rok 2018, která je k dispozici široké veřejnosti, spotřebitelům, provozovatelům potravinářských provozů i zástupcům médií. Výsledky kontrolní činnosti za rok 2018 potvrzují, že nejvíce pochybení z celkového množství hodnocených šarží se vyskytuje u potravin dovážených ze třetích zemí (25,1 %), dále u potravin výrobců ze zemí EU (16,9 %) a nejnižší míru pochybení představují potraviny z tuzemské produkce (13 % z hodnocených šarží). Tento trend se v posledních letech opakuje a i loňské výsledky ukázaly, že nejvyšší míru spolehlivosti vykazují právě produkty tuzemských výrobců.

SZPI uskutečnila v roce 2018 celkem 43 401 vstupů do provozoven potravinářských podniků, provozoven společného stravování, celních skladů a internetových obchodů. Z tohoto počtu inspektoři SZPI vykonali 25 067 kontrolních vstupů do provozoven maloobchodního prodeje, 14 290 vstupů do provozoven společného stravování, 5 868 vstupů ve výrobě potravin, 1 876 kontrol ve velkoobchodech, 599 v prvovýrobě, 1 041 v ostatních místech (při přepravě, v celních skladech apod.). V rámci těchto kontrol zjistili inspektoři celkem 3 514 nevyhovujících šarží potravin a ostatních výrobků. Mezi nejproblematictější komodity z hlediska kontrolních výsledků patřil med (46,3 % nevyhovujících šarží z hodnocených), masné výrobky (19 %), víno (23,9 %), čerstvé ovoce (16,9 %), mléčné výrobky (18,3 %), skořápkové plody (28,2 %) a doplňky stravy (14 %).

Další informace týkající se například správních řízení, celkové výše uložených pokut a dalších podrobných statistických údajů se dočtete ve Zprávě o činnosti za rok 2018 na webových stránkách inspekce.

RIZIKOVÉ WEBY NABÍZEJÍCÍ POTRAVINY A DOPLŇKY STRAVY

SZPI aktuálně spustila na webu Potraviny na pranýři (www.potravinynapranryri.cz) novou sekci Rizikové weby. Tato služba informuje spotřebitele o webových stránkách, u kterých SZPI zjistila, že nabízejí potraviny – zejména doplňky stravy – v rozporu s právními předpisy ČR a EU. Jedná se o stránky, které jsou jednoznačně orientovány na tuzemského spotřebitele, tj. zboží prezentují v českém jazyce, prodej nabízejí v českých korunách a umožňují doručení zásilky do ČR, ve skutečnosti ale jejich provozovatelé sídlí převážně mimo území EU, případně jejich sídlo nelze identifikovat a SZPI tak u těchto prodejců má velmi omezenou možnost vymáhat dodržování právních předpisů.

U každého z webů na seznamu jsou po rozkliknutí k dispozici následující informace:

- název internetové domény nebo URL adresa;
- stav stránek ke dni (datum, k němuž jsou informace poskytnuty);
- nabízené potraviny;
- stručný popis stránek;
- na co si dát pozor (v čem jsou webové stránky pro spotřebitele „rizikové“);
- printscreeny či jiné zobrazení vybraných částí webové stránky.

K informacím, v čem provozovatel porušuje právní předpisy nebo v čem jsou stránky pro spotřebitele „rizikové“, náleží např. varování, že provozovatel neposkytl všechny vyžadované kontaktní údaje, případně že takové údaje zcela chybí, stránky jsou registrovány mimo území ČR a držitele doménového jména není možné zjistit, na stránkách jsou používány nekalé obchodní praktiky, chybí povinné informace o potravině, provozovatel uvádí u nabíže-

ných potravin (zejména doplňků stravy) neschválená zdravotní tvrzení a tzv. léčebná tvrzení v rozporu s právními předpisy.

V současnosti dochází k prudkému rozvoji nabízení a prodeje potravin prostřednictvím internetu a s tím souvisí i vznik nových praktik ohrožujících spotřebitele. Cílem SZPI je proto varovat spotřebitele před riziky nákupu na webových stránkách, zejména pokud jejich provozovatel sídlí mimo EU, kde mají dozorové orgány velmi omezenou možnost vymáhat dodržování práva a kde může mít takový nákup pro spotřebitele negativní finanční, nebo dokonce zdravotní dopady.

Zároveň se spuštěním služby Rizikové weby na stránkách Potraviny na pranýři SZPI vydala také aktualizaci mobilní aplikace Potraviny na pranýři, kde je nyní tato služba dostupná pro mobilní telefony OS Android a v blízké budoucnosti bude k dispozici i pro mobilní telefony s iOS.

SZPI doporučuje všem spotřebitelům nakupujícím potraviny na internetu, aby se seznámili s informacemi uvedenými v příručkách SZPI *Nakupování potravin na internetu* a *Jak nakupovat potraviny na internetu*. Spuštění nové služby na webu Potraviny na pranýři je rozšířením informací o rizikových webech dříve poskytovaných spotřebitelům na webu SZPI.

Projekt Potraviny na pranýři spustila SZPI v roce 2012, aby zde informovala spotřebitele o výsledcích své kontrolní činnosti. Od té doby zde zveřejnila podrobné informace o 4 600 šaržích nevyhovujících potravin na tuzemském trhu, více než 770 provozovnách uzavřených pro neakceptovatelný hygienický stav, výsledky tematických kontrolních akcí a další užitečné informace pro spotřebitele. Informace z Potraviny na pranýři mohou spotřebitelé získat také prostřednictvím newsletteru, uvedeného



mobilní aplikace a na účtech na sociálních sítích Facebook, Twitter a Instagram.

Projekt Potraviný na pranýři získal cenu českého internetu Křišťálová lupa v kategorii Veřejně prospěšná služba v letech 2012, 2013 a 2014, v roce 2014 dále mobilní aplikace Potraviný na pranýři zvítězila v anketě Mobilní aplikace roku v kategorii Aplikace pro lepší svět.

PROJEKT ČR A POLSKA „BEZPEČNÉ A KVALITNÍ POTRAVINY NA OBOU STRANÁCH HRANIC“

Dne 6. června 2019 se v polské Opoli uskutečnila závěrečná konference k projektu přeshraniční spolupráce SZPI a polské Inspekce kvality zemědělských a potravinářských výrobků (Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych). Za SZPI se do projektu zapojily inspektoráty v Ústí nad Labem, Hradci Králové a Olomouci, na polské straně pak inspektoráty ve Wrocławu, Katowicích a Opoli. Ministra zemědělství ČR na konferenci zastupoval náměstek pro řízení sekce zemědělství a potravinářství Jindřich Fialka.

Cílem projektu bylo navázání spolupráce, seznámení se s kontrolními postupy projektového partnera a vytvoření sítě osobních kontaktů inspektorů v příhraničních regionech České republiky a Polska v oblasti úřední kontroly potravin. Hlavní náplní projektu byly výměnné pobyty zaměstnanců obou partnerských úřadů.

Stáží se zúčastnily více než tři desítky zástupců SZPI a obdobný počet zástupců polských kontrolních orgánů. Výměnný pobyt obnášel návštěvu regionálního inspektorátu, kde byly představeny aktivity daného úřadu týkající se kontrol potravin a byly zde diskutovány aktuální problémy a vybraná témata podle specializace účastníků. Následovaly návštěvy provozovatelů potravi-

nářských podniků. Společné inspekce byly důležitým prvkem celého projektu, neboť přímá zkušenost a spolupráce na praktické úrovni vždy přináší nejcennější informace a umožňuje vnést nové pohledy na způsob práce, kterou dozorové orgány vykonávají. Obě strany tak získaly nový pohled na stejnou problematiku. Návštěvy provozovatelů byly realizovány v rozsahu kompetencí obou dozorových orgánů, navštíveny byly např. pekárny, výrobci cukrářských výrobků, těstovin, alkoholických nápojů či pivovary.

Inspektoři obou zemí se tak mohli během výměnných pobytů detailně seznámit s odlišnostmi ve své každodenní práci v celé řadě oblastí. Mezi nejvýraznější patří rozdíly v organizační struktuře úřadů a v jejich kompetencích. Odlišné jsou také administrativní procedury, způsob ukládání opatření a pokut při zjištění nedostatků nebo přístup k řešení anonymním podnětů ke kontrole. Jedním z nejužitečnějších výsledků projektu je vytvoření sítě osobních kontaktů, která je dobrým základem pro případnou spolupráci a výměnu informací a znalostí mezi inspektory obou zemí v budoucím období.

Vrcholní představitelé obou partnerů se shodli, že budování společné základny pro spolupráci v oblasti kontroly potravin v příhraničním prostoru je pro ně jednou z priorit.

Projekt trval necelých šest měsíců. Dnešní závěrečná konference shrnula obsah a výsledky projektu a na jejím samotném konci došlo také ke krátké schůzce vedoucích představitelů SZPI, GIJHARS a ministerstev zemědělství.

Pro Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci byl toto již pátý projekt přeshraniční spolupráce, na němž se podílela.

Na přelomu let 2005 a 2006 byly realizovány výměnné stáže ve spolupráci s Rakouskem, v roce 2009 se Slovenskem, v roce 2011 se Svobodným státem Sasko a v roce 2013 se Svobodným státem Bavorsko. Operační programy přeshraniční spolupráce tak SZPI umožňují poznat praktické fungování dozorových orgánů se stejnými či obdobnými kompetencemi v sousedních státech a navazovat s nimi kontakty, které pak mohou být v budoucnu využívány. Celkový rozpočet projektu činí zhruba 50 tisíc EUR, z nichž 85 % bude refundováno z Evropského fondu pro regionální rozvoj.

PEKINGSKÉ ZELÍ S NADLIMITNÍM OBSAHEM PESTICIDU

V rámci cílených kontrol cizorodých látek v sortimentu čerstvého ovoce a zeleniny, které SZPI provádí v maloobchodní síti, velkoobchodě i v rámci kontrol dovozu, zjistila SZPI nevyhovující šarži potravin „pekingské zelí“ ve velkoskladu provozovatele Jilemnická obchodní společnost, spol. s r.o., Komenského 70, 514 01 Jilemnice.

Jednalo se o čerstvé pekingské zelí volně ložené v přepravkách, země původu: Polsko, u které laboratorní rozbor SZPI potvrdil kontaminaci pesticidem dimethoat v množství 0,038 miligramu na kilogram (mg/kg). Příslušný právní předpis stanovuje maximální povolený limit pro přítomnost látky dimethoat na 0,01 mg/kg. Dimethoat 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.

O dalších případech zjištění nadlimitního množství pesticidů v potravinách SZPI informovala v tiskových zprávách.

Zdroj: SZPI (upraveno, kráceno)

REGISTRAČNÍ POVINNOST PRODEJců TABÁKOVÝCH VÝROBKŮ

Jak jsme již psali v čísle 01/2019, podle PROVÁDĚCÍHO NAŘÍZENÍ KOMISE (EU) 2018/574 se na všechny maloobchodní provozovny bez rozdílu jejich druhu, které prodávají a nadále chtějí prodávat tabákové výrobky, vztahuje povinnost registrace u národního vydavatele identifikačních kódů, kterým je STÁTNÍ TISKÁRNA CENIN, státní podnik. Tato registrace je bezplatná.

Základním prvkem nařízení je označení každého jednotkového balení, tedy například krabičky cigaret, jedinečným identifikátorem a dále přidělení identifikačních kódů všem zapojeným subjektům od výrobců až po první maloobchodní prodejce (trafiky, kamenné prodejny a internetové obchody, automaty). Subjekty tak zaznamenají pohyb každého balení tabákového výrobku

od výrobce přes distribuci až ke konečnému prodejci (tzv. systém Track&Trace) a zaznamenaná data o pohybu tabákových výrobků zanesou do systému úložišť. Tzv. jedinečným identifikátorem se rozumí alfanumerický kód, který se neodstranitelně umísťuje na obal výrobku, může se jednat o datovou matici nebo DotCode. Cílem pak je omezit nelegální prodej cigaret na území EU.

Maloobchodní provozovny, které nebudou po 20. květnu 2019 řádně registrovány, nebudou moci po tomto datu nakupovat nově značené tabákové výrobky, kterými jsou cigarety a tabáky určené k ruční výrobě cigaret. Prodejci mohou však doprodat zásoby cigaret a tabáku k ručnímu balení cigaret vyrobené nebo dovezené do EU před 20. 5. 2019 – a tedy ještě neoznačené

jedinečným identifikátorem – do jednoho roku, tedy do 20. 5. 2020.

Dokumenty ke stažení najdete na www.stc.cz/produkty/track-trace/dokumenty-ke-stazeni/

SAMOTNOU REGISTRACI JE MOŽNÉ PROVÉST DVĚMA ZPŮSOBY

Hospodářský subjekt se zaregistruje sám, nebo do systému registrovaný subjekt zavede, na základě souhlasu, jiný subjekt. Například distributor (GECO, a.s., Peal a.s. a jiní) má možnost hromadně naimportovat do systému všechny své odběratele, kteří po úspěšné registraci obdrží e-mail s odkazem na potvrzení a dokončení registrace.

1

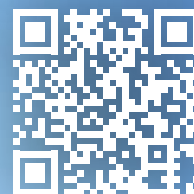
WWW.ZNACENITABAKU.CZ

POSTUP REGISTRACE TRACK&TRACE (TaT) PRO ODBĚRATELE

Následujících 21 kroků Vás bezpečně provede všemi fázemi registrace od založení účtu hospodářského subjektu (dále jen HS) až po vytvoření jednotlivých prodejních míst.

- 1 Do webového prohlížeče zadejte adresu www.znacenitabaku.cz
- 2 Pro registraci zvolte tlačítko „Registrace nového subjektu“.
- 3 Zobrazí se registrační formulář.
- 4 Vyplňte následující údaje: **Název HS** – název firmy dle obchodního rejstříku / Živnostenského listu;

Adresa HS – adresa sídla firmy ve formě Ulice číslo popisné/číslo orientační, PSČ Město; **Email HS** – Váš email, na tento email budou chodit další informace; **IČO** – IČ firmy; **DIČ** – DIČ firmy; **Email pro registraci** – na tento email přijde potvrzovací zpráva a zároveň slouží jako uživatelské jméno pro přístup do systému.



Registrace nového subjektu

Zadejte Vaše identifikační údaje o spravovaném hospodářském subjektu (HS), po zpracování Vašeho požadavku obdržíte email s přihlášením uživatelským jménem a aktivním linkem, který Vám zpřístupní plnou funkčnost.

Informace o hospodářském subjektu (HS)

Název HS: * Lampyris Publishing Alternativní název HS: LAMPYRIS Project, s.r.o.

Adresa HS: * Poblěžní 370/4, 18600 Praha 8

E-mail HS: * redakce@lampyris-publishing.cz Telefon HS: +420 246 052 570
Přímá: +420 123 456 789

Stát registrace: * CZ-Česko

IČO: * 27529312 DIČ: CZ27529312

*** Identif. pro účely DPH: Identif. pro účely SPOT: *** Jedno z polí musí být vyplněno.

Kódy jiných vydavatelů: Seřadit +

Žádná data

Informace o žadateli

E-mail pro registraci: * email slouží jako Vaše uživatelské jméno pro další přístup do systému Telefon: +420 246 052 570
Přímá: +420 123 456 789

Heslo: * ***** Heslo (zopakujte): * *****

Sila hesla: ✓

Podmínky provozu systému TPD

☒ S podmínkami registrace i provozu systému jsem se seznámil a souhlasím s nimi.

☒ Nejsem robot 

8

5 V sekci „Informace o žadateli“ zadejte email, který bude zároveň i uživatelským jménem pro vstup do systému, a heslo, které se může skládat z malých i velkých písmen, čísel i speciálních znaků, jako jsou (@#\$_+*=). Ukazatel síly hesla by měl být zelený pro lepší zabezpečení.

6 Potvrďte souhlas s podmínkami registrace i provozu systému.

7 Klikněte zde pro potvrzení, že nejste robot.

8 Potvrďte registraci a odešlete ke zpracování.

9 Zobrazí se informace o úspěšném průběhu registrace.

10 Na uvedenou adresu (email pro registraci) obdržíte výzvu k potvrzení registrace (ZPRÁVA 1). Je potřeba kliknout na zvýrazněný odkaz „potvrzovací link“, čímž potvrdíte, že jste o registraci skutečně požádal/a zrovna Vy.

VYOBRAZENÍ DALŠÍCH KROKŮ NAJDETE NA NÁSLEDUJÍCÍ STRANĚ

11 Na adresu HS obdržíte email o zahájení registrace (ZPRÁVA 2).

12 Je potřeba vyčkat další email potvrzující aktivaci Vašeho nového účtu. Do té doby se do systému nelze přihlásit. Tento krok může trvat řádově i desítky minut (ZPRÁVA 3).

13 Po zadání webové adresy z bodu 1 klikněte v levé části na „Přihlásit“. Vyplňte přihlašovací jméno (email žadatele) a heslo.

Registrace nového subjektu

Registrace proběhla úspěšně.

Během krátké doby obdržíte E-mail s instrukcemi na potvrzení registrace a aktivaci Vašeho uživatelského účtu. Řiďte se prosím instrukcemi, abyste úspěšně dokončil registraci. Do doby potvrzení registrace nebude Váš účet aktivní. (Nebude možné se účtem přihlásit do aplikace.)

9

10

ZPRÁVA 1

Od: "Portal ZNACENITABAKU.CZ" <no-reply@znacenitabaku.cz>
Předmět: TPD - Konfirmace autoregistrace HS
Datum: 26. června 2019 14:32:23 czprg
Komu: vasejmeno@vasedomena.cz

Zasílám **potvrzovací link** na potvrzení Vámi zadaného požadavku na založení nového hospodářského subjektu (HS) **Lampyris Publishing, Poblěžní 370/4, 18600 Praha 8, CZ, IČO/DIČ 27529312/CZ27529312** do systému TPD. Prokliknutím odkazu potvrdíte svou žádost, která tímto bude předána k vyřízení administrátorovi systému. Informace o vyřízení registrace bude předána na email uvedený jako kontaktní pro registrovaný HS. Další informace můžete zjistit **zde**. Pro veškerou budoucí komunikaci a případné dotazy ve věci Track and Trace prosím využijte emailové adresy **hs@znacenitabaku.cz** nebo telefonní číslo **+420 246 052 570**.

14 V levém menu zvolte „Správa“, následně „Správa zařízení“.

15 Nyní je potřeba přidat prodejní místo kliknutím na „+“.

16 Z rozbalovacího menu vyberte typ prodejního místa.

17 Ke zvolenému typu je potřeba vyplnit i adresu maloobchodní prodejny, skladu nebo automatu.

18 Tento záznam je potřeba uložit kliknutím na ikonu.

19 + **20** Kroky 15–18 opakujte pro všechna prodejní místa jednoho hospodářského subjektu.

21 Na závěr se nezapomeňte odhlásit.

11

ZPRÁVA 2

Od: "Portal ZNACENITABAKU.CZ" <no-reply@znacenitabaku.cz>
Datum: 26. června 2019 14:32:24 czprg
Komu: redakce@lampyris-publishing.cz
Předmět: TPD - Autoregistrace HS

Na základě Vámi zadaných údajů byla zahájena registrace hospodářského subjektu Lampyris Publishing, Pobřeží 370/4, 18600 Praha 8, CZ, IČO/DIC 27529312/CZ27529312. Hospodářskému subjektu, který má být registrován, byl přiřazen primární správce vasejmeno@vasedomena.cz, kterému byl zaslán mail s ověřovacím linkem. Na základě potvrzení ověřovacího linku budou údaje žádosti předány administrátorovi systému k vyřízení. V případě schválení registrace správcem systému TPD bude registrace potvrzena a na mailovou adresu hospodářského subjektu bude doručena přidělená identifikace v rámci systému TPD a zpřístupněn kontrolní kód, který slouží k ověření věrohodnosti další elektronické komunikace. Další informace můžete zjistit zde. Pro veškerou budoucí komunikaci a případné dotazy ve věci Track and Trace prosím využijte emailové adresy hs@znacenitabaku.cz nebo telefonní číslo +420 246 052 570.

12

ZPRÁVA 3

Od: "Portal ZNACENITABAKU.CZ" <no-reply@znacenitabaku.cz>
Předmět: TPD - LESTCDUMLUP6C - Aktivace uživatelského účtu - vasejmeno@vasedomena.cz
Datum: 26. června 2019 15:00:24 czprg
Komu: vasejmeno@vasedomena.cz

Potvrzujeme aktivaci uživatele systému TPD s přihlašovacím jménem vasejmeno@vasedomena.cz a přiděleným oprávněním Operátor Hospodářských subjektů.

13

DVA NEJČASTĚJŠÍ DOTAZY, KTERÉ DOSTÁVÁ STÁTNI TISKÁRNA CENIN

JE POTŘEBA REGISTROVAT KONKRÉTNÍ PROVOZOVNY/PRODEJNY

Každý hospodářský subjekt (dále jen HS), který chce prodávat tabákové výrobky, je povinen provést registraci v systému Track&Trace. Lze tak učinit na našich stránkách www.znacenitabaku.cz. Úvodní registrace je snadná a přehledná. Kde nastává menší zádrhel, je v nutnosti registrovat provozovny/prodejny/automaty. Informace o nutnosti tohoto postupu zasíláme vždy v posledním emailu každé unikátní registrace. Je nutno zmínit, že toto ID provozovny již neobdrží registrující do své emailové schránky, ale

zobrazí se ihned po potvrzení formuláře na obrazovce. Zároveň jde toto ID vždy najít po přihlášení do systému v záložce „Správa zařízení“. Tento krok je naprosto nezbytný, jelikož bez něj neexistuje možnost, jak by mohl distributor zavést prodejnu tabákovým zbožím. Výsledek úspěšné a kompletní registrace je tak hospodářský subjekt, který má EO ID ke svému IČ a následně ID každé své provozovny/prodejny/automatu.

JAKÉ JSOU POVINNOSTI KONCOVÝCH PRODEJČŮ V TRACK&TRACE

Zde máme pro uživatele dobrou zprávu. V případě koncových prodejců se jedná

jen o dvě jednoduché a snadno splnitelné náležitosti.

1) Zaregistrovat se coby hospodářský subjekt a následně zaregistrovat i svoji provozovnu(y) / prodejní místo (např. automat).

2) ID hospodářského subjektu a všech pod něj spadajících provozoven/prodejen předat všem distributorům, od kterých obchodník odebírá tabákové výrobky. Z praxe víme, že toto předání stačí udělat zpravidla jen jednou. Následně již s ID pracuje distributor.

Po splnění těchto dvou bodů již nic nebrání prodeji tabákových výrobků, tak jak probíhal před 20. 5. 2019.

Zdroje: redakce, Státní tiskárna cenin, s.p., Peal, a.s., SZPI

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

ČERVENEC

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
01. 07. 2019	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	05/19
01. 07. 2019	daň z příjmů	podání přiznání k dani a úhrada daně, má-li poplatník povinný audit nebo mu přiznání zpracovává a předkládá daňový poradce	2018
01. 07. 2019	oznámení CRS (GATCA)	podání oznámení dle § 13k zákona č. 164/2013 Sb. ve znění pozdějších předpisů	04/19
01. 07. 2019	oznámení FATCA	podání oznámení dle § 13k zákona č. 164/2013 Sb. ve znění pozdějších předpisů	04/19
10. 07. 2019	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	05/19
15. 07. 2019	silniční daň	záloha na daň	2Q/19
20. 07. 2019	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k MOSS	05/19
22. 07. 2019	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	05/19
25. 07. 2019	daň z hazardních her	daňové přiznání a splatnost daně	2Q/19
25. 07. 2019	DPH	daňové přiznání a daň	2Q/19 a 06/19
25. 07. 2019	DPH	souhrnné hlášení	2Q/19 a 06/19
25. 07. 2019	DPH	kontrolní hlášení	2Q/19 a 06/19
25. 07. 2019	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	06/19
25. 07. 2019	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	05/19
25. 07. 2019	spotřební daň	daňové přiznání	06/19
25. 07. 2019	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	06/19
30. 07. 2019	energetické daně	podání oznámení o splnění povinnosti zajistit minimální množství biopaliv a splatnost související jistoty	
31. 07. 2019	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	06/19

SRPEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
09. 08. 2019	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	06/19
20. 08. 2019	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	3Q/19 nebo 2P/19
26. 08. 2019	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	07/19
26. 08. 2019	DPH	souhrnné hlášení	07/19
26. 08. 2019	DPH	kontrolní hlášení	07/19
26. 08. 2019	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	07/19
26. 08. 2019	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	06/19
26. 08. 2019	spotřební daň	daňové přiznání	07/19
26. 08. 2019	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	07/19



**APEROL
SPRITZ**

RECEPT:

- Do sklenice plné ledu
- Zamíchejte jeden díl Cinzana Pro-Spritz nebo vína se stejným dílem Aperolu
- Zastříknete sodou
- Ozdobte plátkem pomeranče



PIJ S ROZUMEM

VYCHUTNEJTE SI APEROL SPRITZ S PŘÁTELI



PROŽIJTE LÉTO S CHUTÍ!



**LIMITOVANÁ
EDICE**



Výhradní distributor

WWW.CHOCENSKAMLEKARNA.CZ

Vyrábíme **90** let s chutí

**Klip Mňam Mňam Bobík
je nejsledovanějším videem
na českém**

You Tube



bobík





**Užijte si léto
s novou kolekcí čajů**

Curtis - čaje jako z pohádky

* skvělé i pro přípravu ledového čaje

Jedinečná kombinace
vybraného zeleného čaje
a čistě přírodního ovoce.

Osvěžující příchutě
populárních koktejlů
jsou příslibem
bezvadně prožitého léta
pro všechny milovníky zábavy
a skvělého čaje.*

Objednávejte na www.curtistea.eu

Jako čtenáři OBCHODNÍKOVA RÁDCE máte předschválený ceník PLUS**
a dále obdržíte první objednávku s dopravou a dárkem ZDARMA!

**zvolte na www.curtistea.eu/registrace/



Jsme národní pivovar.

**Jsme odpovědní správci pivovarské moudrosti a dovednosti.
Šíříme slávu a radost z poctivého českého piva.**

Pivovar Budějovický Budvar byl založen v roce 1895 a i dnes zůstává plně
v českých rukou. Dalo by se říci, že každému Čechovi patří kousek budějo-
vického pivovaru – a to nás zavazuje.

Používáme moderní pivovarské technologie a zároveň zachováváme tradiční
a osvědčené pivovarské postupy. Naše piva vaříme výhradně v Českých
Budějovicích z těch nejlepších surovin a z vody z vlastních třisetmetrových
studní.

V roce 2018 jsme vystavili 1,602 milionu hektolitřů piva a na trhy ve více než
70 zemích poprvé exportovali více než milion hektolitřů. Rekonstrukce
pivovaru, která právě probíhá, zvýší kapacitu na více než 2 miliony hektolitřů
piva ročně. Rozšíření výroby však nebude znamenat ústupek z kvality –
naše ležácké sklepy jsou největší v Česku, takže nemusíme spěchat
a zkracovat dobu zrání piva.

**Budějovický
Budvar**

PŘIJÍMEJTE STRAVENKY A SOCIÁLNÍ POUKÁZKY!

výhodně a jednoduše jako člen naší partnerské sítě

Společnost ProVektor – Obchodní aliance JAVOR má uzavřenou exkluzivní smlouvu na odběr papírových i elektronických stravenek a poukázek s hlavními vydavateli – CES ePlatby, a.s. (GUSTO KARTA), Ederend CZ, Sodexo Pass Česká republika a Up Česká republika (Le Chèque Déjeuner).



CO VÁM TO PŘINESE?

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

CO SE MŮŽE STÁT, KDYŽ POUKÁZKY NEBUDETE AKCEPTOVAT?

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

PROČ S NÁMI?

- ✓ Dojednali jsme pro Vás výrazně nižší poplatky za výkup stravenek i poukázek a přijímání elektronických stravenek.
- ✓ Výběr stravenek a poukázek přímo u Vás v prodejně.
- ✓ Stravenky a poukázky Vám proplatíme rychleji než napřímo od vydavatelů.
- ✓ Budete prezentováni na webovém vyhledávači jednotlivých vydavatelů poukázek – CES ePlatby, a.s., Ederend CZ, Sodexo Pass Česká republika a Up Česká republika.
- ✓ **VŠE ZA VÁS VYŘÍDÍME**



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

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



OBCHODNÍ ALIANCE
JAVOR

Gusto Kartu mohou
nově přijímat i členové
aliance Javor



Co vám nové partnerství přinese?

- Nové zákazníky a vyšší tržby
- Bezplatnou reklamu u držitelů Gusto Karet
- Pouze elektronická platba
 - zákazník utratí vždy více než v hotovosti
- Denní limit si nastavují držitelé karet sami
 - zvládnou u Vás i velké nákupy!

www.gustokarta.cz



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

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

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

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

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

