

OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO NEZÁVISLÝ
MALOOBCHOD
01 | 2020

OTEVŘENO

z obsahu

— Rozhovory: Starobrna a Yarych (4 a 6)

— Dotační programy pro maloobchod
(2. část) (8)

— Změny v platbách sociálního
a zdravotního pojištění v roce 2020 (11)

— Jak na krizi prodejen v obcích? (14)



O DOBRÉ VĚCI
SE STOJÍ ZA TO ROZDĚLIT



PIJTE S MIROU
-CZ

Ať život chutná

PROHLÁŠENÍ O GDPR

Vážení čtenáři,

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

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

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

Redakce časopisu Obchodníkův rádce

REDAKČNÍ RADA

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

příjem inzerce
Dominik Herr
d.herr@hemispheres.cz

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

1. číslo 2020 / 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

úvodní slovo



Vážené a milé čtenářky,
vážení a milí čtenáři,

nevím jak Vám, ale nám to v redakci letí nějak stále rychleji. Máme tady magicky působící rok 2020 a jsme plni očekávání, co nám přinese. S pokorou doufáme, že v něm pro nás pro všechny bude více toho dobrého než zlého.

Krajíně kolem nás by právě měla vládnout třeskutá zima, ale počasí připomíná spíše začátek jara. Jestli se ještě zima plně chopí své moci, nevím, ale úplně to tak nevypadá.

I když je nový rok, v našem časopise volně navazujeme na ten předchozí. V prvním letošním čísle pokračuje naše pojednání o dotacích, jehož první část jsme Vám přinesli před Vánoci. Já sama dotacím příliš nefandím, ale když už existují, myslím si, že je škoda nevyužít přínosů, které by oslabenému maloobchodu v naší zemi, a tedy i Vám mohly přinést. Pokusili jsme se Vás provést složitým labyrintem, každopádně je ale potřeba, abyste se s případnými dotazy obrátili na kompetentní osoby uvedené u jednotlivých titulů. Neostýchejte se obrátit na Vaši samosprávu a žádejte po ní pomoc.

V podstatě podobně vyznívá i závěr článku našeho občasného přispěvatele, který se zamýšlí nad tradičním maloobchodem jako takovým a nad situací u nás. Není to úplně optimistický pohled, ale není ani bezvýchodný. Hodně záleží na Vás samotných, jak přispíváte a do budoucna budete přispívat ke zlepšování stavu maloobchodu u nás – ale také není žádnou ostudou požádat o nějakou formu

podpory, protože prostředí a příležitosti v něm nejsou rovné.

Dále se v časopise dozvíte, co je za změny v platbách sociálního a zdravotního pojištění. Informace jsou to důležité, ale ne úplně záživné. Mnohem příjemnější čtení na Vás čeká ve dvou rozhovorech. V jednom na naše otázky odpovídal brand manager Heinekenu, bavili jsme se s ním především o značce Starobrno, která pro letošek přichází s mnoha novinkami a s krásným mottem „Ať život chutná“. Druhý rozhovor je tentokrát zahraniční: vyzpovídali jsme generálního ředitele společnosti YARYCH Import Export, která je se svými dobrotami celkem nová na našem trhu a nyní má už i výhradního distributora pro ČR, který je také naším opakovaným inzerentem.

Přečtěte si v rubrice SZPI, jak dopadly v minulém roce kontroly burčáků a jaké nepravosti se dělají při prodeji vanilky.

Naši inzerenti a Vaši stávající nebo potenciální dodavatelé Vás oslovují v naší inzertní části se svými produkty a službami. Podívejte se, zda mezi nimi není něco, čím by se hodilo obohatit sortiment nebo co by Vám usnadnilo podnikání.

Na úplném konci časopisu se nezapomeňte podívat, zda jste mezi šťastnými výherci. Děkujeme všem z Vás, kdo jste nám poslali vylustěnou křížovku.

Přeji Vám za redakci ještě jednou, aby Vám rok 2020 přinesl prosperitu a radost. Těšíme se na příspěvky, které nám posíláte. Posílejte dále!

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



AŽ ŽIVOT CHUTNÁ



Pavel Geschmay, Brand Manager, Heineken, a.s.

JAK DLOUHO PRACUJETE VE FIRMĚ?

V Heinekenu pracuji téměř čtyři roky, v současné době jako Brand Manager. V pivovarnictví jsem už přes 10 let.

VYSVĚTLÍTE NÁM BLÍŽE STRUKTURU HEINEKENU? A JAKÉ ZNAČKY MÁTE NA STAROSTI?

Pracuji v oddělení marketingu. Struktura je u nás rozdělená podle funkčních oblastí a značek. Vedu tým, který má na starosti značky Starobrno, Březňák, Zlatý bažant a speciální piva.

JAK DLOUHO JE TU STAROBRNO?

Vaření piva v Brně má několik set let dlouhou tradici. Pivo se zde vařilo už v polovině 13. století, kdy Václav I. udělil městu Brnu královská privilegia, přičemž jedním z nich bylo i právo vařit pivo. Samotný pivovar Starobrno se začal stavět v roce 1872. Jeho moderní éra se ale začala psát v roce 1992. V té době se dříve státní podnik stal součástí rakouské pivovarnické

skupiny BBAG. Ta zahájila modernizaci pivovaru a v roce 2003 Starobrno přešlo pod Heineken Group. Ta díky svému know-how a prostřednictvím investic posunula pivovar mezi špičku na trhu.

JAKÉ JE JEJÍ HLAVNÍ MOTTO?

Hlavním mottem Starobrna je „Až život chutná“.

NA LETOŠEK CHYSTÁTE PRO STAROBRNO NOVOU KAMPAŇ. MŮŽETE NÁM POPSAT JEJÍ HLAVNÍ MYŠLENKU?

Letos chystáme jednu z největších kampaní v historii značky. Naším cílem je podpořit značku v domácím regionu, ale zároveň ji také přiblížit spotřebitelům v celé republice.

V kampani chceme vystihnout to hlavní, co má Starobrno v krvi, a to je pozitivní postoj k životu. Je to o zvědavosti, chuti objevovat nové věci a zejména regionu vlastní štedrosti a otevřenosti. V kampani

hrají kromě našich skvělých piv hlavní roli lidé v běžných životních situacích.

KDE VŠUDE JI UVIDÍME?

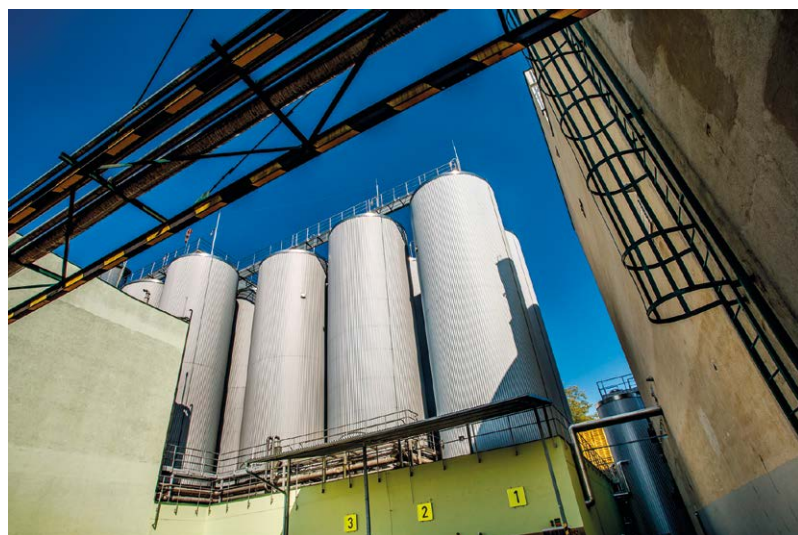
Plánujeme podporu napříč všemi kanály. Takže reklamu uvidíte v televizi, na statických plochách, v online prostředí i na sociálních sítích. V plánu máme také zajímavé druhy spolupráce.

ZMĚNILI JSTE LETOS NĚJAK DESIGN STAROBRNA?

Design jsme neměnili nijak výrazně. Jsme s ním spokojeni, zákazníci jsou na něj zvyklí a časté změny jsou spíše na škodu.

CHYSTÁ STAROBRNO NĚJAKÉ NOVÉ PRODUKTY?

Jednou z nejžhavějších novinek letošního roku jsou nová piva Starobrno Craft Beer. Chystáme celkem tři typy tzv. řemeslných piv a kampaň, která je představí, poběží po celé republice na přelomu jara a léta. Piva budou k dispozici v plechovkách a ve vybraných provozovnách také čepovaná.





MŮŽETE NÁM O CRAFTOVÝCH PIVECH STAROBRNO ŘÍCT NĚCO VÍČ?

První z craftových novinek je Starobrno IPL (India Pale Lager), ve kterém vzniklo netradiční spojení dvou naprosto odlišných, ale zato velmi populárních a úspěšných pivních stylů. Tato novinka hned na první dojem překvapí výrazným, ale přitom stále příjemným citrusově kořenitým chmelovým aroma. Toho je docíleno použitím technologie tzv. studeného chmelení, která je typická pro zahraniční pivní styl IPA (India Pale Ale). Klíčem k výjimečnosti ovšem zůstává lokální původ surovin a pochopitelně i místo výroby.

Další z novinek je Starobrno RED. Při výrobě byl kladen důraz na vyváženost sladké, hořké a kyselé chuti tak, aby ani jedna z nich výrazně nevyčnívala a vzniklo vyrovnané a pitelné pivo. Z velkého množství příchutí nás nejvíce oslovila višň a věřím, že si na ní pochutnají i naši zákazníci.

Poslední z letošní řady inovací Starobrno je populární pivní styl APA (American Pale Ale). Jedná se o pivo svrchně kvašené při výrazně vyšších teplotách než klasický ležák, což mu dodává opravdu odlišnou chuť a vůni. Toto pivo je nefiltrované, tedy zakalené díky přítomnosti kvasnic. Je to vůbec poprvé v naší historii, kdy jsme se odvážili k revolučnímu kroku a začali nefiltrované pivo stáčet do plechovek. Významným faktorem při výrobě tohoto piva je použití velmi drahých amerických odrůd chmele a technologie studeného chmelení.

STAROBRNO BÝVÁ V BRNĚ ČASTO VIDĚT. NA KTERÝCH AKCÍCH VÁS UVIDÍME LETOS V LÉTĚ?

Plánujeme toho jako každý rok spoustu, některé akce jsou ale teprve ve fázi přípravy. Určitě nás ale uvidíte na Brněnském Majálesu, na Trnkobraní u Zlína a samozřejmě Vás všechny zveme na náš Den Starobrno přímo v pivovaru.

JAKÉ PIVO MÁTE NEJRADĚJI VY?

V přítomné době se nejraději vracím k našim ležákům Starobrno Medium nebo Břežňák 11. Posledních pár dní jsem ale nadšený hlavně z našich novinek. Pokud bych měl vybrat jednu, tak je to Starobrno APA. Na tohle pivo se už hodně těším, až bude na trhu k dispozici, je skvělé.

DĚKUJEME ZA ROZHOVOR.





JAK DLOUHO PRACUJETE PRO FIRMU A JAKOU ZASTÁVÁTE POZICI?

Ve společnosti Yarych Import Export pracuji od roku 2018. Je to dceřiná obchodní firma patřící výrobní společnosti Yarych. Práce mi dává mnoho příležitostí k rozvoji i ambiciózním plánům a cílům. Firma mi vytvořila skvělou možnost rozvíjet a uplatňovat nabyté zkušenosti a umožňuje mi uvádět do praxe nejruznější inovace v oblasti správy produktů při jejich uvádění nejen na evropský trh. Práce v Yarychu mi dává spoustu příležitostí k řízení společnosti, ale zároveň se mohu učit od majitele společnosti pana Volodymyra Gnatyuka, skutečného profesionála, který značku Yarych vytvořil.

Díky práci ve firmě mám možnost setkávat se s lidmi, kteří žijí a pracují na Ukrajině. Jsou to velmi milí a ochotní zaměstnanci, kteří vždy nabízejí pomocnou ruku.

Ve společnosti Yarych Import Eksport Sp. z o.o. působím jako generální ředitel a díky tomu mám příležitost rozvíjet značku Yarych a ovlivňovat její postavení jak na evropském, tak i na jiných světových trzích.

PŘIBLIŽÍTE NÁM SPOLEČNOST, V NÍŽ PRACUJETE?

Společnost Yarych je špičkou ve svém oboru. Je to ukrajinský výrobce sušenek, krekrů a cukrovinek. Naše výrobky se prodávají především na ukrajinském a evropském trhu pod značkou Yarych nebo pod privátními značkami, například pro Auchan, Carrefour, Eurocash či BigY. Všechny produkty naší

společnosti splňují přísné mezinárodní standardy kvality. Ve výrobě byl zaveden evropský systém jakostních norem založený na certifikaci IFS Food, což vždy stvrzuje příslušný certifikát.

CO VŠECHNO VYRÁBÍTE?

Naše hlavní produktové řady jsou sušenky Petit Beurre a The Crackers a dětské sušenky Mini ABC a WINX Club.

CO BYSTE NÁM ŘEKL O SUŠENKÁCH CRACKERS?

Dle mého názoru je to velmi zajímavá chuťově bohatá řada sušenek, navržená „pro rychlé občerstvení“. Jsou baleny v praktickém, pohodlném a designově vydařeném balení o hmotnosti 80 g, takže si je můžete vzít kamkoliv s sebou – na výlet, do školy nebo na procházku.

JAKÉ MÁTE PŘÍCHUTĚ A DRUHY?

Pro slané řady sušenek preferujeme přírodní příchutě jako sýr, cibuli, papriku, bazalku nebo česnek. Sledujeme trendy zdravého stravování, nedávno jsme zahájili výrobu sušenek Maria bez palmového oleje. Dodáváme také sušenky s celozrnnou moukou a otrubami.

Naše nabídka zahrnuje též sušenky Petit Beurre s otrubami a kakaovým máslem. U další řady těchto sušenek Petit Beurre jsme vylepšili recepturu – zvýšili jsme obsah kakaa na 5,1 % a díky tomu dostal výrobek plnou a bohatou, aromatickou chuť. Sortiment sušenek pro děti děláme v příchutích jablko,

banán, klasická mléčná a vanilková. Tvar dětských sušenek se také změnil, mimo jiné nabízíme sušenky ve tvaru abecedy podle hesla „Vychutnej si a uč se“.

V roce 2019 byl zahájen společný projekt se společností Rainbow Spa. Získali jsme licenci pro použití pohádkových postav – víl Winx Club. Máme dvě příchutě a šest různých designů obalů! Jde o sušenky ve tvaru hvězdy s vylisovanými vílími jmény. Kromě toho jsme v rámci projektu YARYCH spustili aplikaci pro IOS a Android, jež umožňuje skenovat obaly a následně prohlížet pohádkové videodárky s oblíbenými postavami Winx Club.

CHYSTÁTE NĚJAKÉ NOVINKY?

Samozřejmě! Neustále pracujeme na rozšíření a vylepšení nabídky. V letošním roce představujeme novou skupinu tyčinek obalených v čokoládě – je to zcela nový formát, který nemá v naší produkci obdoby. Tyčinky obsahují pouze přírodní složky: směs ovocných plodů, karamelu a ořechů.

NAŠLI JSME RECEPTY ZE SUŠENEK NA JEDNOHUBKY ČI DEZERTY. KTERÝ MÁTE NEJRADEJŠÍ?

Naše výrobky jsou základní součástí mnoha receptů. Já mám v oblíbenosti sušenky Petit Beurre se smetanovým krémem a čerstvým ovocem. Naše sušenky jsou skvělým základem pro výrobu slaných i sladkých chutí. Minisušenky The Crackers mám rád jako přísadu do salátů místo krutonů, třeba do salátu Caesar.





VE KTERÝCH ZEMÍCH SE VAŠE VÝROBKÝ PRODÁVÁJÍ?

Celosvětově se naše produkty prodávají ve více než 35 zemích, i když ne vždy pod značkou Yarych. Výrobky pod naší značkou dodáváme do Česka, na Slovensko, do Polska, Nizozemska, Německa, Číny, Saúdské Arábie i jinam. Není to tak dlouho, co jsme otevřeli americký a kanadský trh, kde si zákazníci naše sušenky velmi oblíbili. Pro vstup na nový trh často připravujeme speciální nabídku – produkt ochucený nebo zabalený podle požadavků konkrétního trhu.

KOLIK SUŠENEK ROČNĚ PRODÁTE?

Naše výrobní kapacita nám dnes umožňuje upéct asi 16 000 tun sušenek ročně a spotřebovávají se téměř beze zbytku. Letos na jaře plánujeme dokončit modernizaci jedné ze tří linek, což nám umožní zvýšit produkci skoro o třetinu.

JAK DLOUHO JSTE NA ČESKÉM TRHU A JAK JSTE SE NA TENTO TRH UVEDLI? MÁTE NA ČESKÉM TRHU VÝHRADNÍHO ZÁSTUPCE?

Nikdy jsme nebyli přímo na českém trhu, měli jsme tu ale zákazníky, pro které jsme vyráběli vlastní značky. Od poloviny roku 2019 jsme ale navázali spolupráci se společností A-GROSS OLOMOUC-HOLICE spol. s r.o., jež je výhradním distributorem produktů Yarych na českém a slovenském trhu.

NA JAKÉ DALŠÍ TRHY SE CHYSTÁTE VSTOUPIT?

Je pro nás velmi důležité upevnit svou pozici na českém a slovenském trhu. Dále usilovně pracujeme na rozvoji na trzích Velké Británie, USA a Kanady.

MÁTE I BEZLEPKOVÉ SUŠENKY?

Ne, v současné době není tato kategorie v naší nabídce zastoupena. Naše výrobky obsahují mouku nejvyšší kvality, která je

podrobena několikanásobným kontrolám od dodání až po hnětení těsta.

JSOU VAŠE SUŠENKY VHODNÉ PRO DĚTI? OBSAHUJÍ ZDRAVÉ SUROVINY?

Naše sušenky dětem velmi chutnají! Nepřidáváme do nich barviva ani škodlivé konzervační látky. Kromě toho neustále vylepšujeme receptury, například v létě jsme u sušenek Maria Classic do receptury přestali dávat palmový olej a zaměnili jsme jej za slunečnicový.

KOLIK SUŠENEK DENNĚ VYROBÍTE?

V průměru 50 tun. Záleží ale také na nutnosti změn ve výrobě, které závisejí na objednávkách.

JAKOU MARKETINGOVOU PODPORU PRO OBCHODY POUŽÍVÁTE?

Cenové akce, POS materiály, ochutnávky, letáky, tiskoviny a další.

POMÁHÁ FIRMA CHARITATIVNÍM ORGANIZACÍM?

Ano, samozřejmě. Na Ukrajině působí pod záštitou Yarych charitativní organizace, která se stará o sirotčince. Před zimními práz-

ninami pořádáme velké charitativní akce, v jejichž rámci dětem dáváme naše výrobky a kupujeme hračky a potřebné věci. V Polsku podporujeme hospic v Tychách.

NA CO JSTE VE FIRMĚ NEJVÍCE PYŠNÝ?

Co se týká produktů, jsem pyšný, že vyrábíme v nejvyšší možné kvalitě za více než přijatelné ceny. Dále jsem samozřejmě hrdý na to, že i když jsme jedním z největších světových výrobců pečiva tohoto druhu, nezapomínáme na charitu.

JAKÉ JSOU VAŠE OSOBNÍ ZÁLIBY MIMO FIRMU?

Veškeré volné chvíle se snažím věnovat svému synovi. V zimě jezdíme nejraději na lyže a v letním období podnikáme cyklovýlety.

BLÍŽÍ SE VELIKONOČNÍ SVÁTKY. JAKÉ JSOU VE VAŠÍ ZEMI TRADICE V POROVNÁNÍ S ČESKÝMI? A JAK JE TRÁVÍTE VY SÁM?

Neznám bohužel české tradice, takže nemohu srovnávat, ale tradice Polska a Ukrajiny jsou velmi podobné – liší se pouze dny oslav.

DĚKUJEME ZA ROZHOVOR.



DOTAČNÍ PROGRAMY PRO MALOOBCHOD (2. ČÁST)

V minulém čísle jsme se podrobněji rozepsali o dotacích v některých krajích. Nyní toto téma dokončíme a podáme Vám přehled dotací ve zbývajících krajích. Od konce minulého roku se některé informace z krajských úřadů upřesnily, takže jsou opět o něco aktuálnější. Přesto ne všechny kraje už dotační programy vyhlásily i pro letošní rok, takže u nich pro ilustraci uvádíme jen ty loňské. A některé kraje sice již programy vyhlásily, ale jejich zaměření není vhodné pro obchody s potravinami.

Aktuálně jsou aktivní, tedy otevřené, dotační programy ve všech krajích, a dále pak ty celorepublikové, o kterých jsme Vás informovali už v minulém čísle.

Kromě obvyklých dotací například na zachování venkovských prodejen nebo obnovu venkova umožňují Plzeňský a Jihočeský kraj žádat také o individuální dotace mimo uvedené programy. Možná tuto variantu nabízejí i ostatní kraje, ale protože to oficiálně neuvádějí, bude dobré se informovat na jednotlivých krajských úřadech. Proto neváhejte a ptejte se na všechny možnosti – věříme, že pro většinu z Vás se nějaký dotační program určitě najde.

Pozor, o krajskou dotaci na venkovské prodejny ale nežádáte Vy (jako majitel či nájemce obchodu), nýbrž obec, proto je potřeba se informovat hlavně tam a po obci to požadovat. Protože jde převážně o dotace na udržení jediného obchodu s potravinami v malých vesnicích do určitého počtu obyvatel, každý kraj má své vlastní specifikace. Pokud Vás zajímají podrobné informace o jednotlivých dotacích, je třeba obrátit se na kontakty uvedené u jednotlivých krajů nebo přímo na obec.

DOTACE KRAJŮ

PLZEŇSKÝ KRAJ

INDIVIDUÁLNÍ DOTACE OKHE 2020

Individuální dotace OKHE 2020 lze použít jako mimoprogramovou dotaci z rozpočtu Plzeňského kraje pouze ve výjimečných případech, kdy nebylo možno využít žádosti o poskytnutí dotace z jiných vyhlášených dotačních programů Plzeňského kraje. Alokace finančních prostředků na dotační titul činí 5 000 000 Kč. UPOZORNĚNÍ: Na všech originálech pokladních dokladů i faktur, které budou uplatňovány v rámci dotace PK, musí být napsáno „HRAZENO Z DOTAČE PLZEŇSKÉHO KRAJE“!

Důvod podpory: podpora projektů a činností, na které nelze žádat v rámci ostatních vyhlášených dotačních programů a titulů Plzeňského kraje. Jedná se o tzv. mimoprogramové dotace.

Potenciální žadatelé: dotaci (podporu) lze poskytnout subjektům bez bližší specifikace, tzn. jak fyzickým, tak právnickým osobám (obec, spolek, svaz, sdružení, společnost, klub, církevní organizace, obecně prospěšná společnost, nadace, nadační fond).

Žádosti se podávají:
18. 1. 2020 0.00:00 – 31. 10. 2020 16.00:00

Předpokládaný celkový objem finančních prostředků: 5 000 000 Kč

Maximální požadovaná částka: 200 000 Kč

KONTAKTNÍ OSOBA

JUDr. Jiří Tyc, [T 377 195 319](mailto:jiri.tyc@plzensky-kraj.cz),
[E jiri.tyc@plzensky-kraj.cz](mailto:jiri.tyc@plzensky-kraj.cz)

ZACHOVÁNÍ PRODEJEN V MALÝCH OBCÍCH PLZEŇSKÉHO KRAJE 2019

- Cílová skupina: prodejny v obcích
- Alokace: 3 000 000 Kč
- Maximální požadovaná částka dotace: 165 000 Kč

- Příjem žádostí o podporu: 2. 5. – 22. 5. 2019
- Důvod podpory: snaha Plzeňského kraje napomoci udržení kamenných a pojezdových prodejen v nejmenších obcích a zajištění potravinové obslužnosti venkova.
- Potenciální žadatelé: 1. obec Plzeňského kraje s počtem do 250 obyvatel, 2. obec Plzeňského kraje s počtem do 1000 obyvatel, pokud žádá o dotaci na prodejnu, která se nachází v místní části obce do 250 obyvatel.

Stav: uzavřeno

KONTAKTNÍ OSOBY

Ing. Michaela Černá, [T 377 195 305](tel:377195305),
[E michaela.cerna@plzensky-kraj.cz](mailto:michaela.cerna@plzensky-kraj.cz)
(pro okresy Klatovy a Tachov)

Mgr. Václav Baxa, [T 377 195 406](tel:377195406),
[E vaclav.baxa@plzensky-kraj.cz](mailto:vaclav.baxa@plzensky-kraj.cz)
(pro okres Domažlice)

Bc. Petra Hessová, [T 377 195 695](tel:377195695),
[E petra.hessova@plzensky-kraj.cz](mailto:petra.hessova@plzensky-kraj.cz)
(pro okresy Plzeň-jih a Plzeň-město)

Bc. Lenka Šmejkalová, [T 377 195 764](tel:377195764),
[E lenka.smejkalova@plzensky-kraj.cz](mailto:lenka.smejkalova@plzensky-kraj.cz)
(pro okresy Plzeň-sever a Rokycany)

JIHOMORAVSKÝ KRAJ

INDIVIDUÁLNÍ DOTACE JIHOČESKÉHO KRAJE 2020

- Příjem žádostí: 6. 1. – 31. 10. 2020 (včetně doručení fyzické podoby žádosti)
- Tyto dotace jsou určeny pro konkrétního žadatele z důvodů zvláštního zřetele hodných, a to zejména pro okruh projektů, které nejsou v předmětném období podporovány žádným z vyhlášených dotačních programů.
- Minimální výše podpory na jeden projekt/akci/činnost: 25 000 Kč
- Minimální podíl spoluúčasti žadatele:



0–20 % z celkových uznatelných nákladů projektu dle rozhodnutí příslušného orgánu Jihomoravského kraje

KONTAKTNÍ OSOBY

Ing. Petra Radová, **T** 541 658 898,

E radova.petra@jmk.cz

Ing. Jana Vykydalová, **T** 541 658 908,

E vykydalova.jana@jmk.cz

Bc. Michaela Svobodová, **T** 541 658 838,

E svobodova.michaela@jmk.cz

VÝSTAVBA, OBNOVA A ÚDRŽBA VENKOVSKÉ ZÁSTAVBY A OBČANSKÉ VYBAVENOSTI

- Cílová skupina: obec Jihomoravského kraje – méně než 3 000 obyvatel
- Finanční alokace: 25 000–250 000 Kč
- Vyhlášení výzvy: 14. 1. 2019
- Příjem žádostí o podporu: 14. 2. – 1. 3. 2019
- Dotace na výdaje na výstavbu, obnovu a údržbu venkovské zástavby a občanské vybavenosti.

Stav: uzavřeno

DOTACE NA ÚROKY Z ÚVĚRU NA VÝSTAVBU, OBNOVU A ÚDRŽBU VENKOVSKÉ ZÁSTAVBY A OBČANSKÉ VYBAVENOSTI

- Cílová skupina: obec Jihomoravského kraje – méně než 3 000 obyvatel
- Finanční alokace: 25 000–100 000 Kč
- Vyhlášení výzvy: 14. 1. 2019
- Příjem žádostí o podporu: 14. 2. – 1. 3. 2019

Stav: uzavřeno

DOTAČNÍ PROGRAM PODPORA PROVOZU VENKOVSKÝCH PRODEJEN V JIHMORAVSKÉM KRAJI PRO ROK 2019

Dotační titul varianta 2 – budova prodejny

nebo vozidlo pojezdny prodejny je v majetku obce, provozovatelem je podnikající fyzická nebo právnická osoba

- Cílová skupina: obec s méně než 750 obyvateli
- Finanční alokace: 25 000–70 000 Kč
- Příjem žádostí o podporu: 14. 2. – 1. 3. 2019
- Dotační program je zaměřen zejména na podporu zachování provozu obchodů se základními potravinami a smíšeným zbožím na venkově v malých obcích.

Stav: uzavřeno

Dotační titul varianta 4 – budova prodejny nebo vozidlo pojezdny prodejny je v majetku fyzické nebo právnické osoby, provozovatelem je podnikající fyzická nebo právnická osoba (obec pouze poskytuje příspěvek na provoz)

- Cílová skupina: obec s méně než 750 obyvateli
- Finanční alokace: 25 000–70 000 Kč
- Příjem žádostí o podporu: 14. 2. – 1. 3. 2019

Stav: uzavřeno

Podmínky pro rok 2020 budou zřejmě stejné jako v roce 2019.

KONTAKTNÍ OSOBY

RNDr. Iveta Macurová, **T** 541 652 353,

E macurova.iveta@kr-jihomoravsky.cz

Ing. Marek Dvořák, **T** 541 652 377,

E dvorak.marek@kr-jihomoravsky.cz

Ing. Tomáš Grabec, **T** 541 652 338,

E grabec.tomas@kr-jihomoravsky.cz

KARLOVARSKÝ KRAJ

PROGRAM OBNOVY VENKOVA 2020

- Příjem žádostí o podporu: od 4. 2. 2020, 9.00 do 10. 2. 2020, 16.00
- Cílová skupina: obce na území Karlovarského kraje

- Dotační program se zřizuje za účelem podpory v oblasti výstavby, rekonstrukce a oprav infrastruktury a podpory možností zlepšování života na venkově.
- Konkrétní vyčleněná částka pro účel dotačního programu bude uvedena ve vyhlášení dotačního programu po schválení rozpočtu Karlovarského kraje na příslušný kalendářní rok. Maximální výše dotace v jednotlivém případě bude uvedena ve vyhlášení dotačního programu po schválení rozpočtu Karlovarského kraje na příslušný kalendářní rok.

KONTAKTNÍ OSOBY

Irena Langová, **T** 354 222 343,

E irena.langova@kr-karlovarsky.cz

Bc. Romana Špindlerová, DiS., **T** 354 222 312,

E romana.spindlerova@kr-karlovarsky.cz

ÚSTECKÝ KRAJ

PROGRAM OBNOVY VENKOVA ÚSTECKÉHO KRAJE 2020

- Obnova a rozvoj venkovské zástavby
- Příjem žádostí o podporu: 20. 1. – 23. 2. 2020
- Cílová skupina: obec do 2 000 obyvatel
- Obnova a rozvoj venkovské zástavby
- Cílem této oblasti podpory je zlepšení vzhledu obcí, zvýšení technické úrovně veřejných budov, zlepšení nabídky nekomerčních služeb, obnova památek, historických a kulturních pamětihodností.
- Dotaci lze poskytnout obci na úpravy a opravy objektů občanské vybavenosti ve vlastnictví obce a pořízení a obnovu vybavení a techniky. V roce 2020 budou podporovány:

Úpravy a opravy objektů občanské vybavenosti a jejich vybavení:

- střediska volného času (v žádosti budou uvedeny pravidelné dobrovolnické aktivity, které se zde odehrávají)
- školní jídelny (MŠ, ZŠ)

- tělovýchovná zařízení – modernizace a dovybavení kabin
- požární nádrže

PODPORA ZAČÍNÁJÍCÍCH PODNIKATELŮ V ÚSTECKÉM KRAJI PRO ROK 2019

- Cílová skupina: podnikatel, který získal podnikatelské oprávnění k předmětu podnikání v roce vyhlášení DP nebo v roce předchozím a oprávnění k předmětu podnikání bylo získáno poprvé.
- Výše dotace: 50 000–200 000 Kč
- Příjem žádostí: 4. 2. – 8. 3. 2019
- Poskytnutá dotace může tvořit maximálně 70 % celkových užitelných nákladů projektu. Účelem finanční podpory prostřednictvím DP je zvýšit ekonomickou konkurenceschopnost Ústeckého kraje podporou malého začínajícího podnikání.

Stav: uzavřeno

KONTAKTNÍ OSOBA

Mgr. Martina Želinová Langweilová,
T 475 657 676,
E zelinova.m@kr-ustecky.cz

ZLÍNSKÝ KRAJ

PROGRAM NA PODPORU OBNOVY VENKOVA 2020

Cílem programu je obnova a zachování specifických hodnot venkovského prostoru podporou projektů směřujících k obnově a údržbě obecního majetku; zpracování územních plánů; ochraně životního prostředí; odstraňování disparit znevýhodněného regionu, pilotně území Morkovska – území místní akční skupiny Hříběcí hory s největším počtem obcí do 500 obyvatel, s nadprůměrným podílem nezaměstnaných obyvatel oproti průměru Zlínského kraje (podíl nezaměstnaných vyšší než 6 % ve čtyřletém průměru) a s indexem stárí vyšším než 100 (počet obyvatel ve věku 65 let a více na 100 dětí ve věku 0–14 let); uvedené charakteristiky naplňuje 12 obcí MAS.

Důvodem podpory je spolufinancování aktivit směřujících k obnově obecního majetku, které nejsou podporovatelné v rámci kohezní politiky 2014+, přičemž realizace těchto aktivit je prioritou obce, bariérou jejího rozvoje a velkou zátěží pro obecní rozpočet.

V rámci uvedeného programu jsou očekávány následující dopady: zlepšení stavu obecního majetku v oblasti místních

komunikací, sportovních a kulturních zařízení včetně prostor využívaných místními spolky, rozvoj území v souvislosti s pořízením a změnou územních plánů, ochranou životního prostředí využitím materiálů a výrobků z recyklovaných odpadů a podporou specifických projektů znevýhodněného území MAS Hříběcí hory.

Příjem žádostí o podporu:
20. 1. – 10. 2. 2020 do 12.00

KONTAKTNÍ OSOBY

Ing. Jana Koldová, T 577 043 412
Marcela Polepilová,
E marcela.polepilova@kr-zlinsky.cz

KRAJ VYSOČINA

Připravuje se:

VENKOVSKÉ PRODEJNY 2020

- Předpokládaný termín vyhlášení výzvy: březen 2020
- Předpokládaný termín sběru žádostí: duben–květen 2020
- Alokace: 4 000 000 Kč
- Typ žadatele: právnická osoba / obec

KONTAKTNÍ OSOBY

Luděk Hruža, T 564 602 543,
E hruza.l@kr-vysocina.cz
Mgr. Dušan Vichr, T 724 650 195,
E vichr.d@kr-vysocina.cz

PODPORA VENKOVSKÝCH PRODEJEN 2019

- Cílová skupina: potraviny a smíšené zboží
- Alokace: 4 000 000 Kč
- Příjem žádostí o podporu: 23. 4. – 10. 5. 2019

Stav: uzavřeno

Už třetím rokem Kraj Vysočina realizuje na svém území podporu venkovských prodejen. V roce 2017 byly na tuto oblast poprvé vyčleněny prostředky ve Fondu Vysočiny ve výši 2 000 000 Kč, v letech 2018 a 2019 pak shodně po 4 000 000 korun. Zastupitelstvo kraje tak aktuálně schválilo podporu dalším 94 prodejnám.

KONTAKTNÍ OSOBY

Luděk Hruža, T 564 602 543,
E hruza.l@kr-vysocina.cz
Mgr. Dušan Vichr, T 724 650 195,
E vichr.d@kr-vysocina.cz
Ing. Eva Neuwirthová, T 724 650 161,
E neuwirthova.e@kr-vysocina.cz

LIBERECKÝ KRAJ

PROGRAM OBNOVY VENKOVA – INTEGROVANÉ PROJEKTY VENKOVSKÝCH MIKROREGIONŮ 2020

Dotační titul 1 – Obnova a údržba venkovské zástavby a občanské vybavenosti

- Cílová skupina: obec, městys, město v územním obvodu Libereckého kraje
- Alokace: 21 100 000 Kč
- Příjem žádostí o podporu: 3. 2. – 18. 2. 2020, do 14.00
- 1. budovy obecních a městských úřadů, 2. školy, 3. mateřské školy, 4. tělovýchovná zařízení, 5. kulturní zařízení, 6. zdravotnická zařízení, 7. zařízení sociální péče, 8. požární nádrže, 9. venkovské prodejny, 10. hřbitovy, 11. čekárny na zastávkách hromadné dopravy, 12. dětská hřiště a sportoviště, 13. veřejný rozhlas, 14. veřejné záchodky, 15. přístřešky, budovy pro obecní techniku

KONTAKTNÍ OSOBY

Ing. Jitka Suchánková, T 485 226 581,
E jitka.suchankova@kraj-lbc.cz
Ing. Petra Kašparová,
E petra.kasparova@kraj-lbc.cz

VŠEOBECNÉ PODMÍNKY PRO ŽADATELE O DOTACI

Pokud chcete žádat o podporu, je třeba ujistit se, že:

- nemáte neuhrazené závazky po lhůtě splatnosti vůči kraji, orgánům veřejné správy České republiky, zdravotním pojišťovnám, Evropské unii atd.
- nenacházíte se v úpadku ani nedošlo k podání insolvenčního návrhu
- nenacházíte se v likvidaci, rozdělování společnosti ani ve slučování či splynutí
- nemáte uložen zákaz činnosti
- není vůči vám, příp. vašemu majetku navrhováno nebo vedeno řízení o výkonu soudního či správního rozhodnutí nebo navrhována či prováděna exekuce
- nejste akciovou společností s vydanými akciemi na doručitele

Nadále pro Vás budeme sledovat novinky ze světa dotací a přejeme mnoho štěstí při jejich získávání. Pokud už jste nějaké dotace získali nebo to alespoň zkusili, budeme rádi, když nám své zkušenosti napíšete. ■

Zdroj: MPO ČR, MMR ČR, oppik.cz a redakce

ZMĚNY V PLATBÁCH SOCIÁLNÍHO A ZDRAVOTNÍHO POJIŠTĚNÍ V ROCE 2020

SOCIÁLNÍ POJIŠTĚNÍ V ROCE 2020

Záloha na sociální, respektive důchodové pojištění se odvozuje od dosaženého daňového základu a vyměřovací základ pro OSVČ se stanovuje jako jedna polovina jeho dvanáctiny (v případě, že samostatně výdělečnou činnost provozujete po celý rok). Sazba pojištění činí 29,2 %.

MINIMÁLNÍ ZÁLOHY PRO OSVČ, KTERÉ MAJÍ PODNIKÁNÍ JAKO SVOU HLAVNÍ ČINNOST OBŽIVY

Minimální zálohu vypočteme jako 29,2 % z jedné čtvrtiny průměrné mzdy, tedy z částky 8 709 Kč (minimální měsíční vyměřovací základ), kterou jsme zaokrouhlili na celé koruny nahoru. Minimální záloha pro rok 2020 tedy činí 2 544 Kč. Tato částka se oproti roku 2019 zvýší o 156 Kč.

Roční minimální vyměřovací základ u činnosti, která trvala po celý kalendářní rok, tedy všech 12 měsíců, odpovídá částce 104 508 Kč (8 709 Kč × 12). Pokud by činnost netrvala celý rok, násobí se minimální vyměřovací základ jen počtem měsíců, ve kterých činnost skutečně trvala.

Roční maximální vyměřovací základ se naproti tomu stanoví jako 48násobek průměrné mzdy, takže pro příští rok bude činit 1 672 080 Kč. V případě, že váš roční příjem za rok 2020 překročí tuto hranici, nebudete od této částky platit další důchodové pojištění ani odvádět solidární přírůžku.

MINIMÁLNÍ ZÁLOHY PRO OSVČ, PRO KTERÉ JE PODNIKÁNÍ POUZE VEDLEJŠÍ ČINNOSTÍ OBŽIVY

Minimální záloha pro osoby samostatně výdělečně činné, které své podnikání vykonávají jako vedlejší činnost (například podnikají při zaměstnání, v důchodu, na mateřské či při pobírání rodičovského příspěvku), se vypočítá jako 29,2 % z jedné desetiny průměrné mzdy (minimální měsíční vyměřovací základ pro vedlejší činnost), tedy jako 29,2 % z částky 3 484 Kč (zaokrouhlujeme na celé Kč nahoru). Pro letošní rok tedy bude platit minimální záloha ve výši 1 018 Kč.

Roční minimální vyměřovací základ u vedlejší činnosti, která trvala po celý kalendářní rok, tedy všech 12 měsíců, odpovídá částce 41 808 Kč (3 484 Kč × 12). Pokud by činnost netrvala celý rok, násobí se minimální vyměřovací základ jen počtem měsíců, ve kterých činnost skutečně trvala.

VÝVOJ MINIMÁLNÍ MĚSÍČNÍ ZÁLOHY U SOCIÁLNÍHO POJIŠTĚNÍ

Rok	2019	2020
Průměrná mzda	32 699 Kč	34 835 Kč
Minimální záloha – hlavní činnost	2 388 Kč	2 544 Kč
Minimální záloha – vedlejší činnost	955 Kč	1 018 Kč

V případě, že je Váš vyměřovací základ nižší než stanovený minimální vyměřovací základ, platí pro Vás právě ten minimální a Vy budete platit také jen minimální zálohu na pojistné.

Každý má asi snahu platit co nejméně, ale nezapomeňte, že platby sociálního pojištění ovlivňují výši Vašeho důchodu

Důchod se totiž od roku 1986 počítá na základě rozhodných příjmů. Roční vyměřovací základy se přepočítají pomocí koeficientů na osobní vyměřovací základ neboli průměrnou hrubou mzdu za odpracované roky. Vyměřovacím základem za rok 2020 bude u OSVČ částka, z níž bude sociální pojištění zapláceno, tedy vyměřovací základ v přehledu o příjmech a výdajích za rok 2020. Při minimálních zálohách u sociálního pojištění musíte počítat s nízkým státním důchodem, podle současného výpočtu zhruba 8 000 až 9 000 Kč v závislosti na konkrétním průběhu pojištění.

ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ V ROCE 2020

Vyměřovací základ pro výpočet záloh zdravotního pojištění tvoří jednu polovinu dosažených příjmů po odečtení výdajů, ať už skutečně vynaložených, nebo uplatněných paušálů. Sazba zdravotního pojištění je pak 13,5 %. Násobí se částkou vyměřovacího základu, který nemůže být nižší než minimální vyměřovací základ odvozený od průměrné měsíční mzdy, tj. 34 835 Kč. Polovina průměrné mzdy činí 17 417,50 Kč,

po zaokrouhlení 17 418 Kč.

Výši minimální zálohy tedy získáme: $17\,418 \times 13,5 = 2\,351,43$. Po zaokrouhlení na celé koruny nahoru je to 2 352 Kč, přičemž v roce 2019 byla minimální záloha jen 2 208 Kč. Příčinou zvyšování minimálních záloh je růst průměrné mzdy. Maximální vyměřovací základ není u zdravotního pojištění určen.

Zálohu na zdravotní pojištění musíte zaplatit vždy do 8. dne následujícího měsíce. Pozor, nová výše minimální zálohy se platí (na rozdíl od zálohy na sociální pojištění) vždy od ledna. Pokud už nyní platíte vyšší než minimální zálohu, změní se Vám záloha až po podání Přehledu OSVČ za rok 2019. Ten musíte odevzdat nejpozději do měsíce po podání daňového přiznání. Jinými slovy, když nyní platíte třeba 4 148 Kč, budete stejnou částku platit i v prvních měsících roku 2020, do odevzdání přehledu o příjmech a výdajích za rok 2019. Novou výši měsíční zálohy budete platit až po tomto odevzdání a její výše se bude odvíjet od Vašeho dosaženého hrubého zisku za rok 2019.

VÝVOJ MINIMÁLNÍ MĚSÍČNÍ ZÁLOHY U ZDRAVOTNÍHO POJIŠTĚNÍ

Rok	2019	2020
Minimální vyměřovací základ	16 350 Kč	17 418 Kč
Minimální záloha	2 208 Kč	2 352 Kč

ZÁLOHY NA ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ U VEDLEJŠÍ ČINNOSTI

Jestliže je podnikání pouze vedlejší činností Vaší obživy, tedy pokud podnikáte například při mateřské či rodičovské dovolené, práci nebo jste v důchodu, minimální vyměřovací základ se na Vás nevztahuje. Zálohy na zdravotní pojištění musíte platit až od druhého roku podnikání, a to jen ze skutečně dosaženého zisku z předchozího roku. Zaměstnanci, kteří podnikají na vedlejší činnost, nemusí platit zálohy vůbec, pojistné odvozené ze skutečného zisku doplatí vždy až po podání přehledu o příjmu.

Zdroj: Redakce s použitím podkladů ze zdravotních pojišťoven, ČSSZ a webu Měšec.

„MLETÁ VANILKA“ SE SYNTETICKÝM ETHYLVANILINEM

SZPI zjistila v tržní síti nevyhovující potraviny označenou: Bourbon vanilka mletá, datum minimální trvanlivosti do 14. 5. 2021, bio nebio s.r.o., Průmyslová zóna 103, 26751 Bavoryně ČR, země původu: Indonésie.

Širokospektrální analýza v předmětné šarži potraviny prokázala přítomnost látky ethylvanilin v množství 144 miligramů na kilogram (mg/kg). Vzhledem k tomu, že informace uvedené na obalu odkazovaly pouze na vanilku přírodního rostlinného původu, původem z Indonésie, a přítomnost syntetické látky nebyla na obalu uvedena, údaje na potravině byly zavádějící a klamaly spotřebitele. Došlo tím k porušení nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011, o poskytování informací o potravinách spotřebitelům.

Inspektoři SZPI odebrali potraviny prostřednictvím kontrolního nákupu realizovaného na e-shopu www.kitchenette.cz, provozovaném společností KITCHENETTE s.r.o., a dalším šetřením vyplynulo, že výrobcem potraviny je společnost bio nebio s.r.o. a dodavatelem suroviny je dle nabývacího dokladu společnost Božské příchute s.r.o. S kontrolovanými osobami SZPI zahájí správní řízení o uložení pokuty.

Vanilka je nákladná komodita a zjištění jejího falšování různými způsoby nejsou v zahraničí ojedinělé, mj. byl zaznamenán případ, kdy výrobce z vanilkového lusu nejprve extrahoval vanilin, lusk poté naložil do lázně se syntetickým vanilkovým aroma a následně jej nabízel jako čistě přírodní produkt.

DŮRAZNÉ UPOZORNĚNÍ SZPI ONLINE PRODEJCŮM TABÁKOVÝCH VÝROBKŮ

Žádný z prověřovaných internetových prodejců tabákových výrobků, které v rámci cílené kontrolní akce prověřovala SZPI, nesplnil všechny zákonem stanovené podmínky při ověřování věku nakupujících. Celkem 11 kontrolních nákupů, při kterých Potravinářská inspekce spolupracovala i s nezletilými

mi figuranty, ukázalo, že všichni prověřovaní prodejci porušili právní předpisy a většina prodejců nedostatečně ověřila věk nakupujících a umožnili tak nákup tabákových výrobků na internetu i nezletilým osobám.

V rámci kontroly SZPI zjistila mj. následující nedostatky:

V 9 případech inspektoři SZPI zjistili, že e-shop není vybaven povinným systémem jednoznačně ověřujícím věk nakupujících. Někteří prodejci ponechávali ověření věku až na dopravce při předání zásilky nebo spoléhali na formální potvrzení věku nakupujících. Za dostatečné nelze považovat zaškrtnutí políčka „je mi 18 let“, zadání data narození ani podobné nejednoznačné způsoby ověření věku.

Ve 3 případech nedošlo k ověření věku kupujícího při předání zásilky tabákových výrobků.

V 5 případech prodejci nesplnili povinnost oznámit systém ověření věku do registru Ministerstva zdravotnictví.

Ve 2 případech absentovala v e-shopu informace o zákazu prodeje tabákových výrobků osobám mladším 18 let.

Podmínky pro prodej tabákových výrobků na dálku (např. prostřednictvím internetu) stanovuje zákon č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek. Zákon jednoznačně stanovuje požadavek na elektronické ověření věku nakupujících a SZPI považuje za splnění tohoto požadavku následující způsoby:

- systém mojeID (příp. jeho obdoby),
- ověření věku dle průkazu totožnosti při registraci učiněné osobně,
- prostřednictvím redukované kopie průkazu totožnosti (údaje nesloužící identifikaci osoby a věku jsou anonymizovány),
- jiný hodnověrný a jednoznačný způsob (např. listinný dokument ověřený na Czechpoint, je-li z něj patrná identita osoby a její věk).

Ostatní způsoby, např. zaškrtnutí políčka „Je mi 18 let“, nejsou považovány za dostatečné. SZPI rovněž zdůrazňuje, že ověření věku nakupujících je vždy vyžadováno ve 2 krocích: při nákupu na internetu a při převzetí od zásilkové služby (nebo při osobním převzetí).

Vodítko sumarizující povinnosti vyplývající ze zákona č. 65/2017 Sb. pro prodejce tabákových výrobků zveřejnila SZPI na svých webových stránkách. Kontrolovaným osobám Potravinářská inspekce uložila provést neprodlenou nápravu nevyhovujícího stavu a zahájí s nimi správní řízení o uložení pokuty. Vzhledem ke zcela neakceptovatelným výsledkům kontrolní akce bude SZPI v kontrolách segmentu pokračovat.

KONTROLA BURČÁKŮ 2019 PŘINESLA VYŠŠÍ POČET NEVYHOVUJÍCÍCH VZORKŮ

Výsledky kontrol burčáku a částečně zkaženého hroznového moštu (ČZHM) v prodejní sezoně 2019 ukázaly vyšší počet nevyhovujících vzorků i vyšší míru závažnosti zjištěných pochybení (přídavek vody, nadlimitní přicukření) než v předchozích letech.

V loňské sezoně inspektoři Státní zemědělské a potravinářské inspekce (SZPI) prověřili celkem 290 prodejních míst burčáku a ČZHM. V 61 případech inspektoři přistoupili k odběru vzorku pro analýzu v laboratoři.

Komplexní laboratorní analýza prokázala nevyhovující parametry u 10 vzorků, přičemž v některých případech vzorek nevyhověl ve více hodnocených znacích. Rozbor prokázal pochybení u následujících parametrů:

- Nepovolený přídavek vody (falšování, prokázán přídavek tzv. exogenní vody) – 3 případy
- Nadlimitní obohacení přidaným cukrem – 3 případy
- Neodpovídající objem – 1 případ



- Nadlimitní obsah alkoholu – 2 případy
- Podlimitní obsah alkoholu – 2 případy

Přehled všech kontrolovaných subjektů a odebraných vzorků najdete na <https://www.szpi.gov.cz/>

Inspektoři uskutečnili kontroly u prodejců i u výrobců, a to zejména u těch, jejichž vzorky v minulosti nevyhověly požadavkům právních předpisů, a u nových dosud neproověřených prodejců, kde převládá stánková forma prodeje. Tyto odběry se ve zvýšené míře uskutečňují i na základě podnětu spotřebitele.

V předchozí sezoně 2018 inspektoři odebrali k laboratornímu rozboru 44 vzorků a nevyhovělo 5 z nich, v roce 2017 bylo laboratorně hodnoceno 51 vzorků, ze kterých nevyhově-

lo 7, a v roce 2016 bylo laboratorně hodnoceno 69 vzorků, ze kterých nevyhověly 4.

Při kontrole burčáku a ČZHM se SZPI mj. zaměřuje na tzv. senzorické požadavky – inspektor na místě hodnotí chuť, vůni a barvu nápoje, řádné označení zboží pro spotřebitele, odpovídající průvodní dokumentaci dokládající původ zboží a hygienu prodeje. Při odběru vzorku laboratoř SZPI v Brně prostřednictvím hodnot izotopových poměrů stabilních izotopů vodíku měřených na nukleární magnetické rezonanci a izotopových poměrů stabilních izotopů kyslíku a uhlíku měřených na hmotnostním spektrometru proěřuje geografický původ hroznů, ze kterých byl burčák vyroben. Dále je sledována např. přítomnost syntetických barviv, ethanolu

z přidaného cukru, množství přidané vody, obsah alkoholu, obsah oxidu siřičitého aj.

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

Zdroj: SZPI (upraveno, kráceno)

Provozovna – místo kontroly	Výrobce*	Dodavatel*	V/N**	Důvod laboratorního nevyhovění
Moravská Vinotéka Mojmirák s.r.o., Mojmírovo náměstí 24/26, 612 00 Brno	Vinařství Červinka, spol. s r.o., Horní Věstonice	Vinařství Červinka, spol. s.r.o., Horní Věstonice	N	Skutečný obsah alkoholu (8,5 % alk. obj.)
Ilona Malíková, Masarykovo náměstí 205, 763 61 Napajedla	Ing. Petr Marada, Mikulčice 598, 696 19 Česká republika	—	N	Přídavek vody (13 %)
Binhtien, s.r.o., Zborovská 103, 768 02 Zdounky	Plněno: Vinařství Modrý Hrozen s.r.o., Nám. Svobody 883, 687 08 Buchlovce	Ráj Vína s.r.o., Lannova 2061/8, 110 00 Praha 1	N	Ethanol z přidaného cukru (5,92 %)
Chovanec V.I.N.A., s.r.o., Zelný trh, 602 00 Brno	Chovanec V.I.N.A. s.r.o., Horní Věstonice, Česká republika	Chovanec V.I.N.A. s.r.o., Horní Věstonice, Česká republika	N	Ethanol z přidaného cukru (3,17 %)
JAN MATOUŠEK, U Venuše, Horní 691 81 Věstonice	Jan Matoušek, Perná, Česká republika	Jan Matoušek, Perná, Česká republika	N	Ethanol z přidaného cukru (4,5 %), přídavek vody (21 %)
VELBUR s.r.o., Kutnohorská 226, 500 04 Hradec Králové	Mitoma Vrbice s.r.o., Vrbice 421	—	N	Objem (1 244 ml)
Pizza Express CZ Ltd. – Czech Republic branch, organizační složka, Žižkova 515, 541 01 Trutnov	Vinařství Petr Marada	Velkoobchod vín s.r.o., V Aleji 1354, 290 01 Poděbrady	N	Skutečný obsah alkoholu (0,6 % alk. obj.)
VELBUR s.r.o., Poděbradská 297, 530 09 Pardubice	Mitoma Vrbice s.r.o.	—	N	Přídavek vody (16 %)
OstraWina company a.s., Grmelova 2032/2, 709 00 Ostrava- -Mariánské Hory a Hulváky	Pavlovín spol. s r.o., Hlavní 666, 691 06 Velké Bílovice	OstraWina company a.s., Cihelní 3286, 702 00 Ostrava	N	Skutečný obsah alkoholu (9,5 % alk. obj.)
VELBUR s.r.o., Rokycanská, 312 00 Plzeň	VINNÝ DŮM spol. s r.o., 696 81 Bzenec-Důbrava 1605	VELBUR s.r.o., Bělehradská 23, 120 00 Praha 2	N	Skutečný obsah alkoholu (0,2 % alk. obj.)

* dle průvodní dokumentace ** vzorek vyhověl/nevyhověl v testovaných parametrech při laboratorním rozboru

JAK NA KRIZI PRODEJEN V OBCÍCH?

Již několik let se pravidelně účastním konferencí týkajících se maloobchodního trhu potravin, abych se seznámil s novými trendy. Prodej potravin se mění, tak jako skoro vše kolem nás. Digitalizace pronikla do všech oblastí našich životů a data nás ovládají – a to se týká i prodeje potravin. Nebo si myslíte, že EET a všechny ty statistiky a formuláře jsou něco jiného?

Slouží ale veškerá sebraná data skutečně svému prvotnímu účelu? Zabývá se vůbec někdo jejich analyzováním? Vše se kolem nás zrychluje. Ale co my, lidé? Stíháme tempo, které nám stávající technologie umožňují? Osobně se domnívám, že ne. Člověk se mění, ale ne dost rychle. Zkusme si pro srovnání představit, jak se žilo před sto lety, v době našich pradědů. Na jedné straně to není zase tak dávno, ale na druhé straně s informacemi a technologiemi, které dnes běžně používáme, je to větší skok, než jaký se odehrál za předcházejících tisíc let.

Moderní technologie je určitě dobrý služebník, ale také nebezpečný pán. Mimo jiné nás ochuzuje o lidský kontakt. Není to tak dávno, kdy se lidé více osobně potkávali a měli na sebe čas. Dnes stále někam spěcháme, píšeme si e-maily a v lepším případě si zatelefonujeme. Ale není právě osobní, bezprostřední kontakt a vzájemná komunikace tím, co dělá člověka člověkem? Jsem přesvědčen, že tomu tak je.

Ale uvědomuje si to náležitě dnešní společnost a její politici? Obávám se, že nikoliv: pokud by si toho totiž byli dostatečně vědomi, musela by možnost setkávání lidí být jednou z jejich priorit. Jinými slovy, podporovali by místa, kde se lidé tradičně bezprostředně potkávali. Takovými místy byly po celá staletí kostel, hospoda a obchod. Na každé vesnici a v každé městské čtvrti se tam domlouvaly vzájemné výpomoci, lidé si předávali důležité i zcela nedůležité informace a udržovali lidskou soudržnost.

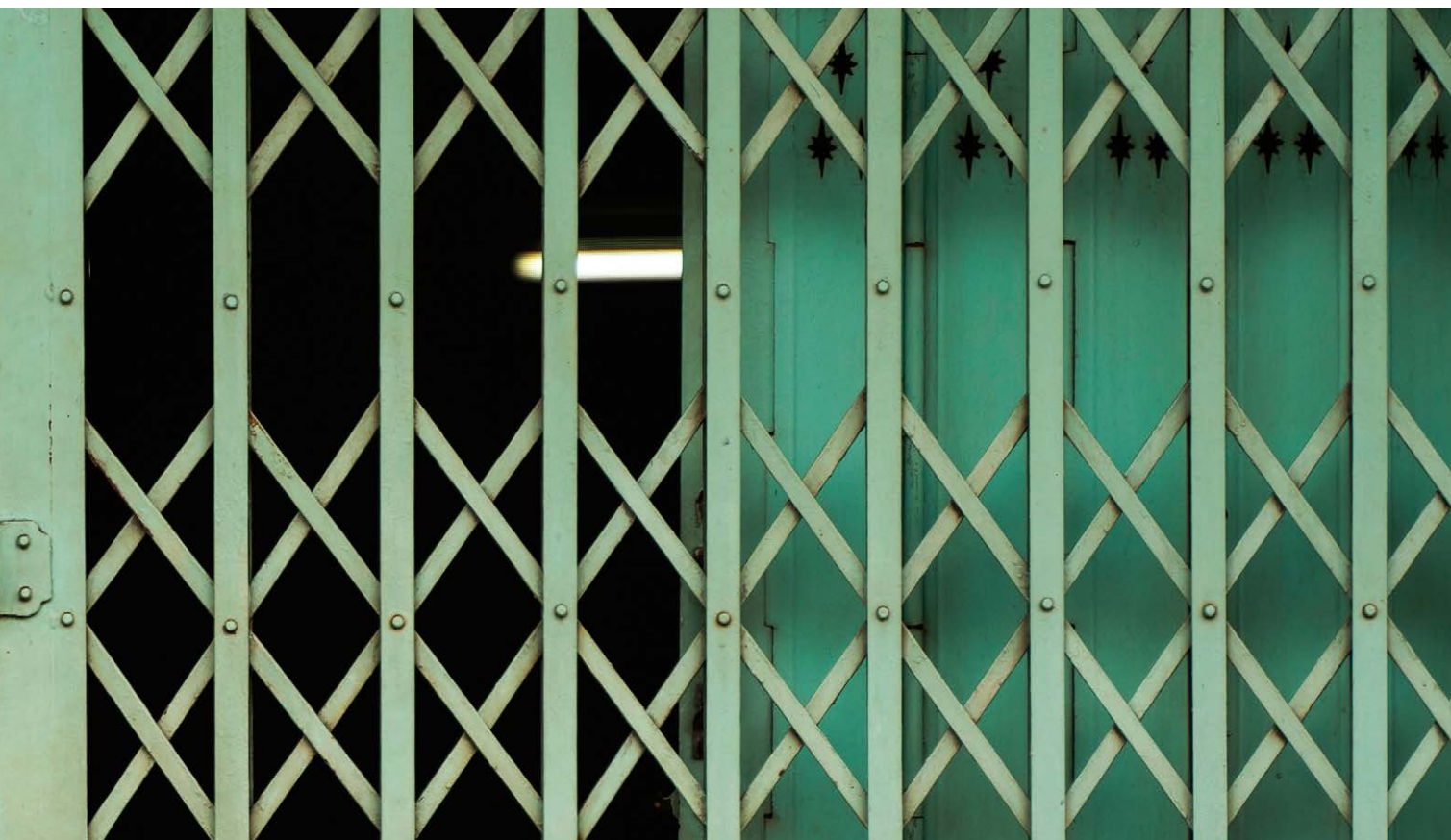
Co nám z toho zbylo? Pominu-li nyní význam kostela pro společnost, tak další obvyklé místo pro setkávání – hospody se podařilo z mnoha vesnic vypudit, a to mnohdy zbytečně restriktivními zásahy státu do podnikání (jako např. velmi přísný protikuřácký zákon, zavedení EET, složitý systém zdanění nabízených nápojů a jídel a v neposlední řadě velká byrokratická a legislativní zátěž a stálá hrozba různých kontrol a pokut). S obchodem s potravinami je to skoro stejné. A já tvrdím, že vesnice, kde není fungující hospoda, obchod a popřípadě i kostel, je vlastně polomrtvá.

Avšak nemá cenu si jen stěžovat. Je třeba i něco dělat. Kromě zákonodárců má jednu z hlavních odpovědností i místní samospráva. Ta by si měla tuto skutečnost uvědomovat více než jiní, protože její volení členové jsou obyvateli daného místa.

Obec je totiž ze zákona povinna zajistit svým obyvatelům základní obslužnost – a do té patří i zásobování potravinami. Takže obchod s potravinami je pro obec nejen potřebou, ale i nutností. Proto by se také správně měla obec snažit obchod udržet, a to i za cenu nějaké formy podpory.

Problém je však ještě jiný, a to v samotných zákaznících. Protože pokud zákazníci do obchodu nechodí nakupovat, je i tato podpora ze strany obce pouhým živořením. Řešení závisí z části na vnímání společnosti a solidarity a z části na samotném obchodníkovi, protože právě on může významně ovlivnit, zda a kolik zákazníků k němu přijde.

Proč vnímání společnosti? Protože pokud budou živnostníci (a tedy i obchodníci) prezentováni jako potenciální neplátiči daní, kteří jen okrádají stát, a tato představa bude v občanech dostatečně dlouho udržována, začnou tomu věřit a na každého obchodníka či hospodského se budou dívat s nedůvěrou. Proč tento problém nemají velké zahraniční řetězce? To je jednoduché: protože jsou to „anonymní“ společnosti, za kterými si žádný zákazník nikoho konkrétního nepředstaví, a miliardy, které tyto společnosti odvádějí svým matkám do zahraničí namísto toho, aby zůstaly u nás v republice a sloužily dál všem jejím obyvatelům, jsou pro nás tak veliká čísla, že je ani nejsme schopni vnímat. Oproti tomu obchodník, který je v naší



vesnici a vidíme ho každý den, je někdo, koho můžeme pozorovat a soudit. A pokud si tento obchodník třeba „dovolí“ pořídit nové auto, hned se najdou zákazníci, kteří k němu přestanou chodit, protože to má přece z jejich peněz a kdo ví, jak k tomu přišel, vždyť v televizi říkali, že „kradou a šidí na daních“. A proč tedy on by měl mít něco, co oni sami nemají? Prostá lidská závist. Týž zákazník pak ale utratí své peníze v zahraničním řetězci a vůbec nepřemýšlí nad tím, že z jeho peněz si jiní nepořizují jen auta, ale rovnou celé „paláce“. To však tohoto zákazníka netrápí, protože „co oči nevidí, to srdce nebolí“.

Změna smýšlení lidí bude nepochybně výrazně složitější než změna zákona. Dokud si však naše společnost nebude živnostníků opět dostatečně vážit, těžko se něco změní. Podnět musí přijít v první řadě od politiků a našich představitelů – nesmíme totiž zapomínat, že právě střední stav, do něhož živnostníci a drobní podnikatelé patří, byl základem každé společnosti v lidských dějinách. A moderní společnost se pozná právě podle toho, že si váží lidské práce a chrání slabší proti silnějším. Až si toto bude většinová společnost opět myslet, bude u nás lépe.

Rád bych uvedl příklad. Před dvěma lety jsem byl na návštěvě u přátel ve Švýcarsku v malé vesnici poblíž menšího města. V obci je malý obchod s potravinami. Ob-

chodu se nedařilo, protože většina obyvatel ho využívala jen málo a jezdili do dvou supermarketů a dalších obchodů v blízkém městě. Majitel zašel za místní samosprávu a veřejně požádal své spoluobčany, aby u něj začali více nakupovat, protože jinak bude muset během krátké doby obchod zavřít. Lidé v obci si i na apel samosprávy uvědomili, že je velkou výhodou moci si jít nakoupit doslova v pantoflích bez nutnosti sedat za volant, a přesunuli část svých nákupů do místního obchůdku i přesto, že zboží vychází o něco draž než v supermarketu. Větší nákupy dále řeší ve městě, ale nikoho už nenapadne jezdit si ráno pro pečivo, uzeniny nebo čerstvé mléko apod. Obchod se tak podařilo udržet. To je hezký konec příběhu.

Má to ale ještě jedno důležité „ALE“. Místní by do obchůdku znovu a častěji chodit nezačali, kdyby v minulosti nebyli s obchodem spokojeni. Kdyby jejich zážitek byl dříve negativní, zřejmě by žádný apel nezafungoval. A tady se dostáváme k tomu téměř nejpodstatnějšímu.

Nejdříve si položíme otázku, co vlastně zákazník v obchodě očekává. Nepochybně chce levně nakoupit kvalitní zboží v příjemném prostředí. Abyste mohli nabídnout zboží levněji, v tom Vám mohou pomoci různé obchodní aliance (například Obchodní aliance JAVOR). Kvalita zboží už je věc, která záleží na dodavateli. Tady je třeba si

najít vlastní cestu – nemá cenu pokoušet se srovnávat se zahraničními řetězci a nabízet pouze to samé, ale naopak dokázat se v pozitivním smyslu odlišit. A pak je tu vlastní zážitek při nakupování, který poslední dobou podle všech výzkumů začíná být pro zákazníky stále důležitější.

Když se vrátím k onomu malému švýcarskému obchodu, zaujalo mě hned ve dveřích, že nebyl zbytečně přeplněný zbožím, ale bylo tam vše potřebné pro denní nákupy, především výběr dobrého pečiva, kvalitních uzenin, mléčných výrobků a lahůdek a samozřejmě ostatních základních věcí, jako jsou nápoje, mražené zboží či základní drogerie. Není třeba, aby byl výběr široký, ale měl by být kvalitní. A když je něco kvalitní a jiné než to, co má každý druhý obchod, je zákazník ochoten akceptovat i o něco vyšší cenu. Další pozitivní vjem jsem měl z toho, že obchod byl světlý, příjemně voněl čerstvým pečivem a uzeninou a hlavně v něm byla usměvavá prodavačka, se kterou byla radost komunikovat.

A přesně to očekává i Váš zákazník. To je Vaše zbraň v konkurenčním boji. Tak se jí chopte. A nezapomeňte, že zákazníci nejen očekávají zážitek z nakupování, ale Váš obchod je pro ně i důležitým místem setkávání a výměny informací s ostatními spoluobčany – tak jim toto zkuste zpříjemnit. Pak k Vám budou chodit ještě raději. ■

Ing. Mgr. Robert Bárta, ředitel Obchodní aliance Javor

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
02. 03. 2020	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	01/20
02. 03. 2020	daň z příjmů	podání vyúčtování daně z příjmů ze závislé činnosti	2019
11. 03. 2020	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	01/20
16. 03. 2020	daň z příjmů	čtvrtletní záloha na daň	1Q/20
20. 03. 2020	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	02/20
20. 03. 2020	daň z příjmů	elektronické podání vyúčtování daně z příjmů ze závislé činnosti	2019
25. 03. 2020	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	02/20
25. 03. 2020	DPH	souhrnné hlášení	02/20
25. 03. 2020	DPH	kontrolní hlášení	02/20
25. 03. 2020	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	02/20
25. 03. 2020	spotřební daň	daňové přiznání	02/20
25. 03. 2020	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	02/20
26. 03. 2020	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	01/20
31. 03. 2020	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	02/20
01. 04. 2020	daň z příjmů	podání vyúčtování daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	2019
01. 04. 2020	daň z příjmů	podání přiznání k dani a úhrada daně, nemá-li poplatník povinný audit a přiznání zpracovává a předkládá sám	2019
09. 04. 2020	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	02/20
15. 04. 2020	silniční daň	záloha na daň	1Q/20
20. 04. 2020	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k MOSS	—
20. 04. 2020	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	03/20
24. 04. 2020	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	02/20
27. 04. 2020	daň z hazardních her	daňové přiznání a splatnost daně	1Q/20
27. 04. 2020	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	1Q /20 a 03/20
27. 04. 2020	DPH	souhrnné hlášení	1Q /20 a 03/20
27. 04. 2020	DPH	kontrolní hlášení	1Q /20 a 03/20
27. 04. 2020	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	03/20
27. 04. 2020	spotřební daň	daňové přiznání	03/20
27. 04. 2020	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů za březen 2020 (pokud vznikl nárok)	03/20
30. 04. 2020	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	03/20
30. 04. 2020	energetické daně	podání oznámení o splnění povinnosti zajistit minimální množství biopaliv a splatnost související jistoty	—

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



Světově proslulý ležák z Českých Budějovic



*Budějovický
Budvar*



MULTIFUNKČNÍ PLATEBNÍ TERMINÁLY ZA MIMOŘÁDNĚ VÝHODNÝCH PODMÍNEK



poplatek
pod 1 %

- ✓ 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**



JAVOR

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

Yarych

Společnost Yarych je silnou kombinací moderní technologie, nekompromisní kvality a know-how, jak vyrobit perfektní sušenky a krekry.



THE Crackers



Winx Club™
© 2003-2019 Rainbow S.p.A.
All Rights Reserved.
Series created by Iginio Straffi
www.winxclub.com

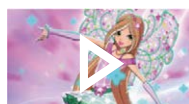
MERCHANDISING LICENSE AGREEMENT
For sale in Czech Republic,
Slovakia, Poland, Ukraine and Belarus



1
Kupte si balení sušenek
Yarych s Winx



2
Nasměrujte chytrý telefon
na balíček



3
Sledujte video dárky
se svými přáteli

PETIT BEURRE



*Stvořeno
ke kávě i čaji*



novinka



obsah kakaa 5,1% !!!



Výhradní distributor pro Českou a Slovenskou republiku:
A-GROSS OLOMOUC-HOLICE spol. s r.o. | Přerovská 62 B,
779 00 Olomouc-Holice | info@chutnaskvele.cz
+420 777 465 811 | +420 608 889 487

www.chutnaskvele.cz

**ZAŽEŇTE
SVOU ŽÍZEŇ
PO PŘÍRODĚ**

NATURA™

Pro objednávky volejte Coca-Cola HBC **283 015 666**
(nebo svého obchodního zástupce).

ODKOLEK

OD ROKU 1850

**NENÍ CHLEBA
JAKO CHLEBA**



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), Edenred 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 vyplacených 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., Edenred 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 ALIANCI JAVOR**



OBCHODNÍ ALIANCE
JAVOR

PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

Výherci a úspěšnými luštiteli křížovky z minulého čísla s tajenkou „ZDRAVÍ A PROSPERITU VÁM PŘEJÍ OBCHODNÍKŮV RÁDCE A JAVOR“ jsou:

Monika Mikešková, Rusava
 Taťána Osadníková, Vávrovice
 Mgr. Lukáš Juríček, Bohunovice
 Vlasta Bogdanová, Raspenava
 Jana Kratochvílová, Olomouc-Holice
 Věra Břízová, Havlíčkův Brod
 Jana Šuráňová, Rokytnice
 Věra Pojmanová, Havlíčkův Brod
 Josef Prokeš, Kněžice okr. Nymburk
 Ladislava Příbylová, Čachovice



©2020 Design & DTP Hemispheres C&A Agency Ltd., org. sl. v ČR | www.hemispheres.cz

©2020 Vydává Lampyris Project, s.r.o., divize Publishing | www.lampyris-publishing.cz

Technické specifikace inzerce naleznete na stránkách vydavatele.