

# OBCHODNÍKŮV RÁDCE

PRO TRADIČNÍ  
MALOOBCHOD  
03+04 | 2024  
ROČNÍK IX

## z obsahu

Větší optimismus v obchodech (4)

Efekt cenových akcí stále roste,  
nejvíce u mladých (5)

Informace na obalech potravin:  
co očekávají spotřebitelé? (6)

V retailu by se mělo blýskat  
na lepší časy (8)

Snídaně a svačina: pečivo  
celozrnné, více cereálií (10)

Čaj a káva: Češi jsou náročnější (12)

Snazší život pro podnikatele (16)





# RATAR

## INTENZIVNĚ HOŘKÝ LEŽÁK



# PODÍVEJ SE MU ZNOVU DO OČÍ

**18+** POUZE PRO STARŠÍ 18 LET  
www.napivosrozumem.cz

### PROHLÁŠENÍ O GDPR

Vážení čtenáři,

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

Vaši poštovní adresu používáme pouze k zasílání tohoto časopisu. Kromě smluvní distribuční společnosti ji nepředáváme žádné třetí straně a ctíme zásady zpracování 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 rozeslání 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

### OBCHODNÍKŮV RÁDCE

časopis pro tradiční maloobchod  
ročník IX, 3. a 4. číslo 2024 / dvouměsíčník

vedoucí redakce a příjem inzerce  
Ing. Mgr. Daniela Řepová  
repova@lampyris-publishing.cz

design  
Hemispheres C&A Agency Ltd., org. sl. v ČR

DTP  
Marie Baštová  
LA TAUPE, s.r.o.

vydavatel  
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

distribuce SEND Předplatné spol. s r.o.

registrační značka MK ČR E 22338



úvodní slovo

Vážené a milé čtenářky a čtenáři,

léto uběhlo neuvěřitelným tempem a podzim se přihlásil o slovo. Sluníčka a tepla jsme si tentokrát užili ve značně míře, ale teď je na čase připravit se na několik měsíců, kdy obojího bude asi pomálu. Patříte-li mezi houbaře, čeká Vás letos ještě mnoho radosti a zábavy, zdá se, že v lesech se ukrývá obrovská úroda hub všech možných druhů.

My jsme pro Vás v tomto čase připravili podzimní číslo našeho časopisu a vy se můžete těšit na mnoho zajímavých informací. Podívali jsme se detailněji na téma „snídaně a svačiny“. Budete si moct přečíst, jaké jsou nejnovější trendy v této oblasti, co nejvíce zajímá při nákupu snídaní a svačin spotřebitele. Samozřejmě ani tentokrát nebude chybět pár zdravých receptů pro Vaši inspiraci. Blíže se podíváme i na téma čaje a kávy a na to, jak jsou na tom Češi s oblibou těchto teplých nápojů a jaké druhy nejvíce vyhledávají a co se za poslední roky v tomto segmentu změnilo.

Dále jsme se zaměřili na to, jaká je momentálně situace v českém retailu a jak se mění nálada zákazníků. Věnujeme se nákupnímu chování spotřebitelů a vy zjistíte například, jaký efekt mají různé cenové akce a jak je zákazníkům co nejlépe podat nebo jak můžou nakupování ovlivnit například obaly potravin a co na nich chtějí najít spotřebitelé nebo jak se

vyznat v nejrůznějších etiketách. Dozvíte se, jestli je papírový leták stále nejoblíbenější a že kvůli akcím spotřebitelé v Česku navštíví i více obchodů v jednom období, aby využili většího množství slev. Přesto se dá hovořit o tom, že se v retailu blýská na lepší časy. Zákazníci jsou opět ochotni více utrácet a častěji sahají po kvalitnějším sortimentu.

Na dalších stránkách se věnujeme tzv. podnikatelskému balíčku, který připravilo Ministerstvo průmyslu a obchodu, najdete zde přehledně uvedené všechny změny, který přináší. Navazujeme informacemi ze Státní zemědělské a potravinářské inspekce, která upozorňuje na klamání spotřebitelů a nebezpečné a nejakostní potraviny, které by se rozhodně neměly objevit na Vašich pultech. Následuje daňový kalendář, ve kterém jsou přehledně uvedeny všechny povinnosti, které jako podnikatelé můžeme mít.

V inzertní části stojí za to prohlédnout si prezentace našich inzerentů a Vašich stávajících či potenciálních dodavatelů, přinášíme Vám jejich novinky nebo stálice z jejich nabídky produktů a služeb. A končíme s tradiční sudoku, při jejímž doplňování se můžete příjemně a užitečně rozptýlit.

Za redakci přeji příjemný a barevný podzim

Ing. Mgr. Daniela Řepová





## VĚTŠÍ OPTIMISMUS V OBCHODECH

Do českých obchodů se začíná vracet optimismus. Zákazníci oceňují konec ekonomické krize a začínají více utrácet, častěji sahají po kvalitnějším zboží a mírně klesá podíl slevových akcí, který v posledních letech stále rostl. To jsou tři hlavní zprávy o vývoji obchodu, který na pravidelné tiskové konferenci představili Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR (SOCR ČR) a výzkumná agentura NielsenIQ (NIQ).

Z analýzy nákupního chování agentury NIQ vyplývá, že se na český trh vrací opatrný optimismus a zákazníci jsou ochotni více utrácet za kvalitnější výrobky. „Díky tomu, že zejména u potravin ceny již půl roku klesají, roste objem nákupů i jejich frekvence. Lidé se také vrací ke kvalitnějšímu zboží a rádi si za kvalitu připlatí. Naopak nechtějí platit za značkové zboží a tak dále roste podíl privátních značek. V roce 2020 tvořily privátní značky 22 % všech prodejů potravin a drogerie, aktuálně je to již 28 % a podíl dál roste,“ shrnuje současnou situaci v retailu prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Tomáš Prouza.

„Po čtyřech letech turbulencí konečně vidíme náznaky stabilizace. Rok 2024 je rokem změn, které by měly vést k rychlejšímu růstu v roce 2025. Poprvé po mnoha letech vidíme pokles promoční závislosti, i když v některých kategoriích podíl prodeje ve slevách stále přesahuje 75 % všech prodejů,“ připomíná ředitel NIQ Karel Týra.

V dalších měsících očekáváme, že objem prodejů dále poroste. Přispívá k tomu pře-

devším uklidnění inflace a zlevňování velké části potravin. „Česko je v rámci Evropské unie zemí, kde potraviny zlevňují nejrychleji, především díky rostoucímu podílu privátních značek a možnosti hledat kvalitní potraviny za co nejlepší cenu po celém evropském trhu,“ zdůrazňuje Tomáš Prouza.

Míra inflace v červnu dosáhla rovných 2 %. Co se týče cen potravin, ty jsou aktuálně o 4,2 % levnější než před rokem. K jejich meziročnímu zlevnění přitom dochází již několik měsíců v řadě. Také objem maloobchodních tržeb oproti minulému roku vzrostl, aktuálně růst tržeb dosahuje 4,4 %. Po více než rok a půl trvajících poklesech rostou nyní meziročně tržby obchodníků již několik měsíců v řadě.

Větší optimismus je vidět i v rámci rostoucích prodejů s nepotravinářským zbožím, na kterém Češi v rámci krize hodně šetřili. „Objem prodejů zboží dlouhodobé spotřeby letos rostl o 6,1%. Nejrychleji rostou tržby v oblasti elektroniky a malých domácích přístrojů,“ připomíná Karel Týra.

Aby obchod v Česku dále rostl, je potřeba konečně řešit strukturální problémy u dominantních dodavatelů. U řady komodit jsou na českém trhu často jen 2-3 dodavatele, což výrazně omezuje jejich konkurenci, protože vědí, že se bez nich žádný obchod dlouhodobě neobejde. Citlivě to vnímá i Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, který například nedávno začal prověřovat cenovou politiku hlavních českých dodavatelů nealkoholických nápojů.

Dalším tématem s velkým dopadem do cen je boj s tzv. teritoriálními omezeními obchodu, kdy velcí nadnárodní producenti potravin nebo drogerie parcelují evropský trh, pro každou zemi nastavují jinou cenovou hladinu a zneužívají svou sílu k tomu, aby donutily obchody nakupovat výhradně přes lokálního distributora. Za toto protisoutěžní chování byl například nedávno potrestán koncern Mondelez pokutou ve výši 8,3 miliardy korun. „Jsme přesvědčeni, že by se antimonopolní úřady měly tomuto tématu věnovat mnohem aktivněji, protože snaha bránit nákupům kdekoliv na evropském trhu zákazníkům zbytečně prodražuje značkové zboží,“ říká Tomáš Prouza s odkazem na studii Evropské komise, podle které 3 zákazníci v Evropě kvůli této nekalé praxi výrobců zbytečně platí o 355 miliard korun ročně víc.

„Vedle boje o co nejlepší ceny pro naše zákazníky nás v následujících měsících čeká také několik dalších velkých úkolů. Obchodníci se musí soustředit na nová pravidla pro ne finanční reporting a zejména pak na vykazování tzv. scope 3 emisí CO2 v rámci celého zemědělsko-potravinářského řetězce. Obchodníci také začínají rozšiřovat počty lokálních dodavatelů, dále bude pokračovat podpora privátních značek a rozvoj věrnostních programů. Velkým tématem dalších měsíců také bude zálohování PET lahví a plechovek a nutnost reformy zálohování pивních lahví,“ shrnuje priority dalších měsíců Tomáš Prouza.

Zdroj: SOCR ČR



## EFEKT CENOVÝCH AKCÍ STÁLE ROSTE, NEJVÍCE U MLADÝCH

### ROZHODNUTÍ NAVŠTÍVIT KONKRÉTNÍ PRODEJNU JE STÁLE ČASTĚJI OVLIVNĚNO TÍM, DO JAKÉ MÍRY DANÉ NÁKUPNÍ MÍSTO NABÍZÍ ATRAKTIVNÍ SLEVY.

Více než v minulosti podle letáků začali nakupovat hlavně mladší věkové kategorie. Potvrdil to aktuální výzkum „Leaflet Insight 2024“ agentury Incomind, zaměřující se na to, jakým způsobem české domácnosti využívají akční letáky obchodních řetězců.

Obliba slevových akcí je v Česku enormní. V žádné jiné zemi není jejich podíl na celkových prodejkách rychloobrátkového zboží tak vysoký a cenové promoce hrají stále významnější roli i v nepotravinářských kategoriích. Výzkum „Leaflet Insight 2024“ společnosti Incomind na reprezentativním vzorku české dospělé populace ukázal, že se o akce a akční letáky zajímá 91 % Čechů. „Atraktivita nabízených slev je pro zákazníky sice stěžejním, nicméně v pořadí až druhým nejvýznamnějším parametrem letáku. Tím nejdůležitějším je jeho spolehlivost, tedy reálná dostupnost promovaného zboží na prodejně,“ říká Tomáš Drtina, Managing Partner společnosti Incomind.

### KVŮLI AKCÍM NAVŠTĚVUJÍ ČEŠI I VÍCE OBCHODŮ

Podíl Čechů, kteří navštěvují (alespoň někdy) prodejny cíleně kvůli akci, vzrostl ze 73 % (údaj z podzimu roku 2022) dokonce na aktuálních 77 %. Nejvýraznější je tento podíl u nakupujících do 30 let (88 %). Třetina Čechů se na akce vysloveně zaměřuje a navštěvuje kvůli nim větší množství

obchodů, než by tomu bylo za normálních okolností. Více než polovina jejich nákupních cest směřuje do prodejny, kam by možná v ten den nešli, ale přiměla je k tomu akce v letáku. 47 % respondentů výzkumu uvedlo, že podle letáku nakupují buď výrazně či alespoň o něco více zboží, než tomu bylo před rokem. U poloviny se tento poměr nezměnil a pouhá 3 % podle letáku nakupují méně. Nejvíce vzrostla intenzita nákupů podle letáku u věkové kategorie do 30 let.

### PAPÍROVÝ LETÁK JE STÁLE NEJOBLÍBĚNĚJŠÍ

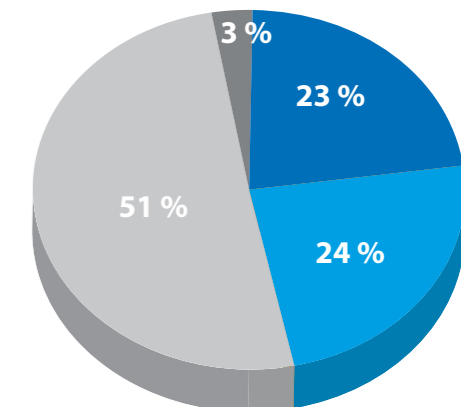
I přes mírně rostoucí zájem Čechů o sledování letáků v aplikacích či na internetu (59 % je využívá často nebo občas, vs. 55 % v roce 2022), Češi stále dávají přednost jejich papírové formě (56 % vs. 44 % pro digitální verzi). Pokud jde o vyznačce výhradně jedné formy letáků, vedou příznivci papírových letáků nad digitálními 14 % vs. 8 %. Letáky v digitální podobě jsou preferovány mladšími věkovými kategoriemi (a u nejbohatších vrstev populace), od 40 let věku již jasně převažuje preference papírových. U většiny respondentů hovoří ve prospěch papírových letáků zejména jejich lepší přehlednost a také vhodnost pro plánování nákupu. Poměr těch, kteří vnímají mobilní aplikace obchodníků pozitivně, a těch, kterým potřeba instalovat si tyto aplikace do mobilu naopak vadí, je přibližně vyrovnaný (37 % vs. 36 %).

### NEJZNÁMĚJŠÍ JE LETÁK LIDLU

Nejznámější v Česku je leták Lidlu (94% znalost, také nejčastěji spontánně

označen jako oblíbený), následovaný letáky Kauflandu (92 %) a Penny Marketu (89 %). Mezi nepotravinářskými řetězci vede leták Teta drogerie (78 %). Co se týká využívání, u papírových letáků jsou v čele Kaufland a Penny, u digitálních letáků Lidl. Z komplexního hodnocení parametrů letáků nejlépe vyšel řetězec Dr. Max (vítězí co do spolehlivosti letáku, jeho přehlednosti, a také vzhledu a kvality provedení). Velmi dobře jsou hodnoceny také Penny Market (vede v atraktivitě uváděných slev, má vhodně volenou skladbu nabídky), Lidl (mj. výborná čitelnost a přehlednost), Kaufland (vhodná skladba akčních nabídek) a Jysk (podobně jako Lidl buduje zejména v úpravě letáku).

### JAK ČEŠI NAKUPUJÍ VE SROVNÁNÍ S TÍM, JAK TO BYLO PŘÍBLIŽNĚ PŘED ROKEM



■ Podle letáků nyní nakupují výrazně více  
 ■ Podle letáků nyní nakupují o něco více  
 ■ Nic se nezměnilo  
 ■ Podle letáků nyní nakupují spíše méně

Zdroj: Retail News





## INFORMACE NA OBALECH POTRAVIN: CO OČEKÁVAJÍ SPOTŘEBITELÉ?

Rostoucí důraz na zdravý životní styl a kvalitní stravování se promítá i do toho, jaké informace spotřebitelé očekávají na obalech potravin.

Studie Ipsos Food Trends monitoruje trendy ve stravování (nejen) Čechů od roku 2019. Studie je realizována na reprezentativním vzorku populace ČR ve věku 18–65 let vždy minimálně 1 000 respondentů. Sběr dat letošního ročníku probíhal v květnu 2024.

Nejčastěji lidé na obalu hledají informaci o zemi původu výrobku. Zajímají se o to tři čtvrtiny spotřebitelů, častěji starší generace. Čtvrtina tuto informaci sleduje (téměř) při každém nákupu.

### LOKÁLNÍ PRODUKTY BUDÍ ZÁJEM

Spotřebitelé často preferují lokální produkty, které považují za kvalitnější, chtějí také podpořit lokální ekonomiku i ekologii. Informaci o tom, zda je produkt lokální, na obalu sleduje 70 % spotřebitelů, pětina pravidelně. Jedná se častěji o ženy a lidi preferující alternativní stravování (vegani, vegetariáni, pescetariáni atd.) a také lidi spadající do segmentu strávníků Mindful Eaters (viz segmentace).

### ĚČKA POD DROBNOHLEDEM

Dvě třetiny spotřebitelů sledují na obalech informaci o přítomnosti „ěček“ a dalších přídatných potravinářských látek. Důvodem je rostoucí obava o zdraví a možné negativní dopady těchto látek na organismus. Velký zájem o tuto informaci projevují Mindful Eaters.

### BÍLKOVINY, SACHARIDY A TUKY POD KONTROLOU

Dvě pětiny Čechů uvádí, že se stravují podle zásad zdravé výživy, což je nárůst oproti roku 2020. Trend zdravého životního stylu se odráží i ve zvýšeném zájmu o to, zda výrobek splňuje zásady zdravé výživy, ale i jaký má konkrétní obsah bílkovin, sacharidů a tuků. Na obalech tyto informace vyhledává minimálně polovina populace, asi pětina pravidelně. O obsah cukrů a zejména bílkovin se zajímají častěji lidé ze segmentu Food-Balanced Sportsmen – mladí, aktivní lidé, kteří si udržují optimální váhu a snaží se stravovat podle zásad zdravé výživy.

Informace o obsahu alergenů, jako je lepek, laktóza či ořechy, na obale vyhledávají dvě pětiny populace, asi desetina je vyhledává při nákupu vždy. Informace je klíčová zejména pro lidi s potravinovými alergiemi a intolerancemi.

### EKOLOGICKÝ A FÉR

Ekologické aspekty produktu (šetrnost k životnímu prostředí, ekologický obal) či zda byl výrobek vyroben za férových podmínek (označení Fair Trade) sleduje na obalech alespoň občas asi polovina populace, pravidelně asi desetina. O tyto informace se zajímají častěji ženy, mladí lidé. Častěji to také zajímá lidi ze segmentu Mindful Eaters, naopak segment Traditional Czech Eater se o ekologické aspekty příliš nezajímá. Certifikáty o ekologičnosti produktu či výrobě v souladu s férovými podmínkami mají v Česku spíše nižší znalost, nicméně povědomí v čase postupně roste.

### TRANSPARENTNOST A SROZUMITELNOST JE KLÍČOVÁ

Rostoucí důraz na zdravý životní styl, ale také množství výživových omezení (alergie, intolerance atd.) s sebou nese také vyšší zájem spotřebitelů o složení produktů a další informace. Na obalech výrobků by proto měly být uvedeny nejen v souladu s legislativními předpisy, ale také transparentně a srozumitelně tak, aby to bylo pro spotřebitele co nejjednodušší.

### IPSOS SEGMENTACE POPULACE DLE STRAVOVACÍCH PREFERENCÍ

**1. 27 % Čechů patří k segmentu Traditional Czech Eater.** Tento segment tvoří převážně starší osoby, tři čtvrtiny z nich jsou starší 35 let. Často se potýkají s obezitou. Jedním z faktorů, který k tomu přispívá, může být jejich vztah ke sportu – 35 % se nevěnuje žádným sportovním aktivitám. V tomto segmentu nejsou žádní vegani a jejich postoj k veganství je převážně negativní.

**2. Calories Careless Youth (20 %)** je nejmladší demografická skupina. V porovnání s ostatními segmenty má vyšší podíl studentů. Spolu se segmentem „Sportovců“ mají nejmenší podíl obézních jedinců, což je pravděpodobně způsobeno spíše jejich věkem než stravovacími návyky.

**3. Conscious Indulgents (18 %)** jsou větší ženy s vyšším vzděláním, které mají ve srovnání s ostatními segmenty vyšší čistě příjmy. Dvě třetiny z nich jsou ve vztahu

nebo v manželství a 58 % se alespoň jednou týdně věnuje sportovním aktivitám.

**4. Coffee as a Main Dish (14 %)** je nejstarším demografickým segmentem a na rozdíl od ostatních se skládá převážně z rozvedených osob. Patří do kategorie s nejvyšším BMI a mnozí z nich mají také tendenci vyhýbat se pravidelnému pohybu.

**5. Food-Balanced Sportsmen (14 %)** jsou druhým nejmladším segmentem. Téměř polovina z nich si udržuje ideální hmotnost. Věrní názvu svého segmentu jsou neaktivnější ve sportu – 61 % z nich se mu věnuje alespoň jednou týdně.

**6. Nejmenší skupinou jsou Mindful Eaters** – o něco častěji muži ve všech věkových skupinách. Více než polovina z nich sportuje alespoň jednou týdně.

Zdroj: Retail News

### O CO SE LIDÉ ZAJÍMAJÍ U POTRAVIN A NÁPOJŮ

informace	% lidí, kteří hledají konkrétní informace		
země původu výrobku	23	48	29
obsah potravinářských přídatných látek	23	42	35
obsah sacharidů/cukrů	22 ↑	41 ↓	37
lokální produkt	20	50	30
obsah tuku	19	44	37
obsah bílkovin	17 ↑	35	48 ↓
splňuje zásady zdravé výživy	15	43	43 ↓
obsah alergenů	12	30	58 ↓
ekologicky šetrné obaly	11	37	53
šetrné k životnímu prostředí	9	37	54
označení Fair Trade	8	34	58

■ vždy/téměř vždy ■ často ■ nikdy  
↕ významně vyšší/níží oproti roku 2022

Zdroj: Studie Food Trends 2024

## JAK SE VYZNAT V ETIKETÁCH POTRAVIN?

Ministerstvo zemědělství (MZe) připravilo sérii karet s různými druhy potravin, na kterých jsou podrobně, a přitom srozumitelně, vysvětleny údaje z potravinových etiket. Infografika je veřejně dostupná a určená především veřejnosti. Jejím cílem je usnadnit lidem nákup jídla, případně informovat i o jeho složení, kvalitě, skladování nebo původu.

Karty v publikaci Označování potravin pro spotřebitele – Infografiky detailně popisují a vysvětlují, co vše je uvedeno na obalu konkrétního druhu potravin a co to znamená.

„Infografiku jsme připravili pro spotřebitele, kteří si ji mohou vytisknout, nebo stáhnout do mobilu. Kdykoliv si tak mohou porovnat informace na potravinových etiketách a rozhodnout se i podle těchto údajů, co si nakoupí. Myslím, že kartičky s údaji mohou pomoci i ke snižování plýtvání s potravinami, protože lidé získají potřebné informace, jaký výrobek je pro ně podle svých vlastností, složení, původu nebo kvality nevhodnější,“ řekl ministr zemědělství Marek Výborný (KDU-ČSL).

Infografika obsahuje vysvětlení údajů na etiketách například mléčných výrobků, masných výrobků, sýrů, ovoci a zelenině, pečiva, džemů, uzenin, těstovin, vajec, medu, nealkoholických i alkoholických nápojů a také o hmyzu coby potravině. MZe do série přidalo i kartu věnující se

podrobnějšímu vysvětlení k tabulce výživových údajů, kterou musí povinně nést každá potravina. A rovněž kartu, která se zabývá potravinami, na kterých spotřebitel nalezne zemi původu.

Lidé se z karet například také dozvědí, že použité alergenní složky v potravinách musí být v seznamu složek povinně zvýrazněny, aby si jich spotřebitel jasně všimnul. Případně, že z čísel na skořápkách vajec

vyčtou, zda pocházejí ze snůšky ve výběhu, v hale, v kleci nebo v ekologickém chovu.

Infografika zčásti vychází z karet, které již v minulosti MZe zveřejnilo, je však doplněná o nové údaje, nové karty a starší části jsou aktualizované. Celou publikaci Označování potravin pro spotřebitele – Infografiky je zdarma k dostání na webových stránkách MZe v sekci Publikace.

Zdroj: MZE (upraveno)

### OZNAČOVÁNÍ POTRAVIN

#### JEMNÉ PEČIVO

**Informace o složení** se uvádí slovy „složený“, za kterým následují složky seřazené sestupně podle hmotnosti stanovené v okamžiku jejich použití při výrobě potraviny.

**Přidatné látky** se označují názvem funkční skupiny přídatné látky, za kterou následuje kód E-kód, nebo plný název přídatné látky.

Na etiketě se musí uvést **výživové údaje**. Od této povinnosti je osvobozeno například maso, ovoce, zelenina, nebalené potraviny, pokrmy, výrobky od malých výrobců apod.

**Údaje o čistém množství** se u jemného pečiva uvádí v gramech nebo kilogramech.

**Jméno nebo obchodní název a adresa provozovatele potravinářského podniku.** Dobrovolně zde může být uvedena i informace, zda se jedná o výrobce, prodávatele, distributora apod.

**Pro jednoznačnou identifikaci povahy potraviny musí být na obalu uveden skánový název.** Tím se rozumí název, který je definovaný právním předpisem.

**Alergenické složky** jsou ve složení zvýrazněny, aby byly viditelné od ostatních složek.

**Číslo výrobce Jemného pečiva** se může označit nebalené jemné pečivo, jehož celý technologický proces výroby od přípravy těsta až po upěčení nebo obdobnou tepelnou úpravu a uvedení na trh nebyl přerušován zvrážením nebo jinou technologickou úpravou vedoucí k produkci trvanlivosti a které je zároveň nabízeno k prodeji nepřítomně do 24 hodin po upěčení nebo obdobné tepelné úpravě.

**Označování nebalených pečákových výrobků**

- Nebalené pečákové výrobky v **větší blízkosti potravin** (např. u cenovky) označí:
  - jménem nebo obchodním názvem a adresou sídla provozovatele potravinářského podniku, který potraviny vyrobil,
  - názvem potraviny,
  - údajem o čistém množství (v případě pečákových cukrářských výrobků),
  - seznamem složek a alergenů, jde-li o potraviny nabízenou k prodeji samostatnějším způsobem.
- V blízkosti místa nabízení** nebalených pečákových výrobků se povinně uvádí:
  - alergeny,
  - datum minimální trvanlivosti,
  - další údaje (např. „s cukrem a sladidlem“).
- Na výhledě** musí být k dispozici informace o:
  - složení jednotlivých výrobků,
  - množství zdravotně škodlivých složek na základě údajů od výrobce.

Dále se u nebaleného pečákového výrobku, který byl dokončen za zvráženého polotovaru, se tam, kde je výrobek přímo nabízen k prodeji konečnému spotřebiteli, viditelně umístí **„v blízkosti názvu výrobku údaj „zvrážen“**.

U nebaleného pečákového výrobku, který byl dokončen za zvráženého polotovaru, se tam, kde je výrobek přímo nabízen k prodeji konečnému spotřebiteli, viditelně umístí i **blízkosti názvu výrobku údaj „ze zvráženého polotovaru“**.

Na etiketě můžete nalézt další údaje, jako například cena, cena za jednotku, označení typu obalu a také čárový kód, který je pozice dobovovaným údajem.

Text této karty je informativního charakteru a není právně závazný

6 | 03+04-2024 | OBCHODNÍKŮV RÁDCE – pro tradiční maloobchod

OBCHODNÍKŮV RÁDCE – pro tradiční maloobchod | 03+04-2024 | 7





## V RETAILU BY SE MĚLO BLÝSKAT NA LEPŠÍ ČASY

- Letošní rok by měly z pohledu obchodu charakterizovat zvyšující se důvěra zákazníků, růst trhu s potravinami „s sebou“ nebo aktivity obchodníků v oblasti udržitelnosti.
- Zákazníci se při nákupech více polarizují, část plánuje i nadále šetřit, část naopak opět více utrácet.
- Masivní investice retailu budou směřovat především do modernizace prodejen, alternativních prodejních kanálů nebo do potenciálu zaměstnanců.

Rok 2024 by měl vynívat z pohledu obchodu výrazně pozitivněji v porovnání s loňskem. Vyplývá to ze zprávy o obchodu s potravinami, kterou vydaly společnost McKinsey & Company a evropské sdružení obchodníků EuroCommerce. Zpráva je založena na průzkumu mezi více než 30 evropskými lídry v oblasti prodeje potravin a 12 000 spotřebiteli v 11 evropských zemích.

„Zpráva hodnotí uplynulý rok 2023 a nastiňuje výzvy pro rok 2024 spolu s klíčovými trendy, které budou v příštích letech ovlivňovat prodejce potravinářských výrobků,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, a dodal: „Rok 2023 se stále nesl především ve znamení vysoké inflace. Šetření na straně spotřebitelů vedlo i loni k poklesu reálných tržeb, které byly v uplynulém roce o 4,5 procenta nižší v porovnání s rokem 2019. Průzkum se však zaměřil zejména na velké trhy v západní

Evropě. V České republice byl propad reálných tržeb ve srovnání s obdobím před pandemií covid-19 ještě dramatictější.“

Podle publikované zprávy by se tento negativní trend měl letos obracet. Opatrné hospodářské oživení a zvyšování mezd v mnoha zemích vede ke zvyšující se důvěře spotřebitelů, přesto ještě nejde celoevropsky o zcela plošný vývoj. Část zákazníků plánuje i nadále při nákupech potravin šetřit. Část si chce naopak přilepšit. Roste tedy polarizace, naopak se vytrácí středový zákazník. Demografie a rozdíly v kupní síle obyvatelstva hrají roli při hodnocení situace v jednotlivých zemích.

Pro evropský obchod s potravinami, Česko nevyjímaje, popisuje zpráva následující klíčové trendy na rok 2024:

- Stále citelný tlak na marže obchodníků, kteří se v této souvislosti budou soustředit zejména na jednání s dodavateli, včetně účasti v nákupních aliancích.
- Celkem 45 % spotřebitelů bude i letos hledat způsoby, jak ušetřit (před rokem to bylo 51 %), naopak domácnosti s vyššími příjmy utratí více a zaměří se ve větší míře na ekologické výrobky s vyšší kvalitou.
- Růst trhu s potravinami „s sebou“ (food-to-go). Zákazníci tráví více času v pohybu a odhady růstu tohoto segmentu prodeje potravin v Evropě hovoří o 8 % v dalších pěti letech (oproti 3 % v obchodu jako celku).

- Pokračují snahy obchodníků v oblasti udržitelnosti, zejména pokud jde o snižování uhlíkových emisí. Pozornost bude nyní upřena především na emise z dodavatelského řetězce (tzv. Scope 3 emise), kde zatím žádný z obchodníků nehlásí zásadní pokrok.
- Lze očekávat širší využívání obchodních médií (retail media) mezi prodejci. Standardizace, měření dopadu či diverzifikace reklamy budou klíčovými prvky pro úspěch v této oblasti.
- Zásadní výzvu v oblasti trhu práce přináší zejména nedostatek pracovní síly. Zaměstnavatelé budou hledat způsoby, jak si déle udržet své zaměstnance a zároveň přilákat ty nové. Zaměřovat se budou na možnosti kariérního růstu i rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem.

„Je zásadní zdůraznit, že současné trendy a proměna charakteru zákazníka povedou v nadcházejícím období k potřebě masivních investic obchodníků, a to jak do modernizace prodejen, alternativních prodejních kanálů či do potenciálu zaměstnanců, které bude obchod v nadcházejících letech potřebovat,“ shrnul T. Prouza.

Plná verze zprávy se nachází na <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-grocery-europe> a na <https://www.eurocommerce.eu/the-state-of-grocery-retail/>

Zdroj: SOCR ČR (upraveno)



## ČESKÁ EKONOMIKA NABÍRÁ DECH A LEPŠÍ OBDOBÍ OČEKÁVÁ I ČESKÝ RETAIL

- Za zvýšenou spotřebou domácností budou stát hlavně nárůst reálných mezd a snižující se úrokové sazby.
- Míra inflace by se měla postupně stabilizovat, obchodníci získají více jistoty pro své plánování.
- Retail počítá s nárůstem tržeb v segmentu zboží denní i dlouhodobé spotřeby, citlivost zákazníků ve vztahu k cenám potravin však setrvá a klíčem k úspěchu bude kvalita.
- Situace na trhu práce povede ke zvýšení investic obchodníků do automatizace a technologických inovací.

Tuzemská ekonomika by během letošního i příštího roku měla zaznamenat viditelné zlepšení v mnoha klíčových ukazatelích, ať už jde o růst reálného HDP nebo růst spotřeby domácností, stejně jako o klesající průměrnou míru inflace. Vyplývá to z analýzy Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR (SOCR ČR), která shrnuje klíčová makroekonomická data vycházející z aktuálních jarních predikcí vývoje české ekonomiky a hodnotí jejich možné dopady na sektor obchodu.

„Zlepšení ekonomické situace a rostoucí reálné mzdy by měly přispět k oživení spotřebitelské poptávky, která byla v předchozích letech potlačena vysokou inflací a nejistotou.

Pevně věřím, že se už konečně začne blýskat na lepší časy. Na druhou stranu je důležité mít na paměti i možná rizika. Změny v mezinárodním ekonomickém prostředí, fluktuační v cenách komodit a geopolitické napětí mohou rychle ovlivnit ceny a dostupnost zboží, což vyžaduje také do budoucna pružnost a schopnost rychle reagovat na změny tržních podmínek,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident SOCR ČR.

Analýza SOCR ČR mimo jiné ukazuje, že stabilizace tempa růstu cen a očekávání jejího setrvání v rámci tolerančního pásma inflačního cíle České národní banky napomáhá stabilizovat náklady, což obchodu umožní plánovat s větší jistotou. Pokud inflace zůstane pod kontrolou a ekonomika bude pokračovat v růstu, dojde po dlouhém období propadů k postupnému nárůstu reálných tržeb obchodů.

„Stabilizace inflace a zlepšení ekonomického výhledu přispívají k upevnění spotřebitelské důvěry. Je patrné, že optimismus spotřebitelů výrazně stoupá, což signalizuje jejich ochotu zvyšovat výdaje do budoucna. Oživení spotřeby povede ke zvýšení tržeb, zejména v segmentech zboží dlouhodobější spotřeby, kde dříve lidé nákupy více odkládali,“ připomněl T. Prouza a dodal: „Nárůsty prodeje ale nebudou stejnoměrné, v datech jasně vidíme, že lidé jsou ochotni si připlatit za zážitky a kvalitu, ale u komodit jdou tvrdě po ceně.

Kdo nedokáže svou nabídku odlišit, bude muset dále konkurovat pouze cenou na úkor své profitability.“

Vzhledem k trvalému napětí a nedostatku pracovníků v některých sektorech se dá předpokládat pokračující růst nominálních mezd a návrat k růstu reálných mezd. To sice může mít pozitivní dopad na spotřebitelskou poptávku, zároveň to však může vést k vytváření inflačních tlaků a snaze omezovat potřebu nedostatkové lidské práce. To podle analýzy SOCR ČR povede k dalšímu oživení zájmu o investice do automatizace a technologických inovací. Tento trend, zaměřený na zvýšení efektivity a produktivity, může způsobit redukci některých pracovních pozic, zatímco poptávka po kvalifikované pracovní síle v oblastech, jako je datová analýza, IT nebo komunikace v oblasti obchodu, dále poroste.

„Klesající úrokové sazby, které se promítají nejen do úvěrových produktů, ale i do výnosnosti spořicíh účtů, mohou taktéž stimulovat spotřebitelskou poptávku. S nižšími výnosy z tradičních spořicíh instrumentů se snižuje motivace domácností udržovat své úspory na bankovních účtech, což povede k přesměrování finančních prostředků do spotřeby nebo investic do majetku a jiných finančních aktiv s potenciálně vyššími výnosy,“ zakončil T. Prouza.

Zdroj: SOCR ČR (upraveno)





## SNÍDANĚ A SVAČINA: PEČIVO CELOZRNNÉ, VÍCE CEREÁLÍÍ

### TRENDY V KATEGORII SNÍDAŇOVÉHO A SVAČINOVÉHO SORTIMENTU VYCHÁZEJÍ VSTRČÍC POPTÁVCE. TA SE UBÍRÁ SMĚREM KE ZDRAVĚJŠÍM, VÝŽIVOVĚ HODNOTNĚJŠÍM VARIANTÁM PRODUKTŮ.

Snídaně by měla dodat tělu potřebné živiny a energii do celého dne. Podle průzkumů přiznávají, že pravidelně snídají, jen dvě třetiny Čechů. Na druhou stranu, více než 80 % lidí se snaží sníst zdravě a přemýšlí nad tím, jakým jídlem začnou svůj den. Mezi nejčastější potraviny, po kterých Češi při přípravě snídaně sáhnou, patří tradičně pečivo s máslem, uzeninou a sýrem či džemem. Ti, kdo se snaží o zdravější stravování, volí ovesné vločky či müsli, jogurt, tvaroh, mléčný dezert a ovoce. Pozitivním trendem je častější nahrazování bílého pečiva za celozrnné a preference mléčných výrobků s nižším obsahem cukru i tuku.

### SPOTŘEBITELE ZAJÍMÁ CHUŤ I VÝŽIVOVÉ HODNOTY

„Vnímáme zvýšený zájem o zdravější alternativy a produkty s vysokým obsahem živin. S rostoucím povědomím o vlivu stravy na zdraví jsme v poslední době pozorovali vzrůstající zájem o celkovou edukaci, zaměřenou zejména na skladbu vyváženého jídelníčku. Lidé se zaměřují nejen na chuť a konzistenci, ale také na celkovou nutriční hodnotu produktu. Aktuální inflace a zvýšené povědomí o výživě vedou k hledání kvalitních, ale cenově dostupných možností,“ hodnotí poptávku Dominika Preška, External Communications Specia-

list Danone Česká republika & Slovensko. „Na základě těchto poznatků spustilo Danone začátkem letošního roku Alpro kampaň ‚Snídej podle chuti‘. Kampaň zdůrazňuje důležitost zdravého a vyváženého startu dne a nabízí široký sortiment rostlinných produktů, které mohou doplnit a zpestřit každodenní jídelníček,“ přibližuje Dominika Preška.

### KOLIK MLÉKA, JOGURTŮ A SÝRŮ DENNĚ?

Lidský organismus potřebuje pro zdravé fungování podle věku 600 až 1 500 mg vápníku denně. Odborníci na výživu proto upozorňují na prospěšnost mléčných výrobků, z nichž člověk získá v průměru 60 % denní potřeby vápníku, zhruba 11 % pokryje zelenina a 10 % obiloviny. „Mléčné výrobky upřednostňujeme i proto, že celková využitelnost vápníku je zde téměř třicetiprocentní, což je ve srovnání s rostlinnými zdroji vysoké číslo,“ objasňuje MUDr. Petr Tláškal, CSc., předseda Společnosti pro výživu a dietolog Fakultní nemocnice v Motole. Podle studií FN Motol nejvíce vápníku získá člověk konzumací tvrdých sýrů (840 mg na 100 g), jogurtů (140 mg na 100 g) a mléka (120 mg na 100 g). Z nemléčných výrobků pak se svými 1 200 mg na 100 g vítězí mák.

### MLÉČNÉ VÝROBKŮ CHCEME KYSANÉ

V sortimentu společnosti Danone patří mezi oblíbené stálice zakysané mléčné produkty, jako je Activia a Actimel, a čím dál více také rostlinné nápoje, zakysané

výrobky a dezerty na rostlinném základu. „Poslední dobou zaznamenáváme rostoucí zájem o produkty bez přidaného cukru, s vyváženou chutí, konzistencí a s přidanými benefity, jako je zvýšený obsah vlákniny nebo bílkovin či jiných složek,“ uvádí Dominika Preška. Spotřebitelé se podle ní zaměřují na kombinaci zdraví, praktičnosti a chuti. V letošním roce plánuje Danone uvést několik inovací a novinek, mezi které patří rozšíření sortimentu o nové varianty rostlinných dezertů a produktů bez cukru.

### POPTÁVKA PO KVALITĚ SE ZVYŠUJE

„Změny, týkající se nákupního chování, souvisejí s nedávnou změnou DPH, která vyvolala u mnoha lidí obavy z cen a jejich budoucího vývoje. Tlak na cenu je stále patrný. Z našich zkušeností vyplývá, že spotřebitelé se primárně dělí do dvou skupin. První tvoří ti, kteří hledají především nízkou cenu, zatímco druhá skupina zahrnuje spotřebitele, kteří kladou důraz na kvalitu produktů, pečlivě studují etikety, chtějí znát přesné složení produktů a teprve poté porovnávají cenu s ostatními nabídkami na trhu,“ říká Jiří Jízdny, zakladatel a spolumajitel společnosti AG Foods. Uvádí dále, že vnímá rostoucí zájem o zdravější varianty výrobků. „Například naše pyré ze 100% ovoce je příkladem produktu, který jasně ukazuje, že spotřebitelé preferují autentické a neupravené potraviny bez náhražek. Kvalita a „clean label“ složení jsou pro mnohé klíčovými faktory.

### WELLNESS ČAJE, CROISSANTY, TYČINKY

Významnou část sortimentu společnosti AG Foods tvoří čaje. „V čajovém segmentu je zřetelný výrazný zájem o funkční čaje, u ovocných se vyprofilovala příchuť maracuja jako obzvláště oblíbená a může být tedy označena za současný ‚hit‘. Tato popularita je odrazem rostoucího zájmu o produkty podporující zdraví a duševní pohodu, ale i zajímavé příchuti. Pokud jde o pečivo, zaznamenali jsme velký úspěch u nově uvedených croissantů. Zákazníci si je cení kvůli vysoké kvalitě použité čokolády a nižší sladkosti,“ popisuje Jiří Jízdny. Dodává, že spotřebitelé jsou více citliví na cenu, což vede k tomu, že vyhledávají produkty, které nabízejí nejlepší poměr ceny a kvality. „Také v oblasti snacků jsme představili několik novinek. Třeba ovocné kapsičky a ovoce v ovocné šťávě, které představují praktickou svačinku na cesty. Dále jsme rozšířili nabídku o cereální tyčinky, které jsou ideální pro rychlé občerstvení během dne,“ shrnuje.

### BEZ CUKRU A NA VLNĚ NOVÝCH PŘÍCHUTÍ

„Vidíme zvyšující se zájem o zdravé varianty potravin a nápojů, kategoriím se daří a v meziročním srovnání rostou. Z portfolia Emco cereálií nám dobře funguje řada Super, která nabízí produkty bez přidaného cukru. Právě do tohoto segmentu směřujeme i většinu našich inovací. Rozšiřujeme nabídku ve stávajících produktových řadách, ať už jde o novou příchuť Super sušenek

bez přidaného cukru lískový oříšek, ořechovou tyčinku se sláným karamellem nebo novou řadu rýžových kaší. Do řady rostlinných alternativ chystáme novinku Gyros nudliček,“ vyjmenovává Barbora Fořtová, produktová manažerka společnosti Emco. Bonavita uvedla loni na trh minutové ovesné vločky, které jsou díky technologické úpravě ideální na krémovou ovesnou kaši, dále také knäckebrot v nových tvarech a příchutích. „Za zmínku stojí například proteinový knäckebrot do batohu, ve kterém najdete tři druhy semínek. Nyní chystáme inovace u celozrnných pufovaných chlebků,“ uvedla Petra Satrapová, produktová manažerka společnosti Bonavita.

### SAČINY: TRADIČNÍ VERSUS MODERNÍ

Základ dětských svačin tvoří podle průzkumu online supermarketu Košík.cz namazané chleby, housky nebo rohlíky. Do školy s nimi každý den chodí 57 % českých dětí. Mezi všemi variantami pak jasně vede chleba, rohlík nebo houska s máslem a sýrem. Ty pravidelně dostává 23 % dětí. Variantu se šunkou nebo salámem pak 20 % dětí, s marmeládou, pomazánkou nebo paštikou 14 %. Na čtvrté příčce se umístilo sladké pečivo, jako například vánočka nebo koláčky. Pozitivním zjištěním je fakt, že sladkosti jako třeba čokoládové tyčinky dávají rodiče jen 3 % dětí, cereální nebo müsli tyčinku dostávají 4 % školáků. Doprovod chlebům, houskám nebo rohlíkům ve svačिनové krabičce v naprosté většině dělá ovoce nebo zelenina. Zde vede jablko (24 %), oblíbený je i banán (18 %) nebo okurka. Pouze 6 % rodičů v prů-

zkumu přiznalo, že vitaminy v podobě ovoce nebo zeleniny zcela vynechává. „Je poznat, že zvyklosti se postupně mění – pečivo už není vždy bílé, výhradně cereální nebo tmavé si nosí do školy už třetina dětí. Z našeho pohledu roste podíl zeleniny a ovoce. Rodiče se také více snaží, aby školáci svačinku opravdu snědli, a nejdou cestou podbízění se například cukrovinkami,“ zmiňuje Jan Vašíček, šéf marketingu Košík.cz.

### DO KABELKY I DO KAPSY

Pro ty, kdo hledají křupavou a nápaditou svačinu, která se neslisuje v kabelce nebo školní aktovce, jsou ideální volbou pytlíky do kapsy od společnosti Mixit. „Sáček plný zdravých a výživných směsí zásobí tělo energií a vitaminy po celý den. V nabídce jsou pytlíky s mixy oříšků, lyofilizovaného ovoce, müsli i kaší. Na výběr je hned padesát různých lahůdek, které jsou vyměřené přesně na jednu snídani nebo svačinu,“ říká Martin Wallner, spoluzakladatel společnosti Mixit. Kandidátů na svačinu, která se neomrzí, má ale Mixit více. Crème boule jsou krémové koule, které skrývají pod vrstvou datlí lískooříškový krém, a to vše bez palmového oleje a chemických přídatných látek. Oblíbené jsou rovněž tyčinky Mixitky bez lepku, laktózy a přidaného cukru. Zdravé a praktické svačinky, které jsou po ruce kdykoli, nabízí Semix Pluso. Mini müsli tyčinky dodají okamžitou energii, jsou bez cukru a lepku a obsahují klíčený oves. Jedna mini tyčinka odpovídá jednomu soustu a v balení je 14 kousků.

Zdroj: Retail News





## ČAJ A KÁVA: ČEŠI JSOU NÁROČNĚJŠÍ

Káva je druhou nejvíce obchodovanou komoditou a ročně se jí vypije více než dvě miliardy šálků po celém světě.

V Evropě se průměrná spotřeba kávy pohybuje kolem 5,5 kg na osobu za rok. Pokud jde o čaj, nejvyšší spotřebu má Turecko, kde se ročně na osobu vypijí až 4 kg čaje, následuje Velká Británie a Irsko s průměrnou spotřebou kolem 3 kg na osobu.

V segmentu teplých nápojů se projevuje především zájem o kvalitu a také zdravý životní styl. V čajové i kávové kultuře se každoročně objevují nové trendy, které mění poptávku a hledají si své místo, mnohdy velmi úspěšně, mezi tradičními druhy. V případě kávy jsou aktuálně trendem tzv. „ready to drink“ kávové nápoje a dále neobvyklé speciality jako například espresso orange (osvěžující drink z espressa a pomerančového džusu) nebo espresso tonic (kombinace silné černé kávy a oblíbené nahořklé limonády). Pokud jde o čaj, patrný je vzestup zájmu o čaje funkční se zdravotními benefity a speciality typu matcha či oolong.

### KÁVU, ČAJ A KAKAO NEJRADĚJI V AKCI

Mezi produkty na přípravu teplých nápojů řadíme kávu, čaj a kakao. Alespoň jednou ročně si některý z těchto nápojů koupila podle průzkumu trhu metodou Spotřebitelského panelu GfK za období srpen 2023 až červenec 2024 téměř každá česká domácnost. Průměrná domácnost si produkty na přípravu teplých nápojů koupila přibližně jednou za dva týdny a ročně za ně utratila bezmála 2 500 Kč. České domácnosti využívají hojně zvýhodněné cenové podmínky. Za posledních 12 měsíců zaplatily téměř dvě třetiny výdajů právě v rámci akčních nákupů. Za nákup teplých nápojů utrať-

ly domácnosti nejvíce v hypermarketech a diskontech.

### VEDE INSTANTNÍ KÁVA A OVOCNÝ ČAJ

Z hlediska počtu kupujících je podle Spotřebitelského panelu GfK nejoblíbenějším typem teplých nápojů káva. Instantní kávu si jednou za rok koupí téměř dvě třetiny domácností, mletou kávu víc než 50 % domácností, kávové speciality (2v1, 3v1, cappuccino a další) a zrnkovou kávu si koupila více než třetina domácností. Za posledních 12 měsíců si průměrná česká domácnost z obchodů přinesla přibližně 3 kg mleté kávy. V případě kupujících zrnkové kávy to bylo o něco víc, přes 4 kg. Nejvyšší podíl akčních nákupů je v segmentu instantní kávy, činí více než 80 % celkových výdajů určených na tento typ kávy. Čaj si za sledované období koupilo devět z deseti domácností a vložily ho do svého košíku v průměru jednou za měsíc. Průměrné výdaje kupující domácnosti přesáhly úroveň 700 Kč. Nejoblíbenější je čaj ovocný, který nakoupilo 72 % domácností, a bylinkový, který volily dvě třetiny domácností. Černý čaj nakoupilo 42 % domácností a zelený méně než třetina domácností. Kakao si ve sledovaném období koupilo víc než 60 % domácností, a to přibližně jednou za čtyři měsíce. Průměrné výdaje kupující domácnosti přesáhly 200 Kč, přičemž největší část z výdajů určených na tuto kategorii bylo zapláceno za instantní kakao.

### ČAJ SI ČEŠI DOPŘÁVAJÍ ČASTO A RÁDI

Podle průzkumu obchodů Albert z listopadu 2023 je Česko téměř přesně na půl rozdělené na příznivce kávy (53 %) a čaje (47 %). Ten si dá každý den až 60 % dotázaných, nejčastěji ráno. Nejoblíbenější jsou čaje ovocné, což potvrzují i prodejní data. Alespoň jednou denně si zalije šálek čaje 56 % lidí. Každý čtvrtý Čech ochutná čaj

alespoň jednou za týden, zatímco pouhé jedno procento respondentů nepije čaj vůbec. Průzkum dále ukázal, že Češi a Češky si pro čaj na přípravu domácího nálevu nejčastěji chodí do běžné obchodní sítě (73 %), někteří využívají služeb specializovaných prodejen (18 %), ale také lékáren (5 %). Průzkum obchodů Albert se dotazoval také na to, proč lidé rádi pijí čaj. Vůbec nejčastějším důvodem je, že jim zkrátka chutná (66 %). Šálek čaje si Češi dávají rádi také pro zahřátí (49 %), pro zdraví (23 %) nebo jako rituál (22 %).

### PRÉMIOVÉ A FUNKČNÍ ČAJE S BENEFITY

„Čaje se svou chutí neliší jen místem původu, ale také sezónou sklizně. Každý čaj vypráví legendu o místě a rostlince, na které vyrostl. Pití čaje může být stejně překvapivým zážitkem jako ochutnávání gastronomických specialit z různých světadílů. Přestože mnoho lidí vnímá čaj jako jednodušší nápoj, ve skutečnosti se jeho chuť a vůně významně liší v závislosti na tom, zda pochází z Indie, Srí Lanky, Keni nebo z dalších čajových velmocí,“ říká Dominic Marriott, Senior Tea Master společnosti Ahmad Tea, která dodává na tuzemský trh bohatou paletu pravých černých, zelených, ovocných i bylinných čajů.

„Spotřebitelé preferují čaje podporující zdraví. Především bylinné směsi, detoxikační čaje nebo čaje s antioxidanty. S tím je spojená i funkčnost čajů, které si zákazníci vyhledávají přímo na míru pro jejich specifické zaměření, jako je lepší spánek, trávení nebo získání více energie. Důležitou položkou jsou prémiové a exotické čaje, u kterých zaznamenáváme čím dál větší poptávku. Mezi velmi oblíbené druhy patří Matcha, Oolong nebo Darjeeling a další neobvyklé příchuti. Současně jsou však stále oblíbené

### JAKÉ BALENÍ ČAJE POUŽÍVÁTE?

jen sypané	6,7
více sypané	6,1
stejně sypané i porcované	19,3
více porcované	33,1
jen porcované	34,8
neuvedeno	0,1

### JAKÝ DRUH KÁVY PIJETE?

cappuccino	49,7
latte	37,0
mocca	6,5
překapávanou	19,5
tureckou	35,1
jiný	12,2

CS: CS všichni, projekce na jednotlivce, váženo, v %  
Zdroj MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – MML-TGI ČR 2024 1. a 2. kvartál (8. 1. – 26. 6. 2024)

tradiční čaje jako černý Earl Grey,“ říká Jiří Jízdny, zakladatel a ředitel společnosti AG Foods. V kategorii ovocných čajů dle jeho slov stále vedou tradiční příchuti, jako je jahoda a citron, zároveň však roste poptávka po exotických příchutích – mараkuja nebo mango. „Pro letošní zimní sezónu jsme připravili několik novinek pod značkou Biogena. Uvedeme tři nové dárkové kazety, z nichž první je Wellness Selection. Dále představíme dvě vánoční kazety – Zimní kouzlo a Magická zima,“ vyjmenovává Jiří Jízdny. Velký ohlas u spotřebitelů zaznamenává prémiová řada Majestic od Biogeny v podobě osvěžujícího čaje Biogena Majestic Tea Pivoňka & Broskev nebo podzimní varianty Majestic Tea Hruška & Yerba.

### PRODEJE ČAJŮ OVLIVŇUJE SEZÓNOST

„Nákupní chování je u nás jednoznačně ovlivněno sezónou. S nástupem slunečných dní je tradičně vyšší poptávka po čaji v jeho chlazené podobě, kterou reprezentují naše bio Ledové džbány, nicméně dlouhodobě

se těší oblíbě také bylinné nebo ovocné čaje,“ uvádí Kamila Štátná, vedoucí marketingu společnosti Sonnentor, a dodává: „Potvrdilo se nám, že netradiční chutě lákají spotřebitele k vyzkoušení něčeho nového. Nyní na podzim budí zájem CHAI čaje ve třech různých variantách, například černý s kardamomem a hřebíčkem nebo roiboos se zázvorem a kakaovými slupkami.“ Od září najdou spotřebitelé na trhu rovněž jednodruhové bylinkové čaje. Mezi další podzimní novinky Sonnentoru patří biočaj Vřelé objetí, obsahující mátu peprnou, heřmánek, šalvěj, květ černého bezu, lipový květ a tymián. Již tradičně jsou pro chladnější období oblíbené bylinné směsi jako Sonnentor Kuc-kuc, Usmrkánek nebo Knedlík v krku. „Český zákazník má ale oblíbené také ovocné čaje, z našeho sortimentu například Ovocný čaj dobré nálady, Slunečný pozdrav, Ovocný sen nebo Ovocná poznávací sada. U nás má zákazník jistotu, že ve složení najde skutečné ovoce v biokvalitě, tedy bez přidaných barviv a syntetických aromat. Vzhledem k tomu,

že naše čaje jsou považovány rovněž za milý dárek, dlouhodobým bestsellerem je v předvánočním čase jednoznačně Sonnentor Adventní kalendář, letos ve zcela unikátní podobě. Na každý adventní den je připravena nová básnička na čajovém přebalu a také zábavný online obsah. Stačí jen naskenovat QR kód na čajových přebalech a užít si osvědčené videorecepty, soutěže, lákavé odměny a zábavné digitální hry,“ popisuje Kamila Štátná.

### ČEŠI JSOU PŘI VÝBĚRU KÁVY NÁROČNÍ

Řemeslná pražírna Zlaté Zrnko nabízí prémiové ručně sbírané kávy s původem, směsi namíchané podle nejoblíbenějších chutí, směsi 100% arabica a směsi arabica s robustou pro všestranné použití do kaváren, domácích a kancelářských espresso kávovarů, jakož i kávy pražené pro alternativní přípravu. „Již několik let pozorujeme trend, který před 10 až 15 lety proběhl v segmentu vína, a to, že v restauraci si již téměř nikdo neobjedná jedno bílé. Zákazníci se ptají na původ kávy, chuťové profily, zajímají se o různé způsoby přípravy, výraznost chuti i obsah kofeinu. Stoupá poptávka po kvalitní zrnkové kávě, jelikož ve stále větším počtu domácností nechybí automatický kávovar, lidé se ptají po kávě z konkrétních oblastí a rádi zkoušejí nové chuti,“ shrnuje Václav Faltus, pražič kávy ze společnosti Zlaté Zrnko. Češi mají v oblíbě v podstatě všechny druhy chutí, převládají sladší chuti brazilské kávy, v pozadí ale nejsou také kávy z Kuby, Etiopie nebo Indie. Zájem je i o ovocnější druhy káv. „V posledním roce jsme uvedli na trh ochucenou kávu s whiskey, která se těší velké oblíbě, a také speciál Citrus, což je káva, která spojuje pestré ovocné chutě Afriky. V nejbližší době představíme sirup určený pro přípravu kávové limonády a další zajímavé novinky,“ uvedl Václav Faltus.

Zdroj: Simona Procházková





## DOBŘÍ RÁNO, DOBRÝ DEN

Říká se, že snídaně je nejdůležitějším jídlem dne. Výrazně dokáže ovlivnit naši energii, náladu i produktivitu a pomůže nám užít si den naplno. Mnozí si den bez snídaně nedovedou představit, zatímco jiní, například kvůli přerušovanému půstu, nechávají první jídlo až na odpolední hodiny. Oba přístupy mohou prospívat zdraví a záleží na našem momentálním nastavení i na tom, zda jste ranní ptáče, nebo spíš noční sova.

V dávných dobách lidé jedli až odpoledne či večer, kdy si lovec dopřál, co zrovna ukořistil. Když lidé začali pracovat na poli, jídlo se ráno před prací a pak večer po práci. V dnešní době již můžeme „uložit“ jídlo na každém kroku, takže záleží na nás, jakou cestu zvolíme. Základ je poslouchat přirozené potřeby svého těla a jíst, když cítíte, že to potřebujete. A hlavně si nevytvářet žádný stres!

Patříte-li ke skupině, která posnídá ráda, následující článek je přesně pro Vás. Ať už holdujete slaným, či sladkým variantám, rozhodně to nemusí být nuda! Můžete se s námi podívat na pár zajímavých snídaňových tipů nebo si přečíst zajímavosti, které jste možná o snídaních nevěděli.

### MRKVOVÉ LÍVANCE

- 1 střední mrkev nastrouhaná najemno
- 150 g bílého jogurtu
- lžice medu
- citronová kůra
- 1 vejce
- 40 g špaldové mouky hladké
- 60 g jemných ovesných vloček
- 1 lžička kypřicího prášku
- špetka soli
- ½ lžičky skořice
- kokosový olej na smažení
- lze přidat i nasekané ořechy
- jogurt či tvaroh a čerstvé ovoce na dozdobení

Nastrouhanou mrkev smíchejte s jogurtem, medem, vejcem a citronovou kůrou a vše promíchejte. Ve vedlejší misce smíchejte ostatní sypké ingredience, ty poté přidejte do směsi a vytvořte těsto. Mělo by být tuhé tak, aby se na pánvi neroztékalo. Lívance opékejte na rozehřáté pánvi s trochou olivového oleje z každé strany cca 3–4 minuty. Dozdobte ovocem a tvarohem dle chuti – a zdravá lahodná snídaně je hotová!

### BANÁNOVÝ JOGURT S CHIA SEMÍNKY

- 1 zralý banán
- ½ hrnku rostlinného mléka
- hrst kešu ořechů
- 2 lžice chia semínek
- 1 lžice citronové šťávy
- javorový sirup na doslazení

Nejdříve nechte namočit chia semínka do cca 4 polévkových lžic mléka a kešu ořechy do vody, obojí po dobu 20 minut. Kešu slijte a spolu se semínky a dalšími ingrediencemi rozmixujte do jemné hmoty. Poté naředte zbylým mlékem dle toho, jakou požadujete hustotu, a domácí jogurt je na světě. Nejlepší bude, pokud ho necháte vystydnout v lednici.

#### TIP:

S chia semínky lze podobným způsobem koulit různě a je vhodné je zařadit do jídelníčku pravidelně. Obsahují velké množství mastných kyselin (omega 3 a omega 6), antioxidantů a minerálů, jako jsou vápník, fosfor, hořčík, železo a další, jsou bohatá na vlákninu a pomáhají zvyšovat pocit sytosti. Stačí je namočit do mléka, ať už klasického, či rostlinného, a po ztuhnutí vytvoří pudink, který lze podávat s různým ovocem, sirupy, kořením nebo třeba holandským kakaem. Vzhledem k jejich gelovitě struktuře se dají používat i jako zahušťovadlo při vaření či místo vajec.

### OVESNÁ KAŠE SE ŽAMPIONY

- ½ cibule
- žampiony
- nastrouhaný parmezán
- 100 g bezlepkových ovesných vloček
- 150 ml kokosového mléka
- špetka soli
- 1 lžička římského kmínu
- 1 lžice italských bylinek
- čerstvá bazalka

Cibuli nakrájejte na kostičky a orestujte na másle, přidejte pár očistěných a na plátky nakrájených žampionů a vše orestujte. Když je cibule měkká, přisypte koření. Vše zalijte cca 300 ml vody a kokosovým mlékem a přisypte vločky. Vše vařte za občasného míchání na mírném ohni cca 15 minut. Ke konci vše dosolte a dochuťte nastrouhaným parmezánem. Nahoře dozdobte ještě pár plátky orestovaných žampionů, lístky bazalky, případně plátky parmezánu.

#### VÍTE ŽE...

- Někdo si dává na snídaních opravdu záležet? Víte, jak vypadají nejdražší snídaně na světě? Jsou to například palačinky Opus One z Manchesteru, kde najdete vrstvy humra, lanýžů a kaviáru, to vše dozdobeno omáčkou s šampaňským Dom Perignon Rose. Budete-li chtít takovou snídani ochutnat, připravte si v přepočtu zhruba 30 tisíc korun. Za přepychovou snídani si lze zajet

### DOMÁCÍ BULKY Z ČERVENÉ ČOČKY

- 120 g celozrnné mouky
- 100 g červené čočky
- lžička kypřicího prášku
- 10 g psylla
- trocha citronové šťávy
- špetka soli a sezamu

Minimálně 3 hodiny předem namočte červenou čočku. Potom ji propláchněte a nechte okapat. Následně ji i s ostatními surovinami rozmixujte a vypracujte těsto, které by mělo být trochu lepivé. Když bylo těsto moc husté, lze do něj přidat trochu vody. Pak už jen vytvořte bulky (případně bagety či jiný tvar pečiva) a vyskládejte na pečicí papír. Pokud se vám bude těsto lepit na ruce, stačí je trochu namočit. Bulky pečte v předehřáté troubě na 190 °C a máte vlastní pečivo, navíc plné vlákniny a bílkovin. Pak už je stačí jen rozříznout a naplnit čímkoliv, co máte rádi – vajíčky, pomazánkou, sýry, zeleninou...

těž do New Yorku, kde lze v hotelu Zillion Dollar pořídit vajíčkovou frittatu s humrem a hromadou drahého kaviáru. To celé dostanete za 21 tisíc.

- Největší palačinka na světě byla upečena ve Velké Británii v roce 1994; měřila 15 metrů v průměru a vážila okolo tří tun (podobně má slonice slona afrického)! Přemýšlíte, jak se taková palačinka otáčí? Byl k tomu potřeba jeráb.

- Ve středověku se ráno spíše dojídalo, než že by to bylo regulární jídlo, například studené maso od večere. A třeba staří Egypťané rádi posnídali chléb s cibulí a vše se samozřejmě zapíjelo pivem. Jistě, takovou snídani si občas někteří z nás také dopřejí, ale většinou to znamená, že máme za sebou velmi těžký večer.

- Jednu z nezdávějších kuchyní má jistě Japonsko a je to vidět i na tamních snídaních. Často je podávány ve speciálních krabičkách zvaných bentó a můžete v nich najít miso polévku s mořskými řasami, vejce, rybu, zkvašené sójové boby, švestičky umeboši, nakládanou zeleninu pickles, rýži nebo vaječnou omeletu tamagoyaki. Další zajímavou a oblíbenou japonskou snídaní je tamago kake gohan – syrové vejce se rozšlehá do horké rýže, aby se vytvořil jemný krém. Dochucuje se sójovou omáčkou a někdy mořskými řasami nebo sezamovými semínky.

- Velmi netradiční snídaní si můžete dát na Filipínách: balut je vařené kachní vejce s vyvinutým embryem. Jí se celé, často se solí, pepřem a octem. I když to nezní příliš lákavě, v této zemi je balut považován za delikatesu. Zajímavě snídají i na Jamajce, a to pokrm ackee and saltfish, což je kombinace sladkého ovoce a slané sušené ryby. Na první pohled to vypadá jako míchaná vajíčka, ale již po prvním soustu Vám bude jasné, že chutě jsou tady mnohem rozmanitější. Jedno se těmto jídlům musí nechat – jsou to výborné proteinové bomby.

Zdroj: redakce



# SNAZŠÍ ŽIVOT PRO PODNIKATELE

Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) připravilo opatření na omezení administrativní zátěže podnikatelů. Úpravy v oblasti živnostenského podnikání, zaměstnanosti nebo daňové správy, které schválila vláda, pomohou podnikatelům snížit náklady a ušetřit čas. Cílem je všechna opatření realizovat do konce 1. poloviny příštího roku. Podnikatelský balíček vznikl na základě podnětů odborné veřejnosti, podnikatelských svazů a asociací.

*„Předvídatelné podnikatelské prostředí bez zbytečných překážek je základním předpokladem pro úspěšné podnikání, což platí obzvláště o malých a středních firmách. Proto jsme připravili 22 opatření, která jim s tím pomohou. Jejich cílem je podnikatelům zjednodušit život, umožnit jim snižovat výdaje, šetřit čas a zvýšit produktivitu. Zaměřujeme se na digitalizaci procesů, využití umělé inteligence, ale také na legislativní změny, které pomohou usnadnit podnikání napříč oblastmi a zvýšit atraktivitu Česka i mezi zahraničními investory,“* říká ministr průmyslu a obchodu Jozef Síkela.

Podnikatelský balíček přináší řadu inovativních opatření, která reagují na potřeby podnikatelů a cílí na snížení byrokratické zátěže. Všechna opatření MPO konzultovalo přímo se zástupci firem, s odbornou veřejností, ostatními resorty a zástupci podnikatelských svazů a asociací v rámci Expertní skupiny MPO pro snižování byrokracie.

## DIGITALIZACE PODNIKÁNÍ

Jednou z hlavních oblastí, na kterou se resort v rámci opatření zaměřuje, je podpora digitalizace. Portál podnikatele poskytne jednotné digitální místo pro elektronickou komunikaci s institucemi a nabídne všechny potřebné informace na jednom místě. *„Díky tomuto rozhraní si podnikatelé vyřídí řadu úkonů z pohodlí domova, namísto toho, aby museli čekat na úřadech nebo hledat informace na jednotlivých webech úřadů,“* říká ministr Síkela. Resort také pracuje na Databázi informačních povinností, kde bude

seznam hlavních legislativních povinností na jednom webu.

Od tohoto roku ministerstvo spustilo Portál živnostenského podnikání, kde je možné on-line založit živnost, změnit údaje, vyhledávat v registru nebo čerpat aktuální informace. *„Naším cílem je tento web dále vylepšovat tak, aby byl co nejvíce uživatelsky přívětivý. Jedním z možných vylepšení by mohlo být nasazení chatbota s umělou inteligencí, který živnostníkům pomůže při řešení jejich dotazů,“* dodává ministr Síkela.

## DIGITÁLNÍ ÚČTENKA

Proces nakupování pomůže usnadnit legislativní ukotvení elektronické a digitální účtenky, o kterém se bude diskutovat. Papírová forma účtenky by byla pouze na vyžádání zákazníka. Digitální účtenku v jednotném formátu by bylo možné získat například prostřednictvím aplikace, e-mailu či QR kódů, což proces nakupování zrychlí, zjednoduší, zefektivní a zároveň přispěje k postupnému odstranění situace, kdy se účtenka vytiskne a rovnou „háží do koše“, protože ji zákazník nechce.

## VÝPLATA MZDY V CIZÍ MĚNĚ

Na základě dohody mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem umožnit rozšíření výplaty mzdy v cizí měně širšímu okruhu zaměstnanců. Jednalo by se o měnu, ke které vyhláší Česká národní banka (ČNB) kurz devizového trhu. Vyplácení v cizí měně by se týkalo například cizinců, zaměstnanců žijících v zahraničí nebo zaměstnanců, kteří mají partnera/ku s jiným než českým občanstvím. Opatření konzultoval resort s ČNB, která s návrhem souhlasila. Zároveň se provede analýza možnosti sjednávání mezd v eurech i zaměstnancům, kteří nemají místo výkonu práce v zahraničí.

## JEDNODUŠŠÍ PŘEVODY VOZIDEL

Při přepisu vozidel je nutné provádět evidenční kontrolu vozidla, což administrativně zatěžuje nové majitele. Proto navrhujeme současnou povinnost zavést

v rámci STK. Nebylo by tedy nutné tento úkon provádět individuálně.

## OMEZENÍ BYROKRACIE

Balíček také obsahuje návrhy na změny v oblasti pokut podle zákona o přestupcích. Pokud pokutovaný zaplatí sankci ve zkrácené lhůtě od jejího udělení, automaticky se sníží její výše o polovinu. Mezi schválenými opatřeními je dále aktualizace obsahu jednotlivých živností či zavedení podkladů pro posuzování vlivu na životní prostředí pouze v elektronické podobě.

*„V rámci meziresortního připomínkového řízení jsme vypořádali všechny připomínky. Vznikl tak seznam opatření, který bere komplexně v potaz potřeby podnikatelů napříč oblastmi. Nově jsme například do balíčku přidali navýšení limitu pro fotovoltaiku z 50 kW na 100 kW, do kterého by nebyla nutná výrobní licence od Energetického regulačního úřadu. Díky tomuto návrhu podpoříme rozvoj obnovitelných zdrojů, usnadníme povolávací procesy a celý proces tak urychlíme,“* říká ministr Síkela s tím, že by se jednalo o drobné stavby s výjimkou stavby vodního díla, kulturních památek a staveb ve zvláště chráněném území, památkové rezervaci nebo v památkové zóně.

Do Podnikatelského balíčku MPO na základě meziresortního připomínkového řízení přidalo návrh na definici automatizované provozovny, včetně řešení jejich otevírací doby o státních svátcích, reklamaci zakoupeného zboží nebo návrh k součinnosti při kontrole v provozovně bez fyzické přítomnosti personálu.

Podnikatelský balíček je důležitým krokem k modernizaci a zjednodušení podnikatelského prostředí v České republice a jeho zavedení patří mezi hlavní priority vlády. Opatření budou realizovat jednotlivá gesční ministerstva ve spolupráci s dalšími dotčenými institucemi, MPO bude jejich koordinátorem. Cílem je všechna opatření realizovat do konce poloviny příštího roku.

## PODNIKATELSKÝ BALÍČEK

POR. ČÍSLO	NÁMĚT	NÁVRH ŘEŠENÍ	GESTOR	SPOLUPRÁCE
1	Databáze informačních povinností (DIP)	Zveřejnění povinností podnikatelů v jednom informačním systému a jejich průběžná aktualizace.	MPO	dotčené ústřední orgány státní správy
2	Portál podnikatele	Vytvořit jeden centrální web, kde budou k dispozici elektronické služby veřejné správy vůči podnikatelům. Portál bude sloužit jako rozcestník, odkud může uživatel elektronicky komunikovat s institucemi z jednoho místa. Portál podnikatele bude vytvořen na základě zkušeností Portálu občana.	MPO	DIA, NAKIT, dotčené orgány veřejné správy
3	Portál živnostenského podnikání	Provést úpravy s cílem dosáhnout uživatelsky přívětivější podoby portálu. Zapojení umělé inteligence, která pomůže uživatelům při řešení jejich podnětů.	MPO	
4	Zvýšení limitu pro fotovoltaiku	Zpracovat návrh na navýšení limitu pro fotovoltaiku z 50 kW na 100 kW, do kterého by nebyla nutná výrobní licence od Energetického regulačního úřadu. Navýšení limitu by se týkalo drobných staveb s výjimkou stavby vodního díla, kulturní památky a stavby ve zvláště chráněném území, památkové rezervaci nebo památkové zóně, nebo v území vymezeném Ministerstvem obrany nebo Ministerstvem vnitra stanoveném v nařízení vlády.	MPO	MMR
5	Aktualizace obsahových náplní jednotlivých živností	Aktualizace obsahových náplní jednotlivých živností v nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností, aby byl obsah co nejvíce srozumitelný.	MPO	
6	Řešení problémů souvisejících s odlišným zápisem předmětu podnikání ve veřejném rejstříku oproti živnostenskému rejstříku	Vést diskusi o existenci odlišností v zápisech ve veřejném rejstříku a živnostenském rejstříku. Zápis předmětu činnosti do obchodního rejstříku je soukromoprávní povahy a zápis do živnostenského rejstříku povahy veřejnoprávní. V obchodním rejstříku se zapisuje to, co firma deklaruje ve svých zakladatelských dokumentech. V živnostenském rejstříku jsou činnosti vymezené zákonem. Pro zajištění právní jistoty a srozumitelnosti je důležité odstranit nesrovnalosti v zápisech mezi oběma rejstříky. Proto navrhujeme obecně zvýšit osvětu v této oblasti a zvážit doplnění vysvětlení u údaje „Předmět činnosti“ v obchodním rejstříku.	MS, MPO	FAÚ
7	Diskuse nad uzákoněním digitální a elektronické účtenky. Jednotný formát pro digitální účtenky.	Diskuse nad legislativním ukotvením elektronické a digitální účtenky a zavedením jednotného formátu. Papírová forma účtenky by byla pouze na vyžádání zákazníka. Digitální účtenku by bylo možné získat například prostřednictvím aplikace nebo e-mailu, což proces nakupování zrychlí, zjednoduší, zefektivní a zároveň přispěje k postupnému odstranění situace, kdy se účtenka vytiskne a rovnou „háží do koše“, protože ji zákazník nechce.	MPO	MF, GFŘ, ÚOOÚ, DIA
8	Administrace využívání služebního vozidla zaměstnancem k soukromým účelům	Pro jednoduché vykazování a mapování služební a soukromé cesty je dnes možné využít digitální nástroje. Technické možnosti MPO prodiskutuje s technologickými firmami a například s iniciativou propodnikave.cz. Součástí návrhu je také zvýšit informovanost a povědomí o současném systému použití vozidla k soukromým účelům a rozpracovat a zveřejnit příklady konkrétních životních situací.	MF	MPO
9	Sjednocení postupů pracovišť Úřadů práce – závazné posouzení	Sjednocení postupů pracovišť Úřadů práce při statistickém vykazování. Zanalyzovat současný stav a na základě výsledků analýzy případně přijmout závazný metodický pokyn.	MPSV	Úřad práce ČR
10	Výplata mzdy v cizí měně	Na základě dohody mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem rozšířit možnosti výplaty mzdy v cizí měně širšímu okruhu zaměstnanců a zanalyzovat možnosti sjednávání mezd v eurech i zaměstnancům, kteří nemají místo výkonu práce v zahraničí. O možnosti sjednávání mezd v cizí měně budeme dále intenzivně jednat.	MPSV	MF, ČNB



POŘ. ČÍSLO	NÁMĚT	NÁVRH ŘEŠENÍ	GESTOR	SPOLUPRÁCE
11	Zjednodušit převody vozidel	Při přepisu vozidel je nutné provádět evidenční kontrolu vozidla, což administrativně zatěžuje nové majitele. Proto navrhujeme současnou povinnost zavést v rámci STK. Nebylo by tedy nutné tento úkon provádět individuálně.	MD	
12	Režim obchodního rejstříku – minimalizace časových prodlev při zápisech	V souvislosti s uplatňováním rejstříkového zákona je vhodné uvažovat o možnostech snížení formálnosti rejstříkového řízení. Možnou variantou je rozšíření okruhu situací, pro které je umožněn přímý zápis notářem bez rejstříkového řízení vedeného soudem. To by umožnilo zejména rychlejší a efektivnější promítnutí změn prováděných ve společnostech do obchodního rejstříku.	MS	
13	Podklady pro posuzování vlivu na životní prostředí v listinné podobě	Zvážit vypuštění možnosti požadovat podklady pro posuzování vlivu na životní prostředí i v listinné podobě. Požadovat je jen v elektronické podobě.	MŽP	
14	Změny v udělování pokut dle zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich	Budeme diskutovat o oblastech, ve kterých by bylo možné aplikovat snížení výše sankce/pokuty za včasné zaplacení. Pokud by pokutovaný zaplatil peněžitou sankci ve lhůtě např. 1 týdne od jejího udělení, snížila by se její výše automaticky např. o polovinu. O navrhovaných parametrech se bude ještě jednat. Okamžikem zaplacení této snížené sankce by řízení skončilo bez možnosti dalšího odvolání. Podnikatel by zaplatil nižší pokutu, státu (dozorujícím orgánům) by odpadla administrativa s vedením dlouhých odvolacích řízení.	MV	MD, MZE, MPO, MF, MPSV, MMR, MS, MZ, ČNB, Celní správa, FAÚ
15	Zmírnění povinnosti pro zpracování lesních hospodářských plánů	Zrušení povinnosti právnických osob nakládajících se státními lesy do limitu 50 ha výměry lesa zpracovávat lesní hospodářské plány.	MZE	
16	Způsob zdanění ostatních kapitálových fondů ze zahraničí – potvrzení dosavadního výkladu	Publikovat sdělení, ve kterém se uvede, že výplaty, které nejsou součástí základního kapitálu, ale přesto představují kapitálové fondy, budou pro české daňové rezidenty zdaněny 15 % s tím, že při výpočtu daně je možné snížit základ daně o částku, kterou daný podíl původně stál. Jedná se o potvrzení/upřesnění dosavadního výkladu.	MF, GFŘ	
17	Limit u daňové ztráty	Ministerstvo financí prověří, zda by bylo možné upravit či zrušit limit 30 milionů korun u daňové ztráty. Stejně tak resort prověří další případné změny týkající se daňových ztrát. Tyto úpravy budou součástí připravované novely zákona o daních z příjmů.	MF	
18	Definice automatizované provozovny	Provést vyhodnocení stávající legislativy ve vztahu k novým způsobům prodeje, zejména automatizovanému prodeji bez fyzické přítomnosti personálu v provozovně.	MPO	
19	Automatizované provozovny – reklamace	Navrhnout možné řešení vyřizování reklamací v automatizovaných provozovnách bez fyzické přítomnosti personálu v provozovně.	MPO	dotčené dozorové orgány
20	Automatizované provozovny – kontroly	Připravit metodické pokyny a návrh možného řešení součinnosti při kontrole dozorového orgánu v automatizovaných provozovnách bez fyzické přítomnosti personálu v provozovně.	MPO	dotčené dozorové orgány
21	Automatizované provozovny – prodej o státních svátcích	Rozšířit ustanovení zákona o prodejní době v maloobchodě o automatizované provozovny bez fyzické přítomnosti personálu. Případně vydat metodický výklad k těmto případům.	MPO	
22	Oznamovací povinnosti příjemce při dovozu nebaleného vína	Prodiskutovat možnosti častějšího předávání dat, rozšíření jejich rozsahu a struktury mezi Generálním ředitelstvím cel a Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí pro potřebu její kontrolní činnosti. Cílem je následně odstranění dvou separátních oznamovacích povinností.	MZE	MF

Zdroj: MPO



### OZNAČENÍ ZEMĚ PŮVODU JE U ČERSTVÉHO OVOCE A ZELENINY POVINNÉ

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) upozorňuje spotřebitele i prodejce na skutečnost, že u čerstvého ovoce a zeleniny je povinné uvedení země původu a názvu druhu ovoce a zeleniny, příp. u vybraných druhů i třídy jakosti a odrůdy dle zvláštních obchodních norem. Tato informace musí být spotřebiteli dostupná např. prostřednictvím informační cedule. Vzhledem k tomu, že v předchozích sezónách inspektoři SZPI zjistili řadu případů, kdy informace o zemi původu při prodeji zcela absentovala, nebo byla uvedena nepravdivě, kontroly uvedené povinnosti intenzivně probíhají i letos. **Záměna země původu je považována za klamání spotřebitele.** Prodejci mají povinnost při kontrole předložit nabývací doklady a prostřednictvím systému sledovatelnosti mohou inspektoři SZPI prověřit původ zboží až k pěstiteli.

Kromě uvedených povinností u značení musejí prodejci čerstvého ovoce a zeleniny zajistit, aby plody byly:

- celé
- zdravé (nejsou povoleny produkty napadené hnilobou nebo postižené zhoršením jakosti do té míry, že jsou nezpůsobilé ke spotřebě)
- čisté (v podstatě bez viditelných cizích látek)
- v podstatě zbavené škůdců
- v podstatě bez poškození zapříčiněných škůdci a postihujících dužninu
- bez nadměrné povrchové vlhkosti
- bez cizího pachu a/nebo chuti.

Předmětem kontroly při prodeji čerstvého ovoce a zeleniny jsou také požadavky na hygienu prodeje.

SZPI dále upozorňuje prodejce a informuje spotřebitele, že nebalené borůvky a další druhy sypkého ovoce mají provozovatelé povinnost nabízet a prodávat v hmot-

nostních jednotkách (kilogramy) a nikoliv objemových (litry). SZPI obdržela v minulosti množství podnětů spotřebitelů na praxi některých prodejců nabízejících zboží v objemových jednotkách a nikoli v hmotnostních. Spotřebitelé v podnětech poukazovali na rozdíl v objemu zboží při nákupu a po přinesení domů. Někteří spotřebitelé po přeměření uváděli pokles objemu až o 20 %. SZPI upozorňuje prodejce nebalených borůvek, že dle platných právních předpisů je provozovatel povinen poskytovat informace o potravinách, které nesmějí být zavádějící, zejména pokud jde o množství potraviny. Dále právní předpisy stanovují, že informace o množství potraviny musí být určitá, jednoznačná a ověřitelná. Vzhledem k tomu, že při prodeji na objemové jednotky hrají roli i faktory, jako „setřesení“ borůvek, resp. „množství vzduchu“, které si spotřebitel zároveň se zbožím kupuje, je prodej na litry výrazně méně spolehlivý ukazatel množství než prodej na hmotnostní jednotky, tedy kilogramy. Inspektoři SZPI již několik let vyžadují, aby nebalené borůvky, případně jiné sypké ovoce, bylo spotřebitelům nabízeno v hmotnostních jednotkách.

### NEBEZPEČNÉ POTRAVINY

#### HUSA HLUBOCE ZMRAZENÁ S DROBY

**Nevyhovující parametr:** V potravině byla zjištěna přítomnost patogenní bakterie *Salmonella Senftenberg*, která může způsobit onemocnění zvané salmonelóza. O tomto výrobku již SZPI informovala dříve v tiskové zprávě „Varování pro spotřebitele: salmonela v hluboce zmrazeném husím mase ze zahraničí“.

Šarže:	231330
Datum minimální trvanlivosti:	30. 09. 2025
Obal:	plast s alu sponou
Množství výrobku v balení:	3000 g
Výrobce:	RANZIT-FOOD KFT., H-4362 NYÍRGELSE, DEBRECENI ÚT 1.
Země původu:	Maďarsko
Datum odběru vzorku:	06. 11. 2023
Referenční číslo:	24-000140-SZPI-CZ

#### HLUBOCE ZMRAZENÁ KUŘECÍ STEHNA CELÁ, BEZ KOSTÍ A KŮŽE

**Nevyhovující parametr:** V potravině byla zjištěna přítomnost patogenní bakterie *Salmonella Infantis*, která může způsobit onemocnění zvané salmonelóza.

Šarže:	24031102
Datum minimální trvanlivosti:	14. 01. 2025
Obal:	LDPE
Množství výrobku v balení:	2,5 kg
Výrobce:	WE Trade s.r.o., Hlavná 1088, 925 03 Horné Saliby
Země původu:	Ukrajina
Datum odběru vzorku:	29. 01. 2024
Referenční číslo:	24-000172-SZPI-CZ

#### LAGRIS RÝŽE BASMATI

**Nevyhovující parametr:** V potravině byl více než dvojnásobně překročen maximální limit reziduí pesticidu acetamidid.

Šarže:	DMT 22. 11. 2026 R PAK
Datum minimální trvanlivosti:	22. 11. 2026
Obal:	PAP krabice s potiskem
Množství výrobku v balení:	0,5 kg
Výrobce:	Podravka - Lagris a.s., Dolní Lhota 39, 763 23
Země původu:	Pákistán
Datum odběru vzorku:	02. 02. 2024
Referenční číslo:	24-000243-SZPI-CZ

#### SOLTY POPCORN SLANÝ – KUKUŘICE K PŘÍPRAVĚ POPCORNŮ

**Nevyhovující parametr:** V potravině byl překročen maximální povolený limit pro obsah aflatoxinu B1. Aflatoxiny jsou kontaminující látky, konkrétně mykotoxiny produkované plísní rodu *Aspergillus*. Jedná se o genotoxické a karcinogenní látky, které primárně postihují játra.

Šarže:	dmt: 10. 05. 2025
Datum minimální trvanlivosti:	10. 05. 2025
Obal:	PAP krabice
Množství výrobku v balení:	300 g
Výrobce:	Natais SAS, Domaine de Villeneuve, 321 30 Bezeril
Země původu:	Francie
Datum odběru vzorku:	19. 02. 2024
Referenční číslo:	24-000174-SZPI-CZ





## FAZOLE ČERVENÁ TESCO

**Nevyhovující parametr:** V potravině byl téměř čtyřnásobně překročen maximální limit reziduí pesticidu haloxyfop. O tomto výrobku již SZPI informovala v tiskové zprávě „Potravinářská inspekce nařídila stažení fazolí s 4x překročeným limitem pro herbicid haloxyfop“.

Šarže:	L 14:28 0
Datum minimální trvanlivosti:	06. 07. 2025
Obal:	plastový sáček
Množství výrobku v balení:	500 g
Země původu:	Argentina
Datum odběru vzorku:	12. 03. 2024
Referenční číslo:	24-000186-SZPI-CZ

## BASILUR, CEYLON GREEN TEA, GREEN FRESHNESS

**Nevyhovující parametr:** V potravině byl překročen maximální limit reziduí pesticidů – chlorpyrifos sedmákrát, metolcarb téměř sedmkrát.

Šarže:	L2
Datum minimální trvanlivosti:	26. 08. 2025
Obal:	PAP
Množství výrobku v balení:	100 g
Výrobce:	BASILUR TEA EXPORT (Pvt) Ltd
Dovozce:	MIX-TEE velkoobchod s.r.o., Masarykova 235, 250 88 Čelákovice
Země původu:	Šrí Lanka
Datum odběru vzorku:	29. 02. 2024
Referenční číslo:	24-000209-SZPI-CZ

## ABEST JIDÁŠOVO UCHO SUŠENÉ 100 G

**Nevyhovující parametr:** V potravině byla zjištěna přítomnost patogenní bakterie *Bacillus cereus*, která produkuje termostabilní toxin. Potravina byla vyhodnocena jako škodlivá pro zdraví.

Datum minimální trvanlivosti:	26. 03. 25
Obal:	plastový sáček s pap. etiketou s údaji
Množství výrobku v balení:	100 g
Dovozce:	DALAT, spol. s r.o., Libušská 319/126, 142 00, Praha
Země původu:	Vietnam
Datum odběru vzorku:	12. 03. 2024
Referenční číslo:	24-000181-SZPI-CZ

## SAM MILLS CHICKPEA GLUTEN FREE FUSILLI VŘETENA – SUŠENÉ BEZVAJEČNÉ TĚSTOVINY Z CIZRNY. BEZ LEPKU

**Nevyhovující parametr:** Výrobek byl označen jako „bez lepku“. Ve výrobku však byla zjištěna přítomnost alergenu – lepku v množství větším, než je pro bezpečnost potravin povoleno.

Šarže:	BATCH/LOT: 190323
Datum minimální trvanlivosti:	19. 03. 2027
Obal:	sáček z PP fólie s barevným potiskem, uzavřený sváry
Množství výrobku v balení:	250 g
Výrobce:	SAM MILLS INTERNATIONAL S.A., 151 Mioritei Street, Botiz, 447065, Satu Mare County, Romania
Země původu:	Rumunsko
Datum odběru vzorku:	13. 05. 2024
Referenční číslo:	24-000326-SZPI-CZ

## TAN CUONG HOANG BINH – TRÁ NÁM SAD – GREEN TEA.

**Nevyhovující parametr:** V potravině byl překročen maximální limit reziduí pesticidů – dinotefuran čtyřnásobně, tolfenpyrad stosedmdesátinásobně, diafenthiuron čtyřistaosmdesátinásobně.

Datum minimální trvanlivosti:	07/06/2025
Obal:	obal se svárem
Množství výrobku v balení:	500 g
Výrobce:	Na etiketě bez bližšího upřesnění uvedeno: TAN CUONG HOANG BINH TEA., JSC. Add. Go Moc Hamlet – Quyet Thang Commune – Thai Nguyen City
Země původu:	Vietnam
Datum odběru vzorku:	01. 03. 2024
Referenční číslo:	24-000175-SZPI-CZ

## TRÀ XANH THAI NGUYỄN – GREEN TEA ZELENÝ ČAJ – TRÁ TÂN CUÔNG, 100% NATURAL TEA

**Nevyhovující parametr:** V potravině byl překročen maximální limit reziduí pesticidů – imidacloprid čtyřnásobně, tolfenpyrad téměř devítinásobně, diafenthiuron stotřicetnásobně.

Datum minimální trvanlivosti:	HSD 08 01 26
Obal:	obal se svárem
Množství výrobku v balení:	200 g
Výrobce:	VINH HAO IMPORT AND EXPORT JOINT STOCK COMPANY – Phu Xuyem Commune – Dai Tu District Thai Nguyen Province
Země původu:	Vietnam
Datum odběru vzorku:	21. 05. 2024
Referenční číslo:	24-000266-SZPI-CZ

## TRÀ XANH THÁI NGUYỄN ZELENÝ ČAJ

**Nevyhovující parametr:** V potravině byl překročen maximální limit reziduí pesticidů – dinotefuran dvanáctinásobně, imidacloprid téměř trojnásobně, lambda cyhalothrin dvacetisedmkrát a tolfenpyrad šedesátpětnásobně.

Šarže:	15. 01. 2026
Obal:	ALU zatavený vakuově baleno
Množství výrobku v balení:	500 g
Výrobce:	CÔNG TY CỔ PHẦN CHÈ TÂN CUÔNG HOÀNG BINH, Đường Tố Hữu, X. Quyet Thang, Thái Nguyên
Datum odběru vzorku:	15. 04. 2024
Referenční číslo:	24-000313-SZPI-CZ

## NEJAKOSTNÍ POTRAVINY

### KUŘECÍ JÁTRA

**Nevyhovující parametr:** U části z kontrolovaných balení byla zjištěna přítomnost žlučnicku nebo jeho zbytků. Dle příslušné legislativy se mezi droby řadí pouze srdce, krk, svalnatý žaludek a játra, jakož i ostatní části považované za jedlé na trhu, na kterém je příslušný produkt určen ke konečné spotřebě. Játra musí být bez žlučnicku.

Šarže:	20231127
Datum minimální trvanlivosti:	27. 11. 2024
Obal:	PP sáček
Množství výrobku v balení:	0,5 kg
Výrobce:	FIRMA KABANOS Kajs Morostaw, Joanna Kajs-Kowalczyk, Spółka Jawna ul. Spółdzielców 1, 34, 480 Jablonka
Země původu:	Polsko
Datum odběru vzorku:	01. 02. 2024
Referenční číslo:	24-000141-SZPI-CZ

## SUŠENÉ PLODY GOJI PREMIUM BIO

**Nevyhovující parametr:** Na obale výrobku nebyla uvedena informace, že potravina byla ošetřena ionizujícím zářením.

Datum minimální trvanlivosti:	31. 12. 2024
Obal:	PP sáček
Množství výrobku v balení:	100 g
Dovozce:	HIMALYO SE, Trojská 39/201, 171 00 Praha
Země původu:	Čína
Datum odběru vzorku:	09. 04. 2024
Referenční číslo:	24-000265-SZPI-CZ

## KONRAD CHYTRÓN CITRUSY BEZINKA

**Nevyhovující parametr:** Výrobek obsahoval syntetické barvivo tartrazin (E102), jehož přítomnost nebyl uvedena na obalu.

Datum minimální trvanlivosti:	28. 03. 2025
Obal:	Al plechovka
Množství výrobku v balení:	0,5 l
Výrobce:	HOLS akciová společnost, Zlatnická 6, Praha 1, pivovar Liberec - Vratislavice n/N
Země původu:	Česko
Datum odběru vzorku:	24. 04. 2024
Referenční číslo:	24-000290-SZPI-CZ

## BUBBLE TEA BLUE LIME 360 ML

**Nevyhovující parametr:** Nápoj obsahoval syntetické barvivo brilantní modř FCF (E133), jehož přítomnost nebyla uvedena na obalu.

Datum minimální trvanlivosti:	05/25
Obal:	plastový obal
Množství výrobku v balení:	360 ml
Dovozce:	BORRO CZECH, spol. s.r.o., Kaštanová 75, 620 00 Brno, CZ
Země původu:	Itálie
Datum odběru vzorku:	29. 05. 2024
Referenční číslo:	24-000369-SZPI-CZ

## SANRIO POMPOMPURIN PINEAPPLE DRINK 340 ML

**Nevyhovující parametr:** Potravina obsahovala syntetická barviva žluť SY (E110) a tartrazin (E102), která nebyla uvedena na obalu potravin.

Datum minimální trvanlivosti:	24. 08. 25
Obal:	PET lahev + víčko
Množství výrobku v balení:	340 ml
Země původu:	Korejská republika
Datum odběru vzorku:	29. 01. 2024
Referenční číslo:	24-000267-SZPI-CZ

## FALŠOVANÉ POTRAVINY

### MEDVĚD BÍLÝ, BÍLÉ BULHARSKÉ VÍNO, VYROBENO V BULHARSKU, ALK. 11 % OBJ.

**Nevyhovující parametr:** Víno bylo falšováno nepovoleným přídavkem vody. Přídavek vody do vína je nepovolený enologický (vinařský) postup. Ve víně bylo dále zjištěno nadlimitní zvýšení množství přirozeného alkoholu. Legislativa připouští přídavek cukru do hroznového moštu, ke zvýšení obsahu etanolu ve víně, ale podle vinařské oblasti je stanovena mezní hodnota obsahu etanolu z přidaného cukru.

Šarže:	00618/33823
Obal:	Skleněná láhev (á 0,75 l) + šroubovací uzávěr
Množství výrobku v balení:	750 ml
Výrobce:	Plněno v: Logodaj Winery Ltd., 41 T. Alexandrov, Blagoevgrad
Země původu:	Bulharsko
Datum odběru vzorku:	30. 01. 2024
Referenční číslo:	24-000200-SZPI-CZ

### KESANE MODRÉ, BÍLÉ SLADKÉ VÍNO Z GRUZIE, KAKHETI, ALK. 13,5 % OBJ., 2021

**Nevyhovující parametr:** Víno bylo falšováno nepovoleným přídavkem syntetického barviva brilantní modř FCF (E133).

Šarže:	L21437161-001-2021
Obal:	Skleněná láhev o objemu 0,75 litru, přední a zadní etiketa, termokapsle, uzávěr
Množství výrobku v balení:	0,75 l
Výrobce:	Stáčírna: LTD „Winery“, Khizanishvili 8, Tbilisi, Gruzie
Dovozce:	Bombora group s.r.o., Dominikánské nám. 2, 602 00 Brno, ČR
Země původu:	Gruzie
Datum odběru vzorku:	23. 04. 2024
Referenční číslo:	24-000276-SZPI-CZ

## ŠPALDOVÁ MOUKA HLADKÁ

**Nevyhovující parametr:** Dle informací na obalu se mělo jednat o špaldovou mouku, tedy mouku z pšenice špaldy (*Triticum spelta*). Výrobek však kromě pšenice špaldy obsahoval také pšenici setou (*Triticum aestivum*), která nebyla uvedena ve složení.

Datum minimální trvanlivosti:	10/06/2024
Obal:	PAP sáček
Množství výrobku v balení:	1 kg
Výrobce:	Prodávající v ČR: BONAVITA, spol. s r.o., Hlavní 32, Kunice – Vidovice 252 63
Země původu:	Česko
Datum odběru vzorku:	12. 10. 2023
Referenční číslo:	24-000103-SZPI-CZ

## MRAZIVÁ ČERSTVOST, KUKUŘICE SUPERSLADKÁ

**Nevyhovující parametr:** Hmotnost výrobku byla nižší, než bylo uvedeno na obalu. Spotřebiteli byla poskytnuta zavádějící informace o hmotnosti výrobku.

Šarže:	L:66
Datum minimální trvanlivosti:	28. 09. 2025
Obal:	LDPE
Množství výrobku v balení:	450 g
Výrobce:	EQUUS a.s., Hviezdná 38, 821 06 Bratislava
Země původu:	Slovensko
Datum odběru vzorku:	10. 01. 2024
Referenční číslo:	24-000179-SZPI-CZ

## FINE LIFE MAĎARSKÝ GULÁŠ

**Nevyhovující parametr:** Zjištěná hodnota obsahu masa 33,75 g/100 g nevyhovuje deklaraci na etiketě výrobku 52 g/100 g.

Datum minimální trvanlivosti:	3. 11. 2026
Obal:	Plechová konzerva
Množství výrobku v balení:	400 g
Výrobce:	WHALLEY a.s.
Země původu:	Česko
Datum odběru vzorku:	26. 01. 2024
Referenční číslo:	24-000004-SVS-CZ

Zdroj: SZPI (upraveno, kráceno)



NÍŽE UVEDENÉ INFORMACE JSOU ORIENTAČNÍ, AKTUÁLNÍ STAV SI OVĚŘTE U FÚ

ZÁŘÍ

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
02. 09. 2024	daň z nemovitých věcí	splatnost 1. splátky daně (poplatníci provozující zemědělskou výrobu s daní vyšší než 5 000 Kč)	
02. 09. 2024	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	07/24
09. 09. 2024	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	07/24
16. 09. 2024	daň z neočekávaných zisků	čtvrtletní záloha na daň	
16. 09. 2024	daň z příjmů	čtvrtletní záloha na daň	
20. 09. 2024	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	08/24
20. 09. 2024	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	
24. 09. 2024	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	07/24
25. 09. 2024	DHP	daňové přiznání a daň	08/24
25. 09. 2024	DHP	kontrolní hlášení	08/24
25. 09. 2024	DHP	souhrnné hlášení	08/24
25. 09. 2024	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	08/24
25. 09. 2024	spotřební daň	daňové přiznání	08/24
25. 09. 2024	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně například z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	08/24
30. 09. 2024	DPH	žádost o vrácení DPH z EU dle § 82 zákona o DPH	—
30. 09. 2024	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k OSS – dovozní režim	—
30. 09. 2024	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	08/24
30. 09. 2024	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně podle § 57 zákona o spotřebních daních (tzv. zelená nafta)	2Q/2024

ŘÍJEN

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
10. 10. 2024	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	08/24
21. 10. 2024	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	
20. 10. 2024	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	09/24
25. 10. 2024	daň z hazardních her	daňové přiznání a splatnost daně	3Q/2024
25. 10. 2024	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	3Q/2024 a 09/24
25. 10. 2024	DPH	kontrolní hlášení	3Q/2024 a 09/24
25. 10. 2024	DPH	souhrnné hlášení	3Q/2024 a 09/24
25. 10. 2024	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	09/24
25. 10. 2024	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	08/24
25. 10. 2024	spotřební daň	daňové přiznání	09/24
25. 10. 2024	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	09/24
31. 10. 2024	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k OSS - dovozní režim	—
31. 10. 2024	DPH	poslední den lhůty pro podání přihlášky k registraci skupiny podle § 95a zákona o DPH, která chce být registrována od 1. ledna 2025, nebo žádosti o zrušení skupinové registrace k 31. prosinci 2024 nebo změnu skupinové registrace (pro přistoupení člena do skupiny nebo pro zrušení členství člena skupiny)	—
31. 10. 2024	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	09/24

LISTOPAD

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
11. 11. 2024	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	09/24
20. 11. 2024	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	—
20. 11. 2024	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	10/24
25. 11. 2024	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	09/24
25. 11. 2024	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	10/24
25. 11. 2024	DPH	kontrolní hlášení	10/24
25. 11. 2024	DPH	souhrnné hlášení	10/24
25. 11. 2024	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	10/24
25. 11. 2024	spotřební daň	daňové přiznání	10/24
25. 11. 2024	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	10/24
30. 11. 2024	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k OSS – dovozní režim	—

PROSINEC

TERMÍN	POVINNOST	POŽADOVANÁ AKCE	ZA OBDOBÍ
02. 12. 2024	daň z nemovitých věcí	splatnost 2. splátky daně (všichni poplatníci s daní vyšší než 5 000 Kč)	—
02. 12. 2024	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	10/24
10. 12. 2024	spotřební daň	splatnost daně (mimo spotřební daň z lihu)	10/24
16. 12. 2024	daň z neočekávaných zisků	čtvrtletní nebo pololetní záloha na daň	—
16. 12. 2024	daň z příjmů	čtvrtletní nebo pololetní záloha na daň	—
20. 12. 2024	daň z příjmů	splatnost paušální zálohy	—
20. 12. 2024	daň z příjmů	měsíční odvod úhrnu sražených záloh na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti	11/24
27. 12. 2024	DPH	daňové přiznání a splatnost daně	11/24
27. 12. 2024	DPH	kontrolní hlášení	11/24
27. 12. 2024	DPH	souhrnné hlášení	11/24
27. 12. 2024	energetické daně	daňové přiznání a splatnost daně z plynu, pevných paliv a elektřiny	11/24
27. 12. 2024	spotřební daň	splatnost daně (pouze spotřební daň z lihu)	10/24
27. 12. 2024	spotřební daň	daňové přiznání	11/24
27. 12. 2024	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně z topných olejů a ostatních (technických) benzinů (pokud vznikl nárok)	11/24
31. 12. 2024	DPH	daňové přiznání a splatnost daně k OSS - dovozní režim	—
31. 12. 2024	DPH	Ohlášení FATCA/CRS lhůta pro podání ohlášení viz § 13 t odst. 2 zákona č. 164/2013 Sb., ve znění pozdějších předpisů.	—
31. 12. 2024	daň z příjmů	odvod daně vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně	11/24
31. 12. 2024	spotřební daň	daňové přiznání k uplatnění nároku na vrácení spotřební daně podle § 57 zákona o spotřebních daních (tzv. zelená nafta)	3Q/2024

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



sazba pod 0,9%\*



## MULTIFUNKČNÍ PŁATEBNÍ 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 drahou?

Obchodní aliance JAVOR nabízí členům časopisu Obchodníkům radce platební terminál se sazbou nižší než 0,9 %, aniž by se museli stát řádnými členy aliance! Volejte **731 443 004** nebo pište na **terminaly@provektor.cz**



Pro platební terminály a zabezpečovací systémy můžete využít **SPECIÁLNÍ TARIF** z nabídky JAVOR MOBIL za cenu 19 Kč bez DPH měsíčně.  
\* Pro přesnou výši sazby nás, prosím, kontaktujte.  
Měsíční poplatek 160 Kč bez DPH.  
ProVektor, spol. s r.o. | [www.aliance-javor.cz](http://www.aliance-javor.cz)





Již od roku 1999

# eKuryr

easy and express

HOTLINE +420 241 080 251  
+420 604 232 972

Celý svět na jednom místě

## PRAHA A OKOLÍ

- Vyzvednutí a doručení zásilek v Praze a okolí, včetně atypických
- Dopravní prostředek – batoh, osobní auto, pick-up, van
- Režim standard, expres
- Možnost přepravy chlazeného zboží

## EKONOMY ČESKO 24/7

- Z Prahy kamkoli po ČR
- Cena přepravy bez ohledu na vzdálenost
- Kusové zásilky do 30 kg
- Balení vyhovující hromadnému zpracování zásilek

## EKONOMY SLOVENSKO 24/7

- Z Prahy kamkoli na Slovensko a zpět ze Slovenska do Prahy
- Cena přepravy bez ohledu na vzdálenost
- Balení vyhovující hromadnému zpracování zásilek

## EKONOMY EVROPA

- Z Prahy kamkoli v EU
- Kusové zásilky
- Balení vyhovující hromadnému zpracování zásilek
- Negarantovaný čas doručení

## EXPRES DORUČENÍ ČR A EVROPA

- Expresní přeprava po ČR a EVROPĚ dle dispozic zákazníka včetně atypických zásilek
- Garantovaný čas doručení

## EXPRES SVĚT LETECKY

- Z Prahy kamkoli po světě
- Kusové zásilky
- Balení vyhovující hromadnému zpracování zásilek
- Čas doručení dle cílové destinace



„Ztratil jsem schopnost mít poněti.“

„Nic jsem neplatil a ta částka taky nesouhlasí.“

[Ví vil sí]

„Nemáš votvívák?!“

„Jednou budeš hodně někde!“

# BUDVAR 33 & TMBK VOL. 2?

„Tak určitěěěě.“



# FANTA



## HRAJ O STRAŠIDELNÉ CENY

SKENUJ A HRAJ



ÚNIKOVKA V MADRIDU



LÍSTKY DO KINA



A DALŠÍ CENY

©2024 The Coca-Cola Company  
Akce probíhá 1. 9. - 31. 10. 2024. Organizátoři si vyhrazují právo na změnu data trvání akce. Více info v Coca-Cola aplikaci a na [www.coca-cola.cz](http://www.coca-cola.cz)



Nový český nezávislý výrobce  
**pravého toustového chleba**  
s nejširší nabídkou na trhu



**pšeničný**  
250 g a 500 g



**pšeničnožitný**  
250 g a 500 g



**vícezrný**  
250 g a 500 g



**vícezrný**  
350 g



**světlý / pšeničný**  
375 g a 750 g



**tmavý / pšeničnožitný**  
375 g a 750 g

# BOHÉM

**OCHUTNEJTE  
NOVINKU  
S VYVÁŽENOU  
HOŘKOSTÍ**



**BOHÉMSKÝ LEŽÁK**

Z PRÉMIOVÉHO ŽATECKÉHO CHMELE



# PRO „VOLNÉ“ CHVÍLE

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com

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

© 2013 KrazyDad.com



©2024 Design Hemispheres C & A Agency Ltd., org. sl. v ČR | [www.hemispheres.cz](http://www.hemispheres.cz)

©2024 DTP LA TAUPE, s.r.o.

©2024 Vydává Lampyris Project, s.r.o., divize Publishing | [www.lampyris-publishing.cz](http://www.lampyris-publishing.cz)

Technické specifikace inzerce naleznete na stránkách vydavatele.