

PRODEJNA ROKU '11

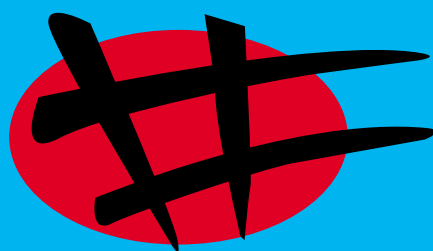


FOTO: Profimedia

Šestý ročník soutěže Prodejna roku vyhlásil časopis Regal letos v květnu. Tato soutěž je určena všem nezávislým prodejcům potravinářského i nepotravinářského zboží. Každoročně se soutěže účastní v daném regionu vyhlášené sýrárny, prodejny delikates, řeznictví, prodejny designu i oděvů. Ani letošní ročník nebyl výjimkou. Snad jen, co se týká počtu přihlášených. Celkem do soutěže přihlásili majitelé, provozovatelé, zaměstnanci nebo samotní zákazníci 428 prodejen. I když ne všechny prodejny byly nakonec do soutěže „puštěny“ – některé nesplnily pravidla soutěže – do semifinále se dostalo tolik prodejen, že měla porota opravdu těžkou práci. V následující příloze vám přinášíme výsledky soutěže a fotografie těch nejlepších.



KB **REGAL**



TREND Marketing

jediný měsíčník o marketingu a managementu v ČR



Objednejte si předplatné nyní s 30% slevou a navíc získáte:

- zdarma on-line přístup do placených zón www.mam.cz
- slevy na semináře, konference a veletrhy např. Forum Media, Marketing Trend, Reklama, Polygraf
- 30% slevu na předplatné časopisů Marketing&Media a Sign
- zdarma členství v Economia Benefitklubu

ZAJISTĚTE SI PŘEDPLATNÉ NA WWW.MAM.CZ/TM30

economia
OBSAH ROZHODUJE



Petr
Ungerman
Kraft Foods



Daniel
Brýdl
Story Design



Zdeněk
Skála
Incorna GfK



Michaela
Löblová
POS Media



Nataša
Králíková
TUV SÚD Czech



Milan
Kroutil
TUV SÚD Czech



Daniel
Köppl
Economia



Radana
Čechová
Economia

V soutěži zazářily nové prodejny

V květnu jsme vyhlásili šestý ročník soutěže Prodejna roku. Nyní před sebou vidíte konečné výsledky. Cesta k nim byla náročná – hodnocení poroty přísné a kontroly auditorů nelitostné. Dopředu se nedalo odhadnout, kdo zvítězí. Gratulujeme těm, kteří byli úspěšní, a děkujeme všem přihlášeným prodejnám.

Soutěž Prodejna roku pořádá každoročně vydavatelství *Economia* pod záštitou časopisu Regal. Generálním partnerem soutěže je již druhým rokem *Komerční banka* a odborným garantem, bez kterého by kontroly prodejen nebyly možné, je již tradičně *TUV SÚD Czech*.

V letošním ročníku soutěže jsme zaznamenali oproti předešlým roků několik změn. Daleko více než dřív letos přihlašovali do soutěže prodejny jejich zákazníci. Zřejmě proto ovšem došlo k nedodržení podmínek a pravidel pro přihlášení u více prodejen. Zejména šlo o pravidlo, že prodejna musí stát samostatně a nesmí být součástí obchodního centra či nákupní galerie.

Další změnou oproti ostatním ročníkům byl počet přihlášených nepotravinových

FOOD – ŠIROKOSORTIMENTNÍ

1. Potraviny U Štěpánů v Dačicích
2. Prodejna potravin Bedřich v Dobříši

FOOD – SPECIALIZOVANÁ

1. Wine Food Market Panificio v Praze
2. Tři Grácie v Trutnově
3. Pekařství a cukrářství Sázava v Mohelnici
4. Prodejna sýrů a delikates U Zavoje v Praze
5. Pâté du Chef Delicatessen v Praze
6. Chocco Café v Litomyšli
7. La Formaggeria v Brně
8. Uzenářství Chodura v Olomouci
9. Farmářská prodejna Zdravíček v Praze
10. Uzenářství Chodura v Ostravě
11. Váhala – lahůdky, maso, uzeniny v Hranicích na Moravě
12. Chodovar – značková prodejna v Chodové Planě
13. Řeznictví – uzenářství JPB v Táboře
14. Maso – uzeniny Voma v Uherském Hradišti

NON FOOD

1. TON v Praze
2. Interiér de l'Art v Praze
3. ROGZ – chovatelské potřeby v Praze
4. Vánoční Dům v Karlových Varech
5. JENA-nábytek v Českých Budějovicích
6. Detskeboty.cz v Praze
7. Botas Concept Store v Praze

NEJLEPŠÍ INTERIÉR

1. TON v Praze

NEJLEPŠÍ EXTERIÉR

1. Wine Food Market Panificio v Praze

NEJLEPŠÍ PERSONÁL

1. Tři Grácie

NEJLEPŠÍ POS/POP

1. neudělena

CENA ČASOPISU REGAL

1. Botas Concept Store v Praze

prodejen. Letos byly nepotravinové prodejny nejen početnější než loni, ale i spektrum jejich zaměření bylo pestřejší.

A do třetice – kromě několika málo případů byly ve většině úplné nováčci v soutěži. Dokonce finalisté jsou (kromě dvou prodejen) letos úplně jiní než loni. To svědčí o tom, že vyhrát jeden rok ještě neznámá recept na úspěch. Výsledky kontroly auditorů společnosti TUV SÚD mohou připravit o očekávané prvenství i „jasného“ favorita.

V čem kontroly spočívají? Auditori posuzují finálové prodejny z pohledu legislativních požadavků, jejichž nedodržení by mohlo znamenat ohrožení zdraví a práv konzumentů spotřebitele. Ověřována je také bezpečnost a hygiena prodejen, kvalita a bezpečnost produktů a v neposlední řadě chování personálu s ohledem na kvalitu služeb a spokojenost zákazníka.

Estetika a krásu prodejen hodnotila podle fotografií porota ve složení **Petr Ungerman (Kraft Foods)**, **Daniel Brýdl (Story Design)**, **Zdeněk Skála (Incorna GfK)**, **Michaela Löblová (POS Media)**, **Nataša Králíková** a **Milan Kroutil (TUV SÚD)** a **Daniel Köppl** a **Radana Čechová (Economia)**.

V kategorii potravinových širokosortimentních prodejen zvítězily potraviny U Štěpánů z Dačic. Prodejnu vedou manželé **Štěpánovi** již od roku 2001.

Mezi specializovanými prodejnami byla podle poroty nejlepší pekárna **Wine Food Market Panificio** z Prahy. Nově otevřená italská pekárna doplňuje market italských potravin a specialit, který se umístil v loňském ročníku soutěže.

Prodejna nábytku **TON** zase vévodila nepotravinovým prodejnám a porotu zaujala svým osobitým designem.

Design a celé pojetí prodejny byly také důvodem, proč se porota rozhodla o udělení zvláštní ceny časopisu Regal prodejně **Botas Concept Store** v Praze. ■ *-rač*

1 Potraviny U Štěpánů

Palackého 43/1, Dačice; stepanflop@seznam.cz

otevření prodejny: 2001 • vlastník: Štěpán a syn • vedoucí prodejny: Jiří Štěpán, Hana Štěpánová



ROZHOVOR

JIŘÍ ŠTĚPÁN spolumajitel prodejny

> Na co se v prodejně nejvíce soustředíte?

Od začátku se našim zákazníkům snažíme nabídnout co nejširší sortiment zboží vzhledem k našim prostorovým možnostem. Samozřejmě je pro nás čistota prodejny a nesmíme zapomenout ani na čerstvost zboží. Příjemný personál dotváří dobrou atmosféru na prodejně.

> Kdo patří mezi vaše zákazníky?

Mezi naše zákazníky patří hlavně

místní. Jsme rádi, že nás navštěvují jak mladí, tak i starší lidé. Je velmi milé, že za dobu našeho působení již obsluhujeme další generace našich prvních zákazníků. Přes léto u nás nakupuje i celkem dost turistů.

> Máte v regionu silnou konkurenci? Čím se snažíte odlišit?

Vzhledem k velikosti našeho města je konkurence velká, až nesmyslná. V našem blízkém okolí se nachází 4 diskontní prodejny a 2 prodejny Coopu. Město má



i s přilehlými obcemi 7 tisíc obyvatel. Ptáte se, čím se můžeme odlišit? Jedině tím, že pro naši prodejnu děláme po všech stránkách maximum. My touhle prodejnu žijeme.

> Co plánujete v prodejně na příští rok?

Zaměříme se na úsek pečiva a mléčných výrobků.

> Co je podle vás v tomto podnikání nyní nejtěžší?

V dnešní době je na podnikání nej-

těžší nesmyslný konkurenční boj mezi jednotlivými prodejci. Nerovné obchodní podmínky, kde český obchodník stojí až na posledním místě.

> A pamatujete si ještě, proč jste se rozhodli právě pro provoz prodejny potravin?

Pocházím z rodiny, kde obchodnil už můj děda, který se vyučil roku 1910. Od té doby rodina obchodovala. Po válce byl majetek zabaven a po revoluci v r. 1989, kdy jsme získali prodejnu zpět zdevastovanou, jsme navázali na rodinnou tradici prodeje.

2 Prodejna potravin Bedřich

Horymírova 941, Dobříš; www.bedrich.cz, josef.bedrich@bedrich.cz

otevření prodejny: 1995 • vlastník: Josef Bedřich • vedoucí prodejny: P. Štěpánková, J. Zikánová, V. Matějková



INZERCE – RE-001000



komplexní vybavení prodejen
na klíč •

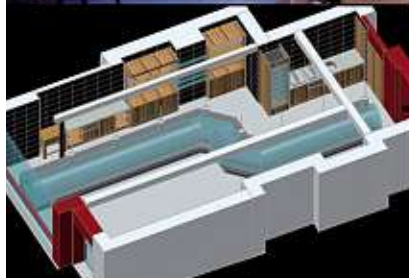
infosystémy do prodejen •



chladící a mrazící zařízení •



interiéry kanceláří, prodejen
a restaurací •



poradenství, logistika
a projekce prodejen •

detail tvoří celek



www.intaz.cz
www.zarizeni-prodejen.cz



1 Wine Food Market Panificio

U Královské louky 4, Praha 5-Smíchov;
www.winemarket.cz, pekarna@winemarket.cz

otevření prodejny: 2011 ● vlastník: Regon ● vedoucí prodejny: Giacomo Candido



ROZHOVOR

LUBOMÍR ČERVENKA
majitel společnosti Regon

Proč jste se rozhodli právě pro otevření pekárny na tomto místě?

> Pekárna je společně s prodejnou a letos v září otevřenou tržnicí součástí areálu Wine Food Market. Komplex, který byl vystavěn ve dvacátých letech minulého století pro potřeby tehdejší Radlické parní mlékárny, splňoval naši představu o místě, kde dokážeme našim zákazníkům nabídnout široký sortiment italských potravin a vín a současně zde vytvořit i italskou atmosféru, kam se budou lidé rádi vracet. Pekárna do konceptu přirozeně patřila.

Kdo patří mezi vaše zákazníky?

> Spektrum lidí, kteří k nám chodí pro pečivo, se stále rozšiřuje. Lidé z blízkého okolí se tu stavují na rychlou snídani či oběd, značnou část tvoří ti, kteří pravidelně doplňují čerstvým pečivem nákup, který udělali v naší prodejně. Těší nás také stoupající zájem Italů, kteří sem přichází za originálním italským pečivem a pravidelně se vrací. Pečivem zásobujeme také naše ostatní provozovny, včetně nově otevřeného bistra Wine Food Market na Ovocném trhu.



Máte v lokalitě silnou konkurenci?

> Zatím ne, máme ruční výrobu, s tradičními recepturami, nepoužíváme předpečené polotovary ani průmyslová aditiva. Tato nabídka v Praze je obecně nízká, naše výhoda je také, že jsme jasně vyprofilovaní na výrobu italského sortimentu.

Co plánujete v prodejně na příští rok?

> Budeme rozšiřovat sortiment o další druhy chleba, rozšíříme výběr sušenek a italských sladkostí. V současné době pokrýváme pouze poptávku našich provozoven,

uvažujeme proto o rozšíření provozu, protože zájem o naše pečivo stoupá i ze strany restaurací a hotelů.

Co je podle vás v tomto podnikání nyní nejtěžší?

> Máme výborný personál, který má zájem i chuť učit se péct tradičním způsobem, což tady v Česku není běžné. Nejtěžší je navrátit prestiž pekařskému řemeslu.

Co pokládáte u této prodejny za váš největší úspěch?

> Zákazníka, který se k nám rád vrací. Italskou komunitu, která si k nám z celé Prahy jezdí pro pečivo, protože je skutečně italské.

2 Tři Grácie

Čsl. armády 233, Trutnov; www.trigracie.cz, vinoteka@trigracie.cz

otevření prodejny: 2011 • vlastník: Rudolf Mudroch • vedoucí prodejny: Miroslav Chrástka



3 Pekařství a cukrářství Sázava

Okružní 130, Mohelnice;

www.pekarstvisazava.cz, pekarstvi@pekarstvisazava.cz

otevření prodejny: 2011 • vlastník: Pekařství a cukrářství Sázava • vedoucí prodejny: Petra Opluštilová



FOTO: Radek Lepka

4 Prodejna sýrů a delikates U Závoje

Havelská 25, Praha 1; www.uzavoje.cz, lucakova@uzavoje.cz

otevření prodejny: 2003 • vlastník: Merlot Grands Vins • vedoucí prodejny: Alena Lucáková



5 Pâté du Chef Delicatessen

Myslíkova 32, Praha 2;

www.pastikovyobchod.cz, pastikovyobchod@seznam.cz

otevření prodejny: 2010 • vlastník: Delikates ČR • vedoucí prodejny: Iveta Pátková



6 Chocco Caffé

Smetanovo náměstí 117, Litomyšl;
www.ceskepralinky.cz, info@ceskepralinky.cz

otevření prodejny: 2008 ● vlastník: Tradiční výroba pralinek ● vedoucí prodejny: Kubešová Jiřina



7 La Formaggeria

Radnická 12, Brno; www.laformaggeria.cz, prodejnbrno@orrero.cz

otevření prodejny: 2011 ● vlastník: Orrero ● vedoucí prodejny: Kateřina Mátlová



8

Uzenářství Chodura

8. května 425/12, Olomouc; www.chodura.cz, chodura@chodura.cz

otevření prodejny: 2010 • vlastník: Beskydské uzeniny • vedoucí prodejny: Kateřina Štenclová



9

Farmářská prodejna Zdravíček

Malostranské nábřeží 1, Praha 1; www.zdravicek.cz, info@zdravicek.cz

otevření prodejny: 2011 • vlastník: Karel Novosad • vedoucí prodejny: Karel Novosad



10

Uzenářství Chodura

Sokolská třída 104/2, Ostrava; www.chodura.cz, chodura@chodura.cz

otevření prodejny: 2010 • vlastník: Beskydské uzeniny • vedoucí prodejny: Vilma Třeštková



11

Váhala – lahůdky, maso, uzeniny

Masarykovo nám. 90,
Hranice na Moravě;
www.vahala.cz,
vahala@vahala.cz



12

Chodovar – značková prodejna

Pivovarská 107,
Chodová Planá;
www.chodovar.cz,
chodovar@chodovar.cz



INZERCE – RE-000999

BIZERBA

Váhy a systémy s.r.o.



BIZERBA Váhy a systémy s.r.o.
Kamenická 5, 170 00 Praha 7
Tel.: +420 233 379 697, fax: +420 233 381 573
obchod@bizerba.cz
www.bizerba.cz



Váš spolehlivý partner
pro vybavení obchodů i restaurací.



Zabezpečujeme dodávky zařízení,
instalace, záruční i pozáruční servis,
konzultační a poradenskou činnost.

13

Řeznictví – uzenářství

JPB Tábor

Světlogorská 2765, Tábor;
jpbtabor@seznam.cz



14

Maso – uzeniny

Voma

Obchodní 1507 blok Y,
Uherské Hradiště;
www.vomaub.cz,
voma@vomaub.cz



INZERCE – RE-001013

Andrej Babiš

doporučuje:

*Vychutnejte
si svého
Kmotra!*



www.kmotr.cz



1 TON

Komunardů 28, Praha 7-Holešovice; www.ton.cz, tonholesovice@ton.cz

otevření prodejny: 2010 • vlastník: TON • vedoucí prodejny: Markéta Trojanová



ROZHOVOR

MILAN DOSTALÍK generální ředitel společnosti TON

Kdo navrhoval a realizoval design prodejny? Z čeho jste vycházeli?

> Design prodejny v Holešovických navrhovalo renomované designové studio **Olgoj Chorchoj**, v jehož čele stojí **Michal Froněk** a **Jan Němeček**. Při tvorbě prodejny se snažili především vyjádřit hodnoty, které zastáváme jako firma – tradici, poctivost, ale přitom originalitu. Bylo důležité, aby se zákazníci v prodejně cítili příjemně a zároveň na ně dýchli duch naší továrny, kde se židle vyrábí 150 let stále stejnou technikou.

Kdo patří mezi vaše zákazníky?

> Mezi zákazníky našeho holešovického showroomu patří řada architektů a designérů, například

pan architekt **Špaček** nebo **Ateliér SAD**. Dále to jsou samozřejmě také majitelé a provozovatelé restaurací, jako **Stanislav Mádl** ze společnosti **Vinař** nebo restaurace **Pět peněz**. V neposlední řadě jsou to instituce jako **New York University**, **Muzeum hlavního města Prahy**, **Městský úřad Benešov** a řada dalších.

Máte v lokalitě silnou konkurenci?

> Musím říct, že lokalita Holešovice je plná zvučných jmen z oblasti designu. Počínaje centrem umění a designu **DOX**, kde najdeme prodejní galerii českého designu a konceptuální tvorby. Dále v blízkosti našeho showroomu najdeme prodejnu **Konsepti**, **Kartell Flag Store**, **Vitra Koncept**, **A.M.O.S. Design**, **Čeis** a mnohé další.



Co plánujete v prodejně na příští rok?

> V první řadě chceme pro příští rok v showromu v Holešovických určitě udržovat nadále tu příjemnou atmosféru, doplněnou o designové kousky z našeho portfolia produktů. Určitě zde proběhne řada akcí v rámci představení novinek pro rok 2012, určených pro partnery a novináře. Dále máme v plánu uspořádat seriál workshopů pro širokou veřejnost s našimi designéry nejen z Česka. Tento projekt je však zatím v počátcích, tudíž nebudu zatím prozrazovat podrobnosti.

Co je podle vás v tomto podnikání nyní nejtěžší?

> V podnikání v nábytkářském průmyslu je velmi těžké najít rovno-

váhu mezi funkcí a estetickou stránkou produktů. Chceme, aby židle byly funkční a pohodlné, ale zároveň odrážely současné trendy v designu. Což je někdy složité propojit. Ne všechny židle na trhu, které vypadají na první pohled designově a exkluzivně, jsou také zároveň pohodlné a funkční.

Co pokládáte u této prodejny za váš největší úspěch?

> Za největší úspěch považujeme skutečnost, že náš showroom během necelého jednoho roku od svého otevření si i přes velkou konkurenci v lokalitě našel cestu k tak velkému množství zákazníků a těší se velké oblibě. Máme velmi pozitivní ohlasy jak na prostředí, tak nabídku designových kusů i klasiku, ale i na celkovou atmosféru.

2 Interiér de l'Art

Korunní 101, Praha 3-Vinohrady;
www.interierdelart.cz, info@interierdelart.cz

otevření prodejny: 2010 • vlastník: Viskra • vedoucí prodejny: Kateřina Kotyzová



3 ROGZ – chovatelské potřeby

Moskevská 1, Praha 10; rogz@rogz.cz, www.rogz.cz

otevření prodejny: 2008 • vlastník: Pet Fashion CZ • vedoucí prodejny: Lenka Kholová



4

Vánoční Dům

Studentská 73,
Karlovy Vary;
www.vanocnidum.cz,
info@dahlia-dekorace.cz

**5**

JENA – nábytek

Strakonická 1277,
České Budějovice;
www.jena-nabytek.cz,
info.budejovice@jena-nabytek.cz

**6**

Detskeboty.cz

Na Maninách 1590,
Praha 7;
www.detskeboty.cz,
paha@detskeboty.cz

**7**

Botas Concept Store

Konviktská 1005/30,
Praha 1;
www.botas66.cz,
bcspraha1@botas66.cz



NEJLEPŠÍ
INTERIÉR

TON

Komunardů 28, Praha 7-Holešovice; www.ton.cz, tonholesovice@ton.cz



NEJLEPŠÍ
EXTERIÉR

Wine Food Market Panificio

U Královské louky 4, Praha 5-Smíchov;
www.winemarket.cz, pekarna@winemarket.cz



NEJLEPŠÍ
PERSONÁL

Tři Grácie

Čsl. armády 233, Trutnov; www.trigracie.cz, vinoteka@trigracie.cz



INZERCE – RE-000949-2

Přejděte na puntíky!

Harmony



Papírové ubrousky
3 vrstvé, 20 ks



Papírové kapesníky
3 vrstvé, 10 ks x 10 ks

NOVINKA
Kosmetické utěrky
2 vrstvé, 70 ks



www.shpgroup.eu

Dodavatel pro ČR:
SHP BOHEMIA s.r.o.

Praha 10, bohemia@shpgroup.eu, tel: 272 915 284

CENA
REGALU

Botas Concept Store

Konviktská 1005/30, Praha 1; www.botas66.cz, bcspraha1@botas66.cz

otevření prodejny: 2009 • vlastník: Artport • vedoucí prodejny: Zuzana Tetalová



ROZHOVOR

ROBERT JANČA
marketingový ředitel
Artport a botas 66

Co přivádí zákazníky do vaší prodejny?

Především originální kolekce botas 66 s tradicí od roku 1966, která se každý rok rozšiřuje, v kombinaci s unikátním designem a jedinečným řešením prodejny. Vzhledem k tomu, že naší DNA je design, chtěli jsme se s naší prodejnou co nejvíce odlišit. Podařilo se a získali jsme velmi dobré reference a silné PR. Naš koncept je nyní, po pilotním dvouletém běhu, velmi snadno rozšiřitelný do dalších prodejen, ať už formou vlastního provozování nebo franšizingu.

Kdo navrhl a realizoval design prodejny?

S žádostí o návrh řešení jsme oslovili **A1 architects**, u kterých se nám líbí jejich jednoduchý až minimalistický styl. Dokáží vystihnout podstatu a to se jim podařilo i v případě botas 66 concept storu, kde je velmi chytré vymyšlen visual merchandising s pomocí žlutých krabic. Následně firma **Emandem** provedla realizaci, která nám do současné doby slouží bez větších problémů.

Jak pracujete s designem prodejny v čase?

Design je pro nás klíčem k úspěchu.



Snažíme se hotedy respektovat a neměnit, vše nové odpovídá a zapadá do původního konceptu. Udržujeme jednotnost. Naposledy jsme instalovali nové regály na kolekci botas 66 run, které jsou sice bílé, protože se tato barva více hodí do druhé místnosti prodejny, ale stále se drží vystavení se žlutými krabicemi.

Pořádáte v prodejně nějaké akce?

Ano, pravidelně pořádáme setkání nad uvedením novinek na trh. Oblíbené jsou party přátel a fanoušků botas 66, které probíhají v interiéru i před prodejnou na chodníku.

Máme štěstí na majitele objektu, který nás podporuje. Dále děláme pro zpestření nabídky akce typu happy sneakers, což je naše pojetí happy hours, anebo je velmi populární sleva pro kamaráda.

Co bylo za dobu provozu vaší prodejny pro vás největším úspěchem?

Doposud jsme získali ocenění Czech Grand Design, velký úspěch pro nás byla účast na Designbloku a také si velmi ceníme uveřejnění článku o prodejně v magazínu Wallpaper. Největším úspěchem jsou pro nás ale naši zákazníci, kteří se k nám vracejí, protože se cítí spokojeni.

Kvalita se zvyšuje, ale stále je co zlepšovat!

Stejně jako v minulých ročnících soutěže o titul Prodejna roku byly i v roce 2011 finálové prodejny „tajně“ navštíveny inspektory nezávislé certifikační a inspekční společnosti TÜV SÜD Czech s cílem komplexně posoudit prodejnu a všechny definované aspekty prodeje zboží.

„Tajná“ inspekce, označovaná také jako „mystery shopping“, byla provedena v prodejnách, které postoupily do finálového kola po prvotním hodnocení jejich exteriéru a interiéru komisí hodnotitelů na základě zaslaných fotografií. Inspekce proběhly v průběhu září a byly provedeny pěti kvalifikovanými inspektory společnosti **TÜV SÜD Czech**.

Každá inspekce probíhala podle přesně stanovených pravidel a každá prodejna byla posuzována podle stejného souboru kritérií, kterých bylo v případě prodejen potravin celkem 37 a v případě prodejen jiného zboží než potravin celkem 30. Soubor hodnocených kritérií byl navíc rozdělen do 7 skupin (oblastí) podle toho, k jakému aspektu prodeje zboží se kritéria vztahovala, např. k exteriéru prodejny a jejímu okolí, personálu a jeho vybavení, uvádění cen a označování zboží, interiéru prodejny včetně hygieny a čistoty nebo k vlastnímu zboží a způsobu jeho nabízení k prodeji.

JAK PROBÍHÁ NÁVŠTĚVA

Obvyklý průběh inspekce začíná vstupem inspektora, stejně jako každého jiného zákazníka, do prodejny. Na rozdíl od běžného zákazníka je inspektor vycvičen a více si všímá detailů, aniž by obsluha měla možnost pojmout podezření na neobvyklý účel návštěvy. Inspektor se chová jako běžný zákazník a většinou také vždy nějaké zboží nakoupí (alespoň tak je tomu v mém případě), aby prověřil ochotu, kvalifikaci a zbožíznalství personálu. Během pohybu po prodejně nesmí inspektorovi uniknout, zda provozovna plní všechny zákonné požadavky, zda je dodržována čistota a hygienické požadavky a zároveň zda je zboží správně označeno a správně nabízeno k prodeji. Po odchodu z prodejny inspektor hodnotí každé kritérium počtem bodů (stupnice 1–9) podle úrovně splnění požadavku a připojí k hodnocení kritériu krátký komentář. Po klasifikaci jednotlivých kritérií sečte inspektor celkový počet bodů a vypočte průměrnou známku, která je součástí celkového bodového hodnocení prodejny.

VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ INSPEKČÍ V ROCE 2011

Pozitivní pozorování:

- > Prodejny jsou čisté a upravené.
- > Personál má dobrou úroveň znalosti zboží, působí příjemně a je ochotný zákaznickými pomoci.
- > Široký sortiment zboží.

Negativní pozorování:

- > Přítomnost šperků a absence ochranných pomůcek (zejména pokrývky hlavy) u personálu, který manipuluje s nebalenými potravinami.
- > Porušení chladírenského řetězce u potravin s teplotními nároky (uložení zboží mimo chladicí pult a řízené teploty).
- > Nedostatky v označování zboží – chybějící návody a etikety v českém jazyce, chybějící informace o původu zboží, chybné uvádění ceny za jednotku v případě potravin.
- > Absence možnosti platit platební kartou.
- > Chybějící bezbariérový přístup.

Zatímco v loňském ročníku soutěže byly nejčastějšími nedostatky zejména nálezy v souvislosti s označením provozoven a chybějící etikety v českém jazyce, letos byly hlavními nedostatky hlavně chybějící ochranné pomůcky a přítomnost šperků u personálu manipulujícího s nebalenými potravinami.

Dále byly zjištěny přetrvávající problémy s označováním výrobků (zejména u prodejen zahraničních specialit), které byly pouze v cizím jazyce, a v jednom případě také porušování chladírenského řetězce u chlazených potravin, které byly po celou dobu inspekce odloženy v kartonové krabici mimo chladicí pult. V jedné z prodejen bylo rovněž zaznamenáno značné množství poletujících octomylek (*Drosophila melanogaster*) a přítomnost přípravku na hubení hmyzu v zásuvce nebezpečně blízko nabízených nebalených potravin.

Z hlediska pozitivních pozorování lze obdobně jako v minulém roce uvést, že celková hygiena provozoven je dobrá a provozovatelé prodejen dbají o exteriér i interiérový provoz tak, aby působil příjemným a čistým

INFO

PŘEHLED NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH KONTROLOVANÝCH KRITÉRIÍ

1. Značení prodejny, exteriér prodejny a úprava okolí s důrazem na čistotu, přístup pro ZTP. **2.** Možnosti bezhotovostní platby a uvádění cen ve shodě s legislativou. **3.** Vystupování personálu, oblečení, počet personálu s ohledem na velikost provozovny, odborná způsobilost, výskyt kouření, konzumace pití / jídla. **4.** Interiér prodejny zejména s ohledem na čistotu a hygienu. **5.** Umístění zboží a jeho množství v regálech, oddělení zboží podle sortimentu. **6.** Označování zboží v českém jazyce, nepoškozenost obalů. **7.** Plnění podmínek záruky a záruční doby.

- > U potravin navíc: dodržování teplotních nároků zboží, popisy složení výrobků v souladu s legislativou, data spotřeby / minimální trvanlivosti zboží; u personálu používání ochranných pomůcek, čistota předmětů určených k manipulaci s potravinami, výskyt šperků a jiných viditelných ozdob.
- > U jiného zboží, než jsou potraviny, navíc: návody na použití v českém jazyce, zajištění servisu, datum spotřeby, certifikace nebo atesty (podle konkrétního produktu).

dojmem. Personál je ve většině případů milý, znalý prodáváného zboží a ochotný zákaznickými pomoci. Většina prodejen nabízí široký sortiment atraktivního zboží. Co se týče obsluhy, aktivnější přístup byl shledán u prodejen potravinářského zaměření.

DODRŽOVÁNÍ LEGISLATIVY

V souvislosti s výše uvedenými zjištěními je třeba uvést, že provozovatelé prodejen s potravinami by neměli zapomínat na to, že také na ně se vztahuje nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 852/2004 o hygieně potravin včetně požadavků na dodržování pravidel správné hygienické praxe při maloobchodním prodeji a že prodávané výrobky musí být při uvádění na trh označeny v souladu s platnou legislativou, kterou je zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, v platném znění, a vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků, v platném znění. Na správné označování prodáváných výrobků by měli provozovatelé prodejen dbát zvláště pak v případech, kdy jsou jako prodávající zároveň i dovozcem a distributorem výrobku v České republice. ■

Milan Kroutil
je Business Area Manager
Food & Agriculture
společnosti TÜV SÜD Czech.



Pro všechny, kdo potřebují angličtinu ve své profesi Vychází každý lichý měsíc!



6 důvodů, proč se stát předplatitelem Business Spotlight

- 1/ Aktuálně o globálním obchodu**
Každé 2 měsíce 90 stran zajímavých informací a tipů z prostředí mezinárodního obchodu, to vše v živé obchodní angličtině.
- 2/ Rychlý úspěch v učení**
Zábavný a informativní koncept časopisu, se kterým si vylepšíte svou angličtinu takřka mimochodem – kdy, kde a jak intenzivně, to záleží jen na vás.
- 3/ Praktické učební pomůcky**
Množství učebních rad, jazykové karty, vysvětlení pojmů a frází, vhodných pro jakýkoliv stupeň, prohloubí natrvalo vaše jazykové znalosti.
- 4/ Přístup na BS online zdarma**
Řada testů, interaktivních cvičení, komunikačních technik, které umožní aktivní procvičování vašich znalostí a které v časopisu nenajdete.
- 5/ Kvalita a důvěra**
Business Spotlight vychází v licenci Spotlight Verlag, evropského leadera ve vydávání časopisů pro výuku jazyků.
- 6/ A navíc...**
Business Class s návody a postupy, jak využít časopis pro atraktivní výuku angličtiny – pro učitele a lektory zdarma.

**Zdokonalte svoji Business English
a objednejte si ukázkové číslo ZDARMA
na tel.: 800 110 022 nebo na predplatne@economia.cz**