



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



OKRESNÍ
HOSPODÁŘSKÁ KOMORA
V JABLONCI NAD NISOU

Právní podmínky přeshraničního prodeje a služeb

Příručka pro malé podniky z jiných států, týkající se pravidel prodeje výrobků
na přeshraničních výstavách, veletrzích, prezentacích apod. v ČR

doc. PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.
EF TUL

Jablonec nad Nisou 2023

Projekt CZ.11.4.120/0.0/0.0/20_032/0002835: "Vytvoření míst rychlé informace v česko-polském pohraničí" je spolufinancovaný z prostředků Evropské unie v rámci programu spolupráce Interreg V-A Česká republika Polsko 2014-2020.

Projekt č. CZ.11.4.120/0.0/0.0/20_032/0002835: „Stworzenie punktów szybkiej informacji na pograniczu polsko-czeskim” jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Współpracy INTERREG V-A Republika Czeska-Polska 2014-2020.

Obsah

1. Obchodování mezi Polskou republikou a Českou republikou.....	3
2. Požadavky EU na výrobky	4
3. Realizování přeshraničního prodeje v české části česko-polského příhraničí	5
3.1. Možnosti příležitostného prodeje	6
3.1.1. Základní podmínky provozování příležitostného prodeje	7
3.1.2. Základní hygienická pravidla pro stánkový prodej potravin	8
3.2. Konkrétní příležitostné akce konané v rámci Libereckého kraje	9
4. Nabídka českých regionálních výrobků.....	11
4.1. Regionální produkty české části česko-polského pohraničí	12
4.2. Regionální produkt Jizerské hory	15
5. Prodej polských výrobků na trzích a jarmarcích na území ČR.....	16
5.1. Podmínky pro prodej na stáncích	16
5.2. Označení stánku, oznámení úřadu a tržní řád.....	17
5.3. Praktická doporučení pro prodejce.....	19
5.4. Kompetence možných kontrol.....	19
5.5. Prodej potravin, ovoce, zeleniny a jeho kontrola SZPI	21
5.6. Uvedení řemeslných výrobků (a hraček) na trh z pohledu ČOI	25
5.7. Stánkový prodej lihovin na kulturních a sportovních akcích	27
5.7.1. Prodej alkoholu v ČR polskými prodejci	29
5.7.2. Převoz alkoholu a tabáku mezi zeměmi EU	33
Závěr.....	34
Zdroje	35

Úvodní slovo

Základem fungování jednotného trhu zboží v rámci EU je volný pohyb zboží. I když si jednotlivé státy mohou obecné podmínky prodeje definovat libovolně samy (a to včetně omezení ohledně doručení zboží), musí mít **všichni zákazníci ze zemí EU stejnou možnost nakoupit** zboží jako místní zákazníci.

1. Obchodování mezi Polskou republikou a Českou republikou

Dovoz polských výrobků do České republiky za posledních 10 let vzrostl více než dvojnásobně. V roce 2021 obrat pohybu zboží dosáhl 708 389 milionů Kč. Obliba polských výrobků u českých zákazníků stoupá hlavně kvůli jejich nižší ceně. Časová řada obratu pohybu zboží z Polska do České republiky za posledních šest let je vidět v tabulce č.1

Tabulka 1 Obrat pohybu zboží z Polska do České republiky (mil. Kč)

Komodita	2016	2017	2018	2019	2020		2021
Zahraniční obchod celkem	518 023	547 819	574 884	591 768	589 122		708 389
0 Potraviny a živá zvířata	46 762	43 366	43 987	44 093	46 051		48 880
1 Nápoje a tabák	6 962	7 194	7 441	7 119	6 913		6 346
2 Suroviny nepoživatelné, s výjimkou paliv	15 241	17 796	17 888	16 914	17 232		23 208
3 Minerální paliva, maziva a příbuzné materiály	25 073	26 216	24 916	21 749	18 037		30 599
4 Živočišné a rostlinné oleje, tuky a vosky	10 411	5 012	3 242	3 501	3 731		5 310
5 Chemikálie a příbuzné výrobky,	52 114	57 260	60 733	64 021	66 790		82 648
6 Polotovary a materiály	125 655	131 493	136 316	131 406	127 518		170 831
7 Stroje a dopravní prostředky	173 541	187 620	204 494	222 332	220 510		246 636
8 Průmyslové spotř.	61 407	70 426	73 629	76 755	76 392		87 103

Komodita	2016	2017	2018	2019	2020		2021
zboží							
9 Komodity a předměty obchodu jinde nezatříděné	857	1 437	2 239	3 880	5 949		6 827

Zdroj: vlastní zpracování dle ČZSO¹

Z kategorie Potravin se nejvíce z Polska dováží maso a masné výrobky. Následují mléčné produkty a vejce. Významnou část importu představují vejce, obiloviny, zelenina a ovoce.

2. Požadavky EU na výrobky

Většina pravidel týkajících se výrobků v EU je v současnosti harmonizována. To znamená, že tato pravidla platí ve všech zemích EU. Pravidla se vztahují buď na skupiny výrobků, jako jsou hračky, nádobí, nebo na vlastnosti výrobku, jako je elektromagnetická kompatibilita.

Tyto požadavky lze ověřit v databázi [Access2Markets](#)². Tato databáze obsahuje informace o:

- Pravidlech a předpisech vztahujících se na výrobek,
- příslušných orgánech, na které se lze obrátit ohledně zvláštních požadavků na výrobky,
- DPH a sazbách spotřební daně uplatňovaných na výrobek v zemi EU prodeje.

Databáze Access2Markets je členěna podle celních kódů, které je potřeba znát. Pokud je celní kód neznámý, lze jej najít pomocí názvu ve vyhledávací databázi.²

Pro řadu kategorií výrobků existují **celoevropské normy a technické specifikace**. Před tím, než výrobce začne se svými výrobky v EU volně obchodovat, je jeho povinností zajistit, aby **splňovaly požadavky** příslušných předpisů Unie.

Pokud pro výrobky **pravidla na úrovni EU neexistují**, uplatňují se v každé zemi Unie odlišné specifikace. V takovém případě stačí, když **výrobky splňují pravidla platná v domovské zemi EU**.³

¹https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=VZO08-D1-ext&z=T&f=TABULKA&skupId=3570&katalog=32936&pvo=VZO08-D1-ext&str=v67&v=v130_CZEM_5584_PL#w=

² https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/compliance/identifying-product-requirements/index_cs.htm

³ Průvodce podnikáním v Evropě, 2022

Unie stanoví **základní požadavky**, které zajišťují, že výrobky obchodované v EU musí plnit přísné normy v oblasti zdraví, bezpečnosti a životního prostředí.

Požadavky se mohou týkat:

- Samotného výrobku: například hořlavosti, elektrických vlastností nebo hygieny.
- Způsobu výroby.
- Výkonnosti výrobku: například energetické účinnosti.

Právní předpisy většinou stanoví, jakého výsledku má být dosaženo nebo která rizika je třeba řešit, nestanoví však technická řešení. Někdy mohou při prokazování souladu výrobku s právními předpisy pomoci [harmonizované normy](#).

Členské státy EU mají povinnost své vnitrostátní předpisy zveřejňovat. Projít si je a dozvědět se více o zásadě vzájemného uznávání lze v [databázi TRIS](#) pro neharmonizovaná pravidla týkající se výrobků.

Požadavky podle vnitrostátních pravidel se mohou lišit zejména v těchto aspektech:

- | | |
|--------------------|-------------|
| • velikost/rozměry | • označení |
| • hmotnost | • balení |
| • složení | • testování |

3. Realizování přeshraničního prodeje v české části česko-polského příhraničí

Hnací silou rozvoje Česko - polského přeshraničního území je hledání společných hospodářských zájmů a výhod. Důraz je kladen na posílení konkurenceschopnosti, regionální ekonomické základny, na podporu rozvoje podnikatelských příležitostí a rozvoje cestovního ruchu. Cestovní ruch představuje důležitý prvek rozvoje regionu. Pomáhá tomu i realizace různých veletrhů, výstav, jarmarků, slavností a festivalů.

Protože cílem publikace je popsat podmínky prodeje uskutečňovaného právě na přeshraničních výstavách a veletrzích, jarmarcích, které představují tzv. příležitostný prodej, bude v následující kapitole popsáno, jak takový prodej může vypadat a kde může být provozován.

3.1. Možnosti příležitostného prodeje

Příležitostný prodej lze realizovat různými způsoby. Patří k nim:

- **Mobilní provozovna** je z hlediska živnostenského zákona prodejní stánek, který je na stanoveném místě umístěn po dobu kratší než tři měsíce. Pokud je tato lhůta překročena, jedná se o klasickou pevnou provozovnu (bez ohledu na charakter zdánlivé dočasnosti stavby), a podnikatel musí provozovnu nahlásit na živnostenském úřadě.

- **Stánkový prodej** je obecné označení pro komerční nabídku produktů a služeb prostřednictvím dřevěného, textilního, plastového či jiného dočasného stánku, případně prodeje z vozidla. Některé prodejní stánky zákonné požadavky pro mobilní provozovnu splňují, jiné nikoli. Stánkový prodej je bezesporu jednou z tradičních forem maloobchodního prodeje. Své místo má i na rozmanitých veletrzích. Někteří živnostníci a firmy využívají stánkový prodej sezónně (během prázdnin, v období různých svátků apod.) nebo u příležitosti jednorázových speciálních akcí, jiní prakticky celoročně.



- **Pojízdná prodejna** je obecné označení pro vozidlo (motocykl, kolo, auto, autobus apod.), upravené k prodeji zboží. Většinou se jedná se mobilní provozovny, byť mohou existovat i jiné obchodní modely.



- **Farmářské, zemědělské, řemeslné, adventní a jiné podobné trhy** jsou speciální trhové akce, pořádané v rámci určitého ideového konceptu (např. zdravý životní styl, potraviny z venkova apod.) nebo u příležitosti některých svátků. Za provoz trhu zodpovídá organizátor, resp. správce trhu. Z hlediska živnostenského zákona se většinou jedná o uskupení mobilních



provozoven. Některé trhy jsou však stálé (například Havelské tržiště v Praze a jiné) a jednotlivé stánky jsou ve skutečnosti stálými provozovny.

- **Jarmark neboli výroční trh** by z povahy svého původu měl být jedno či několikadenní prodejní událostí s využitím mobilních provozoven. Původně se jednalo o trhy pořádané k určitému výročí. Z hlediska využívání mobilních provozoven se jarmareční akce nijak neliší od jakýchkoli jiných trhů. **Jarmark je zajímavou prodejní příležitostí pro ty, kteří se živí vyráběním svíček, dekorací, dárkových balíčků, kosmetiky a jiných drobností.** Jarmark nebo veletrh může být skvělou příležitostí, jak zviditelnit svou značku a osobně se poznat se svými zákazníky. Navíc, pokud se povede vybrat hojně navštěvovanou akci, získat pěkné prodejní místo a udržet rozumné náklady, může to být finančně zajímavý tah.
- **Individuální stánkový prodej** je v obecné rovině prodej v mobilní provozovně mimo místa a termíny organizovaných trhů. Prodejce musí splňovat všechny standardní požadavky pro mobilní provozovny.



- **Kiosek** je drobná užitková stavba sloužící k maloobchodnímu prodeji novin, časopisů, tabákových výrobků, balených nápojů a jídla. Ovšem pozor: Většina kiosků není mobilní, ale pevnou provozovnou, protože stojí na svém místě déle než tři měsíce.⁴

3.1.1. Základní podmínky provozování příležitostného prodeje

Každý prodejní stánek musí být viditelně označen. Povinná cedule na mobilní provozovně musí ze zákona obsahovat:

- Název firmy nebo jméno a příjmení podnikatele (fyzické osoby)
- Identifikační číslo
- Kontaktní adresu (sídlo)
- Jméno a příjmení odpovědné osoby

⁴ <https://www.businessinfo.cz/navody/mobilni-provozovna-jak-na-stankovy-prodej/>

3.1.2. Základní hygienická pravidla pro stánkový prodej potravin

Protože častým sortimentem, který Poláci prodávají v České republice je ovoce a zelenina, je potřeba zmínit pravidla pro stánkový prodej s tímto sortimentem.

Každá osoba pracující v oblasti, kde se zachází s potravinami, musí udržovat vysoký stupeň osobní čistoty, musí nosit čistý ochranný oděv odpovídající charakteru činnosti a musí mít u sebe zdravotní průkaz. Při výrobě potravin a jejich uvádění do oběhu se nesmí kouřit a musí se vyloučit jakékoli nehygienické chování.

1. Prostory a veškeré zařízení musí být umístěno, konstruováno a udržováno v čistotě a dobrém stavu tak, aby neohrozilo bezpečnost potravin. Musí být prováděn pravidelný úklid.
2. Musí být zajištěno vhodné zařízení pro udržování osobní hygieny, prostředky na hygienické mytí a osoušení rukou (tekuté mýdlo a papírové ručníky), prostor pro převlékání a vyčleněné WC pro potravináře oddělené od veřejnosti.
3. Povrchy přicházející do styku s potravinami musí být hladké, celistvé a snadno čistitelné, je-li to nezbytné dezinfikovatelné.
4. Musí být zajištěno čištění potravin, pokud k němu dochází, pracovních nástrojů, zařízení a pracovních ploch.
5. K dispozici musí být odpovídající přívod studené pitné vody v případě, že je tato voda používána k výrobě pokrmů či nápojů a teplá voda pro zajištění osobní a provozní hygieny. Voda musí být vedena tak, aby nebyla negativně ovlivněna její chuť nebo složení (nevhodné jsou např. zahradní hadice).
6. Odpady musí být ukládány do uzavíratelných nádob, odstraňovány z prostor kde se zachází s potravinami co nejrychleji, nesmí se hromadit a musí být nezávadně likvidovány.
7. Potraviny musí být skladovány dle vzájemné slučitelnosti, tak aby nedocházelo k riziku vzájemné kontaminace (syrové maso a vejce nesmí být skladovány s ostatními potravinami, rovněž neочиštěná zelenina). Musí být dodrženy skladovací podmínky (např. chladničky a mrazničky vybavené teploměry) vhodné pro daný typ potravin či pokrmu. Potraviny musí být uchovávány dle pokynů výrobce.
8. Na místě musí být k dispozici veškeré nabývací doklady na potraviny a pokrmy a veškeré potraviny musí být řádně značeny. Pro výrobu pokrmů nesmí být používány potraviny s prošlou záruční dobou, v netěsných, špinavých a potrháných obalech anebo se známkami napadení škůdci.

9. Dopravní prostředky a zařízení používané pro přepravu potravin musí být udržovány v čistotě, dobrém stavu, musí chránit potraviny před nežádoucími vlivy a umožňovat čištění nebo dezinfekci.

10. Do oběhu smí být uváděn jen takový sortiment potravin a pokrmů, pro který jsou v provozovně (stánku) vytvořeny patřičné podmínky zabezpečující jejich nezávadnost. Provádět jejich kontrolu a vést patřičnou evidenci o plnění nezbytných požadavků. Další materiály včetně platné legislativy a výkladů k ní lze nalézt na www.khshk.cz.⁵

3.2. Konkrétní příležitostné akce konané v rámci Libereckého kraje

Pravidelné příležitostné akce a jarmarky, na nich lze prodávat produkty jak české tak polské jsou vidět v následující tabulce č 2.

Tabulka.2 Harmonogram příležitostných akcí v Libereckém kraji

Leden – únor Bedřichov - Jizerská 50, Bedřichov https://jiz50.cz/ Liberecký masopust Masopust na Dlaskově statku a další Farmářské trhy na Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku a Tanvaldsku	Červenec-srpen Hejnice - Hejnické slavnosti Jizerka/Kořenov – Anenská sklářská slavnost Liberec - Benátská noc, https://www.benatska.cz/ Jablonec n. Nisou - Křehká krása, http://www.krehkakraza.cz/ Smržovka – Letní slavnost EURION Liberec - Crystal Valley Week, https://crystalvalley.cz/ Hudební festivaly- Malá skála, Svijany Farmářské trhy na Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku a Tanvaldsku
--	--

⁵ http://www.khshk.cz/khsdata/hv/aktuality/hygienicke_minimum_stankovy_prodej.pdf

<p>Březen – duben Jablonec nad Nisou - EuroregionTour - festival zážitků, https://www.kulturajablonec.cz/akce/euroregion-tour-2023-festival-zazitku-v-trojzemi/</p> <p>Velikonoční trhy na Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku a Tanvaldsku Farmářské trhy na Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku a Tanvaldsku</p>	<p>Září- říjen Jablonec nad Nisou – Jablonecké podzimní slavnosti Maloskalský jarmark http://www.maskamaloskalsko.cz Kristiánov/Bedřichov - Mariánská Sklářská pouť Železný Brod - Skleněné městečko-festival sklářského řemesla http://www.sklenenemestecko.cz; Nové Město pod Smrkem – Historický jarmark Farmářské trhy na Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku a Tanvaldsku</p>
<p>Květen – červen Majáles Liberec Liberecký jarmark, https://www.trhyvliberci.cz/</p> <p>Frýdlant - Valdštejské slavnosti https://www.valdstejske-slavnosti.cz/ Železnobrodský jarmark http://www.zeleznobrod.cz Liberec - Prima Fresh festival, http://festival.fresh.iprima.cz/ Krásná - Josefovská pouť na Kittelovsku Valdštejská pouť Farmářské trhy na Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku a Tanvaldsku</p>	<p>Listopad- prosinec Adventní trhy nejen na zámcích, hradech, ale po celém Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku, Tanvaldsku Vánočné trhy na Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku a Tanvaldsku Turnov - Vánoční řemeslnické trhy Farmářské trhy na Liberecku, Frýdlantsku, Jablonecku a Tanvaldsku</p>

Zdroj: vlastní zpracování dle Libereckého kraje⁶

Tyto akce jsou většinou uvedeny v kalendářích na internetových stránkách jednotlivých měst a obcí. Většina má již určitou tradici, ale vznikají i nové akce.

⁶ <https://www.liberecky-kraj.cz/cs/sekce-pro-podnikatele-a-partnery/>

4. Nabídka českých regionálních výrobků

Protože během příležitostného prodeje se ve velké míře prodávají regionální výrobky, bude tato kapitola věnována regionálním výrobkům na české straně česko-polského pohraničí.

Každý region v České republice má svůj vlastní neopakovatelný charakter, daný přírodním bohatstvím, kulturou a staletými tradicemi jeho obyvatel. Také výrobky a produkty pocházející z určité oblasti nesou část tohoto charakteru – je do nich vložena práce tamních řemeslníků a zemědělců i část jejich duše. Návštěvníkům pak nabízí specifickou pohostinnost a neopakovatelné zážitky a právě regionální výrobky

Regionální značení představuje možnost zviditelnění konkrétního regionu a může upozornit na zajímavé produkty, které v regionu vznikají, dále regionální značení usnadňuje návštěvníkům regionu orientaci v nabízených službách. Čadilová (2011, s. 8) říká, že: „Regionální značení je jedna z cest, jak zviditelnit venkovské regiony a podpořit rozvoj sociálně, kulturně a environmentálně orientované ekonomiky v oblastech, které jsou zajímavé svým přírodním a kulturním bohatstvím. Hlavní podporovanou skupinou jsou zdejší podnikatelé (řemeslníci, zemědělci, malé a střední firmy), jejichž schopnosti a dovednosti pomáhají šířit dobré jméno regionu, a naopak pro ně znamená identifikace s regionem jedinečnou marketingovou příležitost. Autoři poznamenávají, že regionální značení lze chápat jako systém záruk pro zákazníka, který například spočívá v kvalitě (Ittersum V. K., Candel, M. J., & Meulenberg, M. T. G., 2003; Guerrero et al., 2009), bezpečnosti (Chalupová M., Prokop M., & Rojík, S., 2012) či ekologii (Lardelli et al., 2006) výrobku. Jak poznamenává Lardelli et. al (2006) pro lidi z daného regionu, a hlavně region samotný, poskytuje regionální značení produktů i tzv. Regionální přidanou hodnotu.

Koncept regionálního značení přispívá k ekonomickému oživení regionu. U místních obyvatel zvyšuje sounáležitost s regionem a iniciuje různé formy spolupráce v regionu mezi podnikateli, veřejnou správou, neziskovým sektorem i ochranou přírody. Regionální značení je určeno jak návštěvníkům regionu, kterým dovoluje objevovat region a užívat si jeho atmosféru novým, netradičním způsobem, tak i místním obyvatelům.

Problematika označování potravin patří dle Ministerstva zemědělství mezi nejsložitější oblasti potravinového práva. Jeho prostřednictvím výrobci informují spotřebitele o charakteru potravin, jejího složení, době trvanlivosti či obsahu alergenů. Dále tato označení jsou velmi často doprovázena dalšími marketingovými značkami potravinových produktů, které mají napomoci budovat hodnotu značky v očích zákazníků a umožnit jim porozumět a vybudovat si vztah k dané značce.⁷

V České republice lze vysledovat několik různých systémů označování potravin, přičemž pomyslným základním dělením je možné tyto systémy rozdělit na základní dvě skupiny:

⁷[https://eagri.cz/public/web/mze/vyhledavani/index\\$41111.html?query=ozna%C4%8Dov%C3%A1n%C3%AD+potravin&segments=eagri.mze.ministerstvo_zemedelstvi](https://eagri.cz/public/web/mze/vyhledavani/index$41111.html?query=ozna%C4%8Dov%C3%A1n%C3%AD+potravin&segments=eagri.mze.ministerstvo_zemedelstvi)

státem financované iniciativy označení potravin (např. značka „KLASA“) a soukromé iniciativy označení potravin (např. značky ve vlastnictví Asociace regionálních značek). Některé regionální značky nejsou zahrnuty v systému značení Asociace, ačkoliv v řadě případů s ní spolupracují či se od ní významně inspirovaly systémem certifikace.

4.1. Regionální produkty české části česko-polského pohraničí

Značky „Regionální produkt“ a „Regionální potravina“ jsou pro místní marketing velmi důležité, protože upozorňují spotřebitelskou veřejnost viditelným a atraktivním způsobem na přednosti těchto produktů - místní původ, návaznost na tradice, vysokou kvalitu a užitnou hodnotu. Též z pohledu lokální ekonomiky jsou regionální značky velkým přínosem, protože pomáhají udržet tržbu z místní produkce v daném regionu.

Většina místních značek má společný základ v pravidlech pro označování výrobků příslušným logem, důraz je pak kladen na místní původ výrobce či výroby. Dále hrají v kritériích důležitou roli původnost místních surovin a šetrnost výrobku i samotného procesu výroby k životnímu prostředí a samozřejmě také kvalita. Přednost mívají výrobky s dlouholetou tradicí nebo vyráběné tradičními postupy, ačkoliv toto kritérium nebývá striktně dané.

Pro českou oblast blízko polským hranicím v rámci Euroregionu Nisa patří regionální značky:

Regionální produkt Jizerské hory



Pod touto značkou lze najít výrobky řemeslníků, zemědělců a potravinářů, kteří v oblasti Jizerských hor a Frýdlantska vytvářejí produkty spjaté s tímto regionem. V nabídce jsou regionální potraviny, umělecké předměty i předměty denní potřeby.

Obrázek 2: Značka Regionální produkt Jizerské hory
Zdroj:⁸

⁸ <https://www.jizerske-vyrobky.cz/>

Regionální produkt Lužické hory a Máchův kraj



Cílem místní značky "Regionální produkt Lužické hory a Máchův kraj", – je garance místního původu výrobku a jeho vazby na výše uvedenou oblast, ale také jeho kvalitu a šetrnost vůči životnímu prostředí. Nositelem značky je místní akční skupina LAG Podralsko.

Obrázek 3: Značka Regionální produkt Lužické hory a Máchův kraj

Zdroj:⁹

Regionální produkt Český ráj



Turistickou oblast Českého ráje zastupuje značka Regionální produkt Český ráj. O udělení značky může požádat kterýkoli výrobce, mající sídlo v turistickém regionu Český ráj – řemeslník i výrobce potravin či zemědělec. Certifikováni mohou být např. nositelé místních tradičních řemesel – kamenáři, šperkaři, výrobci keramiky, skla, bižuterie či textilních produktů, zemědělci i výrobci potravinářských

a dalších přírodních produktů. Certifikovaným výrobcem se může stát fyzická i právnická osoba.

Obrázek 4: Značka Regionální produkt Český ráj

Zdroj:¹⁰

⁹ <https://www.dobry-vyrobek.cz/>

¹⁰ <https://www.regionalniprodukt.cz/>

Krkonoše – originální produkt



Na území Krkonoš se lze při nákupech setkat s výrobky označenými speciálním logem Krkonoše – originální produkt®. Tato značka patří do asociace regionálních značek a znamená, že výrobky prošly přísným procesem certifikace, který zákazníkovi garantuje jejich skutečný původ v Krkonoších.

Obrázek 5: Značka **Krkonoše – originální produkt**

Zdroj: ¹¹

Místní původ však není jedinou podmínkou pro udělení značky. Značené výrobky musí přispívat k dobrému jménu regionu, proto musí být také:¹²

- Dostatečně **kvalitní**,
- **šetrné** vůči životnímu prostředí,
- **jedinečné** ve vztahu ke Krkonošům - vyrobené tradiční technologií, ručně nebo z místních surovin, výjimečné svou vysokou kvalitou.

Všechny tyto značky mají své správce, kteří se snaží o vyhledávání potenciálních držitelů značky v regionu, o propagaci značky navenek a v řadě případů pořádají pro výrobce společné prodejní akce a jarmarky. Správci značek regionálních produktů mají definované vlastní podmínky pro udělení certifikace.

¹¹ <https://www.regionalni-znacky.cz/krkonose/>

¹² https://www.lksobe.cz/?select=&lp_s_loc=&lp_s_tag=&lp_s_cat=&s=home&post_type=listing

4.2. Regionální produkt Jizerské hory

Tato značka je dodávána výrobkům v oblasti Jizerských hor a Frýdlantska. Koordinátorem značky je MAS Frýdlantsko, z.s., která spolupracuje s Turistickým regionem Jizerské hory a Městem Smržovka. Značku mohou získat výrobky, které vznikají v regionu Jizerských hor a jsou zhotovovány s převážným podílem rukodělné práce. Výrobky mohou být tradiční, ale i designové.¹³

Pod touto značkou se objevují výrobky místních zemědělců, řemeslníků, umělců a potravinářů. Najdete zde zajímavé šperky, dřevěné nebo textilní hračky, tradiční perníčky, český med, bio hovězí nebo originální bavlněné oděvy. Regionální značka je doklad, že jde o místní výrobky a to v kategorii:

- [Dům a zahrada](#)
- [Jídlo a pití](#)
- [Na sebe](#)
- [Zážitky](#)

V kategorii jídlo a pití jsou zařazeni nositelé výrobci medu, masa, marmelád, čaje, chleba, zmrzliny, piva a nealko nápojů.¹⁴

Nositelé značky získají:

- Zajímavé marketingové spojení s Jizerskými horami,
- prezentace na společném webu a sociálních sítích,
- prezentace v dalších materiálech, na kterých správce značky spolupracuje,
- možnost účastnit se společných prezentací a projektů,
- možnost seznámit se s jinými výrobci a vytvořit nová partnerství,
- možnost získat grant Libereckého kraje,
- posílí sounáležitosti s Jizerskými horami.

Značku Regionální produkt Jizerské hory může nést také prodejna, správce značky ale nezajišťuje smlouvy a dodávky s výrobci. U prodejny musí být splněno několik předpokladů a to:

- Musí jít o malé nebo střední obchody (kamenné, informační centra, muzea, galerie, prodej v ubytovacích zařízeních nebo přímo u výrobce).
- Musí být zajištěna garance prodeje certifikovaných výrobků (prodej od nejméně 3 nositelů značky).
- Zákazníci mají k dispozici informace (o výrobku, o značce, o výrobcích – mapu, karty výrobců).

¹³ <https://www.jizerske-vyrobky.cz/nositele/>

¹⁴ <https://www.jizerske-vyrobky.cz/obchod/>

- Výrobky se značkou jsou odlišeny (přímo v prodejně je speciálně odlišené místo – regál, box apod. s označenými výrobky).
- Prodejní místo se nachází na území Jizerských hor (resp. na území spadajícím do území působnosti značky).¹⁵

5. Prodej polských výrobků na trzích a jarmarcích na území ČR

Častým polským sortimentem příležitostného prodeje je především zelenina, ovoce, uzenina, tvarohy, sýry, různé zavařeniny a řemeslné výrobky. Následující řádky budou tedy věnovány především tomuto sortimentu a také prodeji alkoholu.

Podle zákona [č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele](#), ve znění pozdějších předpisů, nikdo nesmí klamat spotřebitele, uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné, dvojsmyslné nebo přehnané údaje anebo zamlčet údaje o skutečných vlastnostech výrobků nebo služeb či úrovni nákupních podmínek. Za klamání spotřebitele se považuje také nabídka nebo prodej výrobků nebo zboží (např. obuv, oděvy, hodinky, parfémy) porušujících některá práva duševního vlastnictví, jakož i skladování těchto výrobků nebo zboží za účelem nabídky nebo prodeje.

Na začátku celého procesu je dobré zjistit, jestli prodejce bude mít k dispozici celý stánek nebo jestli si musí veškerý mobiliář přivést sám. Každý jarmark a veletrh to může mít jinak.

5.1. Podmínky pro prodej na stáncích

Podmínky k prodeji na stáncích jsou stanoveny stejně jako v případě kamenných obchodů, a to [nařízením Evropského parlamentu a rady \(ES\) č. 852/2004](#), o hygieně potravin. Tato příloha stanovuje obecné hygienické podmínky a požadavky pro všechny provozovatele maloobchodu. Kapitola III přílohy II stanovuje požadavky na pojízdné nebo přechodné prostory (například prodejní stany, stánky na trhu, pojízdné prodejny), prostory užívané především jako soukromý obytný dům, v němž se však pravidelně připravují potraviny k uvedení na trh, a na prodejní automaty.

Provozovatelé stánků musí podle těchto předpisů především zabezpečit, aby prostory stánku byly, a to v prakticky dosažitelné míře, umístěny, navrženy, konstruovány a udržovány v čistotě a v dobrém stavu tak, aby nedocházelo k riziku kontaminace, a to zejména zvířaty a škůdci. Podnikatel dále musí dodržet požadavky na bezpečnost a jakost nabízených potravin.

Prodávající má také možnost kontaktovat příslušný inspektorát, podle místa prodeje, kde mu pověření pracovníci poradí, co zlepšit. Více na: [Chci si založit prodejní stánek. Jak na to?](#)

¹⁵ <https://www.jizerske-vyrobky.cz/jak-prodavat/>

Živnostenské oprávnění

Dočasné poskytování služeb občanem členského státu EU upravuje § 69a zákona č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání v platném znění ([živnostenský zákon](#)). Obecně platí, že každý občan členského státu EU může na území jiného státu provozovat podnikatelskou činnost v rozsahu svého živnostenského oprávnění.

Při případné kontrole je pak dle bodu 4) § 69a živnostenského zákona povinen prokázat se mimo jiné průkazem totožnosti a dokladem o svém živnostenském oprávnění.

Živnostenské oprávnění pro prodej ve stáncích a mobilních provozovnách není třeba pouze v případě jednorázového, nesoustavného prodeje. Pokud fyzická osoba neprovozuje přímo stánek s občerstvením, ale chce prodávat přebytky z vlastní zahrady, nepotřebuje živnostenské oprávnění. A to podle informací ze živnostenského úřadu ani tehdy, pokud je bude prodávat opakovaně. Ani v tomto případě však nesmí prodejce zapomenout uvést cenu svého zboží, mít cejchovanou váhu, pokud prodává zboží na váhu, a také být schopen vystavit paragon, pokud ho zákazník požaduje. **U prodeje přebytků z vlastní zahrady či chovatelské činnosti je důležité právě slůvko „vlastní“.** Pak se nejedná o živnost (§ 3 odst. 3) bod f) živnostenského zákona).

Prodej je dále regulován zvláštními předpisy, např. zákaz prodeje lihovin a tabákových výrobků podle [zákona o spotřebních daních](#) může být usměrněn i tržními řády vydanými jako nařízení obce.¹⁶

5.2. Označení stánku, oznámení úřadu a tržní řád

Provozovnou se rozumí prostor, v němž je provozována živnost. Za provozovnu se považuje i automat nebo obdobné zařízení sloužící k prodeji zboží nebo poskytování služeb a **mobilní provozovna** (je přemístitelná a není umístěna na jednom místě po dobu delší než **tři měsíce**). Vzhledem k rozšířené definici provozovny se stánkový prodej z hlediska zákona stává rovnocenným s prodejem ve stálé provozovně. Za provozovnu je tedy považován každý stánek, včetně plátěného skládacího stánku na trhu či ulici, který každý den jeho majitel odváží domů.

Na označení stánku a pojízdné prodejny jsou kladeny stejné nároky jako na ostatní provozovny, a to včetně povinnosti vyvěšení informace o plánovaném uzavření stánku díky její definici v zákoně. Provozovněm se věnuje [§ 17 živnostenského zákona č. 455/1991 Sb.](#), následně o ni mluví ještě [§ 7 obchodního zákoníku č. 513/1991 Sb.](#)

¹⁶ <https://www.podnikatel.cz/clanky/jak-na-stankovy-prodej-a-mobilni-provozovny/>,

At' už prodejce prodává příležitostně bez oprávnění nebo pravidelně jako živnostník, musí mít prodejní **stánek viditelně označen** svou **obchodní firmou, příp. jménem a příjmením, a identifikačním číslem**, pokud ho máte přidělené.

Pokud podniká, nesmí zapomenout také **označit odpovědnou osobu a adresu sídla nebo místa podnikání**. Povinností také je, aby byl návštěvníkům k dispozici **člověk mluvící česky**. S provozovnou se pojí i další povinnosti. Otevření mobilní provozovny není potřeba na živnostenský úřad ohlašovat. Určitě je ale dobré mít s sebou **průkaz totožnosti a živnostenský list**.

Jednotlivé obce mají svůj **řád pro pořádání trhů**, proto je vždy dobré si jej dohledat podle toho, v jaké obci se bude třeba jarmarku konat. Pokud podnikatel míří na veletrh, je potřeba si vyžádat **veletržní řád**, aby bylo jasno, jaké podmínky diktuje pořadatel veletrhu.

- Při prodeji potravin je prodejce povinen informovat **Státní zemědělskou a potravinářskou inspekce (SZPI)**.
- Pokud se jedná o prodej občerstvení, potřebuje prodejce **vyjádření Krajské hygienické stanice (KHS)**.
- U masných výrobků také **vyjádření Krajské veterinární správy (KVS)**.
- Pokud si prodává vlastnoručně vyráběnou kosmetiku, musí mít potřebné **certifikace**.

EET a stánkový prodej na jarmarku nebo veletrhu

Od 1. ledna 2023 se ruší EET (neboli elektronická evidence tržeb) a to nejen evidenční povinnost samotná, tj. povinnost zasílat údaje o tržbách správci daně a vystavovat účtenky ve smyslu zákona o evidenci tržeb, ale také všechny povinnosti vyplývající ze zákona o evidenci tržeb, tedy i povinnosti umístit informační oznámení, ochrany autentizačních údajů, certifikátu a bloků účtenek (pokud je poplatníci již obdrželi za účelem plnění povinností ve zvláštním režimu).¹⁷

¹⁷<https://www.financnisprava.cz/cs/financni-sprava/media-a-verejnost/tiskove-zpravy-gfr/tiskove-zpravy-2022/zruseni-elektronicke-evidence-trzeb-od>

5.3. Praktická doporučení pro prodejce

- Doporučuje se vzít alespoň dvojnásobek toho, kolik by prodejce chtěl prodat. Jen výjimečně se podaří prodat úplně všechno, ale zákazníci mají rádi výběr, což u poloprázdného stánku jde jen těžko. U potravin zase je potřeba zvážit očekávaný počet zákazníků, abys toho nakonec příliš nezbylo a nezkazilo se to.
- Je dobré si také **rozměnit peníze na drobné** buď v bance, nebo na poště. K úschově peněz dobře poslouží **uzamykatelná pokladna** nebo odolná a prostorná **ledvinka** na bezpečnostní přezku. Pokud prodává prodejce vlastní rukodělné výrobky, neměl by zapomenout na **vizitky** nebo **letáčky**. Zájemci se pak mohou ozvat a třeba si později objednat něco na míru. Případně se dobré zamyslet se nad rozdáváním slevových kuponů. Slevové kupóny mohou být zajímavou součástí nebo doplňkem marketingové strategie. Efektivně motivují zákazníky, aby u prodejce (opět) nakoupili. Důmyslně nastavený termín platnosti na ně navíc vytváří nenásilný psychologický tlak, aby speciální nabídku nezmeškali a nepřišli o výhodnější cenu. Protože když zákazník ví, že sleva platí jen pár dní, tím spíš nabídky využije a nezapomene na ni. Slevové kupóny si lze vytvářet podle mnoha kritérií a k různým příležitostem.
- Je také dobré zvážit, **jestli se investice vyplatí**. Je možné oslovit jiné firmy, které jarmark nebo veletrh navštěvují, jestli se jim to vyplácí a jakou účast odhadují. Pak je otázkou, s jakým cílem na jarmark prodejce míří – jestli chce upevnit svou značku, potkat se se zákazníky, rozdat letáčky a doufat v budoucí objednávky, anebo jestli cílí spíš na vyšší jednorázový zisk.¹⁸

5.4. Kompetence možných kontrol

Příležitostný prodej je kontrolován ze strany různých státních orgánů. Stěžejní je brát na zřetel, jaké produkty bude prodejce ve svém stánku prodávat. Podle toho se pak rozdělují kompetence pro kontrolu ze strany úřadů. Kompetence se dělí na:

- **Státní zemědělská a potravinářská inspekce - SZPI**, kontroluje v rámci stanovených kompetencí, zemědělské výrobky, potraviny nebo tabákové výrobky, zpracované potraviny živočišného původu, (pokud nejsou schválené SVS) a rovněž předměty a materiály přicházející do styku s potravinami na schválených i neschválených tržištích, Od roku 2015 přibyla do kompetencí SZPI také kontrola reklamy a kontrola pokrmů v některých zařízeních společného stravování. Tyto kompetence se vztahují na uvádění na trh, tedy mimo jiné na výrobu, uchování, přepravu i prodej (včetně dovozu).¹⁹

¹⁸<https://blog.shoptet.cz/jedete-prodavat-na-veletrh-nebo-jarmark-nezapomente-na-tyto-povinnosti/>

¹⁹<https://www.szpi.gov.cz/>

- **Státní veterinární správa ČR - SVS** kontroluje nezpracované potraviny živočišného původu, prodávané na schválených i neschválených tržistiích (ryby, čerstvé maso, med), potraviny živočišného původu, zpracované na schválené tržnici či tržišti.²⁰
- **Orgány ochrany veřejného zdraví** (krajské hygienické stanice) pak prověřují provozovny, které mají vysloveně charakter občerstvení např. stánek s grilovanými kuřaty. Do jejich kompetence spadá také kontrola kosmetiky, hraček, textilu a záclon.²¹

Průběh kontroly

Prověřovány jsou jednak podmínky pro prodej všech nabízených potravin, způsob jejich skladování, značení a prodeje. Neméně důležitým parametrem je kontrola dodržování zásad osobní a provozní hygieny; používání pracovních oděvů; čistota ploch a nářadí. Zde jsou také nejčastěji zjišťovány nedostatky (např. ve vybavení stánků prostředky k mytí či očištění rukou, poškozené pracovní nebo prodejní plochy a nářadí). Při kontrolách jsou prioritou rizikové potraviny, mezi které patří, vedle cukrářských výrobků, masné a mléčné výrobky.

Problémem bývá skladování potravin mimo stanovených teplot – tedy nikoliv v chladnici. Často je zaznamenáno porušení provozní hygieny, také nedostatečná sanitace podávacího náčiní. Součástí kontroly je i kontrola značení a dodržení spotřební lhůty. Předmětem zájmu inspektorů je také okolí stánků a prodejen, zda je udržované a čisté.

Pokud podnikatel tímto způsobem prodává potraviny, je nezbytné, kromě požadavků na bezpečnost a jakost potravin, dodržet i níže uvedené zásady. Jejich dodržování je předmětem kontroly samotné.

6 tipů pro bezproblémový provoz stánku či mobilní provozovny:

- Nebalené potraviny chránit před prachem, dotykem se zemí, kontaktem s kupujícími (ti nesmí na nabízené potraviny sahat, kýchat, kašlat...), kontaktem s rukama prodejce (ideální je s nebalenými potravinami manipulovat podávacími kleštěmi nebo s použitím jednorázových rukavic).
- Plochy stánku, na které jsou kladeny potraviny, musí být omyvatelné a udržovány v čistotě.
- Potraviny vyžadující chlazení (maso, masné a mléčné výrobky, sýry, mléko, čerstvé šťávy, rybí výrobky, cukrářské výrobky apod.), uchovávat v chladícím zařízení.
- Mít přístup k sociálnímu zařízení.

²⁰ <https://www.svscr.cz/>

²¹ <https://www.khs.cz>

- Při prodeji nebalených potravin, u nichž případně dochází i k dělení, mít zajištěnu pitnou vodu, dle potřeby i teplou vodu, pokud nebude vyřešena očista náradí a rukou jiným vhodným způsobem.
- Není-li podnikatel registrován příslušného kontrolního úřadu, musí to hned zajistit, jinak porušujete zákon. ²².

5.5. Prodej potravin, ovoce, zeleniny a jeho kontrola SZPI

Potraviny, které se na český trh dostávají z jiné členské země Evropské unie, se nepovažují za dovezené. Při obchodování v rámci členských zemí EU se uplatňuje tzv. volný pohyb zboží. K obchodování není potřeba žádná speciální povolení ani certifikáty. Potravina musí být bezpečná, správně označená a musí splňovat příslušné obecně závazné právní předpisy. Všechny potraviny uváděné na trh v rámci EU musí splňovat obecné požadavky na označování stanovené nařízením EU 1169/2011 (u nás byly požadavky na označování zapracovány do [zákona č. 110/1997 Sb.](#), Zákona o potravinách a tabákových výrobcích. Důležitým předpisem je Nařízení Evropského parlamentu a Rady 178/2002/ES, které stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin, ve znění pozdějších předpisů.

Potraviny mohou spadat buď do sféry **harmonizované** (pro potravinu existuje evropský právní předpis), nebo **neharmonizované** (pro potravinu neexistuje evropský předpis). V případě sféry harmonizované musí potravina splňovat požadavky stanovené v příslušném evropském právním předpisu. V případě sféry neharmonizované musí být splněny požadavky národního předpisu té členské země, kde byla potravina vyrobena nebo poprvé uvedena daným dovozcem do oběhu v rámci EU (pokud například splňuje český chleba požadavky stanovené naší komoditní vyhláškou, nesmí být odmítnut v jiném členském státě EU, pokud je bezpečný - tzv. **princip vzájemného uznávání**). Princip vzájemného uznávání je upraven v § 11a zákona o potravinách a je základním principem pro uvádění potravin z jiných členských států EU na český trh.

Označování potravin

U všech potravin a nápojů prodávaných v EU musí být na obalu uvedeny základní informace, které konečnému spotřebiteli pomohou se při nákupu kvalifikovaně rozhodnout. Pokud podnikatel plánuje vyrábět, dovážet nebo prodávat potraviny v EU, zde se dozví, jaké jsou povinnosti ohledně jejich označování: [Označování potravin: obecná pravidla](#)

²²<https://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?prn=1&baf=0&nid=&doctype=ART&docid=1020280&chnum=4&inqResults=11357>

Výživové údaje poskytují informace o energetické hodnotě výrobku a obsahu živin v něm. Vyžadují se u všech balených potravin a nápojů prodávaných v EU.

Pokud potravinářské výrobky obsahují přísady, musí splňovat zvláštní požadavky na označování v závislosti na trhu, kde se prodávají.

Doplňky stravy musí být také v souladu s předpisy EU. Pokud podnik může vědecky prokázat, že potravinářský výrobek má zdravotní a výživové přínosy, musí se při uvádění těchto tvrzení řídit specifickými pravidly.²³

Ovoce a zelenina

Uvádění čerstvého ovoce a zeleniny a např. i konzumních brambor na trh **musí podnikatel oznámit** dle § 3a zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích **na SZPI** nejpozději v den zahájení uvádění na trh.

Pro uvádění **volně rostoucích jedlých hub** na trh nebo k dalšímu zpracování pro potravinářské účely musí podle § 3 odst. 8 zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích mít provozovatel potravinářského podniku či prodejce osvědčení prokazující znalost hub. Toto osvědčení vydávají krajské hygienické stanice na základě úspěšného složení zkoušky ze znalosti hub. Na trh lze uvádět pouze takové produkty, které splňují požadavky příslušných platných právních předpisů a za podmínek jimi stanovených.

Jakostní požadavky na čerstvé ovoce a zeleninu jsou stanoveny v nařízení EU č. 543/2011, které bylo přijato na základě nařízení EU č. 1308/2013, kterým se stanoví společná organizace trhů se zemědělskými produkty.. **Podrobné požadavky, kde jsou vymezeny třídy jakosti, podmínky balení a požadavky na označování, se týkají pouze vybraných druhů ovoce a zeleniny**, na které se vztahují požadavky **tzv. zvláštních obchodních norem**.

Ostatní druhy čerstvého ovoce a zeleniny musí odpovídat parametrům **všeobecné obchodní normy**. Dané povinnosti platí bez výjimky všechny provozovatele potravinářských podniků, včetně prodejců jak v kamenných obchodech, tak v tržnicích i na stáncích např. podél silnic.²⁴

Protože jednou z komodit prodávaných polskými prodejci v ČR bývají **ryby**, následující odstavec jsou informace z Krajské hygienické stanice:

Základní informace týkající se uzení ryb poskytuje Nařízení Evropského parlamentu a Rady ES č. 852/2004 o hygieně potravin, dále Nařízení Evropského parlamentu a Rady ES č.

²³ https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/index_cs.htm

²⁴ <https://www.szpi.gov.cz/clanek/informovani-podnikatelu-o-uvadeni-cerstveho-ovoce-a-zeleniny-konzumnich-brambor-a-hub-na-trh.aspx>

853/004, kterými se stanoví zvláštní hygienická pravidla pro potraviny živočišného původu a vyhláška č. 69/2016 o požadavcích na maso, masné výrobky, produkty rybolovu a akvakultury a výrobky z nich, vejce a výrobky z nich. V obecnější rovině pak je to [zákon č. 166/1999 Sb. - veterinární zákon](#) a zákon č.110/1997 o potravinách a tabákových výrobcích.²⁵

Kontrola

Kontrolu prodeje čerstvého ovoce a zeleniny provádí SZPI dle prováděcího nařízení Komise EU č. 543/2011, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady ES č. 1234/2007 pro odvětví ovoce a zeleniny a odvětví výrobků z ovoce a zeleniny. Toto prováděcí nařízení bylo přijato na základě nařízení EU č. 1308/2013, kterým se stanoví společná organizace trhů se zemědělskými produkty. Požadavky nařízení Komise se vedle čerstvého ovoce a zeleniny vztahují i na některé skořápkové plody ve skořápce a pěstované houby. Brambory tímto nařízením ošetřeny nejsou. Toto nařízení stanoví také pravidla pro vydávání osvědčení o shodě s obchodními normami pro čerstvé ovoce a zeleninu, pokud jsou v souladu s obchodními normami.

Osvědčení o shodě je vydáváno pouze při dovozu či vývozu čerstvého ovoce a zeleniny ze třetích zemí. Při obchodování v rámci území EU osvědčení vystavována nejsou.

Takže **při dovozu čerstvého ovoce a zeleniny do ČR z Polska není tedy od SZPI potřeba žádné potvrzení.** Odběratel a dodavatel si mohou v rámci dodavatelsko-odběratelských vztahů dohodnout specifické podmínky dodávaných produktů. V každém případě musí dodavatel dodržet podmínky dané nařízeními EU, čerstvé ovoce a zelenina musí odpovídat obchodním normám uvedených v nařízení (EU) č. 543/2011.²⁶

Obchodní normy

Obchodní normy stanovují detailní požadavky pro jednotlivé druhy ovoce a zeleniny, které lze uvádět na trh, pouze pokud tyto obchodní normy splňují. Pro nejvíce obchodované produkty byly přijaty zvláštní obchodní normy, pro ostatní normy platí všeobecná obchodní norma. Obchodními normami jsou stanoveny minimální požadavky na jakost, velikost, způsob balení, obchodní úprava a o označování ovoce a zeleniny. Čerstvé ovoce a zeleninu lze uvádět na trh, pouze pokud je uvedena země původu.

Zvláštní obchodní normy

²⁵ <https://www.khs.cz>

²⁶ <https://www.szpi.gov.cz/clanek/certifikace-ovoce-a-zeleniny.aspx>

Ve zvláštních obchodních normách jsou stanoveny podrobné požadavky pro následujících 10 druhů ovoce a zeleniny:

jablka	papriku zeleninovou
hrušky	salát, endivii kadeřavou letní a endivii zimní
citrusové plody	stolní hrozny révy vinné
jahody	broskve a nektarinky
kiwi	rajčata

Všechny ostatní produkty v odvětví ovoce a zelenina musí splňovat požadavky všeobecné obchodní normy.

Pro ovoce a zeleninu vyjma výše uvedených 10 druhů nejsou všeobecnou obchodní normou stanoveny třídy jakosti. Z toho vyplývá, že označování třídou jakosti produktů se všeobecnou obchodní normou bude považováno za nesprávné označení bez právního opodstatnění, pokud držitel produktů nebude schopen prokázat, že produkty splňují platné EHK/OSN normy stanovující třídu jakosti i pro další produkty.

Všeobecná obchodní norma stanovuje minimální požadavky jakosti, podle kterých plody musí být:

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

Stav produktů musí být takový, aby umožňoval:²⁷

- snést přepravu a manipulaci,
- doručení do místa určení v uspokojivém stavu.

Dále jsou stanoveny minimální požadavky na zralost stanovující, že produkty musí být dostatečně vyvinuté, nikoli však příliš, a musí vykazovat uspokojivou zralost, nesmí však být

²⁷ <https://www.szpi.gov.cz>

přezrálé. Stav vývoje a zralosti produktů musí být takový, aby jim dovolil pokračovat v procesu zrání a dosáhnout uspokojivého stupně zralosti.²⁸

5.6. Uvedení řemeslných výrobků (a hraček) na trh z pohledu ČOI

Kompetencí České obchodní inspekce je upravování uvádění výrobků na trh zejména z pohledu zákona č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, zákona č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a zákona č. 90/2016 Sb., o posuzování shody stanovených výrobků při jejich dodávání na trh.

ZÁKON Č. 102/2001 SB. se vztahuje na výrobky, které jsou **určené k nabídce spotřebiteli** nebo u nichž lze užívání spotřebitelem rozumně předvídat, a to včetně věcí poskytnutých (k použití) v rámci služby. Zákon obsahuje v § 3 řadu hledisek, podle nichž lze posuzovat bezpečnost výrobku, za stěžejní však lze považovat **definici bezpečného výrobku** obsaženou v odstavci 1:

„Bezpečným výrobkem je výrobek, který za běžných nebo rozumně předvídatelných podmínek užití nepředstavuje po dobu stanovenou výrobcem nebo po dobu obvyklé použitelnosti nebezpečí, nebo jehož užití představuje pro spotřebitele vzhledem k bezpečnosti a ochraně zdraví pouze minimální nebezpečí při užívání výrobku, přičemž se sledují z hlediska rizika pro bezpečnost a ochranu zdraví spotřebitele zejména tato kritéria:

- a) vlastností výrobku, jeho životnost, složení, způsob balení, poskytnutí návodu na jeho montáž a uvedení do provozu, dostupnost, obsah a srozumitelnost návodu, způsob užívání včetně vymezení prostředí užití, způsob označení, způsob provedení a označení výstrah, návod na údržbu a likvidaci, srozumitelnost a rozsah dalších údajů a informací poskytovaných výrobcem; údaje a informace musí být vždy uvedeny v českém jazyce,
- b) vliv na další výrobek, za předpokladu jeho užívání s dalším výrobkem,
- c) způsob předvádění výrobku,
- d) rizika pro spotřebitele, kteří mohou být ohroženi při užití výrobku, zejména děti a osoby s omezenou schopností pohybu a orientace.“

Odpovědnost za uvedení bezpečného výrobku na evropský trh nese osoba usazená v EU, která výrobek vyrobila, zplnomocněný zástupce mimoevropského výrobce usazený v EU, dovozce

²⁸ <https://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrola-cerstveho-ovoce-a-zeleniny-ze-strany-szpi.aspx>

výrobku ze zemí mimo EU ale i další osoby v dodavatelském řetězci, jejichž činnost má prokazatelný vliv na vlastnosti výrobku. Všechny tyto osoby zákon v § 5 odst. 1 shrnuje pod pojem „výrobce“ a klade jim v odst. 3 povinnost uvádět na trh pouze bezpečné výrobky.

Zákon dále v § 4 a 5 obsahuje řadu dalších povinností výrobců a distributorů, pokud jde o vybavení výrobku potřebnou dokumentací, sledování bezpečnosti výrobků již uvedených na trh, ohlašování výskytu nebezpečných výrobků a spolupráci s orgánem dozoru. Tím se rozumí orgán příslušný podle zvláštního právního předpisu s ohledem na povahu konkrétního výrobku; nelze-li příslušnost takto určit, je k dozoru příslušná ČOI.

ZÁKON Č. 22/1997 SB. se pak vztahuje pouze na tzv. **stanovené výrobky**, tj. takové, které spadají pod alespoň jedno z nařízení vlády, která byla vydána k provedení tohoto zákona, případně pod nařízení EU adaptované tímto zákonem a která podléhají dozoru ČOI. Věcná působnost těchto nařízení vlády může být vymezena buď podle druhu výrobku (jde např. o hračky, stavební výrobky, strojní zařízení, aerosolové rozprašovače atd.), anebo podle určité vlastnosti výrobku, která je závazně upravena.

Před uvedením stanoveného výrobku **na trh EU** musí úspěšně proběhnout **posouzení shody** s technickými požadavky ve všech nařízeních, která se na něj vztahují, což se osvědčuje vydáním **prohlášení o shodě** a umístěním **označení shody** na výrobek (až na výjimky jde o písmena „CE“). Hlavní odpovědnost vůči orgánu dozoru za řádné posouzení a osvědčení shody výrobku nese buď jeho výrobce, anebo v případě dovozu ze zemí mimo EU jeho dovozce. **Pro další pohyb stanoveného výrobku v rámci evropského trhu, a to i mezi hranicemi členských států EU, již není třeba shodu opětovně posuzovat.** Obchodníci však musí jednat s odbornou péčí, tak aby zabránili distribuci výrobků zjevně nesplňujících požadavky zákona, a zejména by se měli zajímat o řádné osvědčení shody na výrobku. Z toho mimo jiné plyne, že nejen výrobce či dovozce, ale i distributor výrobku by měl vědět, zda jde o výrobek stanovený k povinnému posuzování shody, či nikoli, neboť na tom záleží, zda má, či nemá nést označení shody. Zákon dále obecně upravuje v § 13 řadu dalších povinností výrobců, dovozců a distributorů, přičemž jejich rozsah se může u různých stanovených výrobků lišit.

ZÁKON č. 90/2016 SB. vychází z týchž principů jako výše uvedený zákon č. 22/1997 Sb. I zde vystupují určité skupiny **stanovených výrobků**, (např. elektrická zařízení určená pro používání v určitých mezích napětí, osobní ochranné prostředky, rekreační plavidla a vodní skútry, atp.), vymezené buď prováděcím nařízením vlády, které má svůj odraz v příslušné evropské směrnici, anebo přímo použitelným evropským předpisem. U těchto výrobků se před uvedením na evropský trh povinně **posuzuje shoda** se všemi relevantními technickými předpisy, načež se o tom vydává určitý dokument („**EU prohlášení o shodě**“) a na výrobek umísťuje **označení shody** („CE“). I zde platí, že hlavní deliktní odpovědnost za naplnění těchto postupů nesou evropský výrobce či dovozce, kteří uvedli daný výrobek na trh EU,

příčemž následující články distribučního řetězce nemusí tyto postupy již opakovat, avšak určitou míru odpovědnosti za shodu výrobku rovněž nesou.

Pro upřesnění je potřeba doplnit, že jeden a tentýž výrobek může být klasifikován jako stanovený k posuzování shody jak v režimu zákona č. 22/1997 Sb., tak i v režimu zákona č. 90/2016 Sb. Aplikace těchto předpisů se tedy navzájem nevylučují a konkrétní výrobek se rovněž může stát z různých hledisek předmětem kontroly ČOI podle obou těchto zákonů.

Jinak i zde platí, že u těch výrobků, které jsou určeny pro spotřebitele, anebo lze jejich užití spotřebitelem rozumně předvídat, se podpůrně uplatní též výše uvedený zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků.²⁹

5.7. Stánkový prodej lihovin na kulturních a sportovních akcích

Podle [zákona č. 307/2003 Sb.](#), o povinném značení lihu, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o povinném značení lihu“), musí být líh ve spotřebitelském balení, vyrobený na daňovém území České republiky nebo na toto území dovezený, **označen kontrolní páskou**. Kontrolní pásku vydává Generální ředitelství cel a kontrolní páska je tištěna na ceninovém papíře s ochrannými prvky.

Lihem se podle zákona o povinném značení lihu rozumí nedenaturovaný etanol uvedený pod kódem kombinované nomenklatury 2207 a výrobky uvedené pod kódem kombinované nomenklatury 2208, pokud celkový obsah etanolu v těchto výrobcích činí nejméně 15% objemových nebo více, ve spotřebitelském balení. Povinnost značení kontrolní páskou se nevztahuje na líh, který je uzavřen v obalu s obsahem menším než 0,06 l.

Prodej alkoholických nápojů ve stáncích upravuje § 11 [zákona č. 65/2017 Sb.](#), o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek, v platném znění, ve kterém je stanoveno kde se mohou alkoholické nápoje ve stáncích prodávat a co a kdy musí prodejce oznámit správci daně (celnímu úřadu) místně příslušnému konání akce. Paragraf 14 se věnuje příležitostnému prodeji alkoholických nápojů

(1) Alkoholické nápoje, s výjimkou lihovin podle přímo použitelného předpisu Evropské unie upravujícího definici a popis lihovin⁶⁾ (dále jen „lihovina“), lze v rámci příležitostného prodeje prodávat na ochutnávce vína, ochutnávce částečně zkvašených hroznových moštů, farmářském a tradičním trhu, veřejnosti přístupné slavnosti, tradiční, kulturní, taneční a jim podobné akci; na veřejnosti přístupné sportovní akci lze v rámci příležitostného prodeje prodávat alkoholické nápoje obsahující nejvýše 4,3 % objemová ethanolu a víno.

²⁹ <https://www.coi.cz/pro-podnikatele/uvedeni-vyrobku-na-trh/>

(2) Lihoviny lze v rámci příležitostného prodeje prodávat pouze na ochutnávce lihovin, výročním, farmářském a tradičním trhu, veřejnosti přístupné slavnosti, tradiční, kulturní, taneční a jim podobné akci.

(3) Osoba, která hodlá prodávat lihoviny podle odstavce 2, je povinna prodej lihovin písemně oznámit správci spotřební daně, v jehož územní působnosti se bude prodej uskutečňovat, a to nejpozději 5 pracovních dnů před zahájením prodeje.

(4) Oznamení podle odstavce 3 musí vedle náležitostí stanovených daňovým řádem obsahovat tyto údaje:

- a) daňové identifikační číslo osoby,
- b) druh a množství lihoviny nabízené k prodeji,
- c) místo prodeje,
- d) druh a popis akce podle odstavce 2,
- e) datum zahájení a ukončení prodeje.³⁰

V případě, že tak prodejce neučiní, dopustí se přestupku dle § 36 odst. 1 písm. p) [zákona č. 65/2017 Sb.](#), o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek, v platném znění, za který mu lze dle § 36 odst. 10 písm. d) uložit pokutu až do výše 800.000 Kč, a dle § 36 odst. 12 písm. a) i zákaz činnosti do 6 měsíců.

Druh spotřebitelského balení lihu definuje § 5 [zákona č. 307/2013 Sb.](#), o povinném značení lihu. Kolik otevřených lahví a jakých může být na místě výdeje, upravuje ustanovení § 15 odst. 3 zákona 307/2013. Od koho jako konečný prodejce můžete nakupovat líh, upravuje ustanovení § 42 odst. 2 zákona 307/2013. Seznamy registrovaných osob lze najít [zde](#):

Doklady prokazující zdanění lihu a dalších vybraných výrobků, jsou uvedeny v § 5 zákona č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních, v platném znění (dále jen „zákon 353/2003“). U lihu jsou další náležitosti uvedeny v § 74, u piva v § 87a, u tabákových výrobků v § 106 zákona 353/2003. Doklad musí současně splňovat požadavky zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, v platném znění. **Doklady, případně jejich kopie musí být na místě prodeje!!!**

Informace k dané problematice lze najít: <https://www.celnisprava.cz/cz/dane/registr-znl/Stranky/default.aspx>, v části „Informace“. Důležité jsou soubory týkající se dané problematiky:

- [Informace 15 26208 3](#),
- [Informace 14 15345](#),
- [Informace 14 2694-3](#),

³⁰ <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2017-65#cast1>

- [Informace_14_12850-5](#),

Spotřebitelská balení opatřují jednocestným uzávěrem přímo výrobcí lihovin. Další informace jsou [zde](#), v části „Informace“ potom soubory:

- [Informace_17_31601_priloha](#),
- [Informace_17_36558](#),
- [Informace_17_36558_priloha](#).

Ostatní informace poskytne Váš správce daně (celní úřad). Kontakty na něj najdete [zde](#).

Oznámení o prodeji lihovin na kulturních a sportovních akcích se zasílají celnímu úřadu místně příslušnému místu konání dané akce.³¹

On-line formulář „Oznámení o prodeji lihovin v rámci příležitostného prodeje“ je [zde](#), ve formátu pdf https://www.celnisprava.cz/cz/dane/spotrebni-dane/lih/Informace/Informace_17_36558_priloha.pdf.

Nový zákon o povinném značení lihu nahrazuje zákon č. 676/2004 Sb., o povinném značení lihu a o změně zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů. Záměrem nové právní normy je nastavení přísnějších parametrů a podmínek pro provádění povinného značení lihu kontrolními páskami ke značení lihu a stanovení povinností při distribuci lihu. Jeho účelem je zejména zamezit nelegální výrobě lihu a zajistit, aby nakládání s lihem probíhalo v souladu s platnými právními předpisy, zejména s předpisy, které upravují nakládání s lihem a spotřební daně, a tím omezit možnosti vzniku daňových a celních úniků a zajistit potřebnou ochranu spotřebitelů lihu.

Informace pro subjekty z této oblasti jsou průběžně zveřejňovány na těchto webových stránkách v části Informace.³²

5.7.1. Prodej alkoholu v ČR polskými prodejci

Od 18.4.2014 vstoupily v platnost nové předpisy a každý, kdo chce prodávat alkohol s koncentrací alkoholu **vyšší než 15 %**, musí vlastnit **koncesi na prodej alkoholu**. Jinak nelze alkoholické nápoje ani další lihoviny prodávat. Jedná se o novelu živnostenského zákona, která se vztahuje na fyzické i právnické osoby.

³¹<https://www.celnisprava.cz/cz/faq/Stranky/hlaseni-zamysleneho-prodeje-lihovin-pri-stankovem-prodeji-na-vystave.aspx>

³² <https://www.celnisprava.cz/cz/dane/registr-znl/Stranky/default.aspx>

Koncese na prodej alkoholu a lihovin je určena pro všechny fyzické i právnické osoby, které se chtějí prodej alkoholu a lihovin věnovat. Jedná s tedy o velkoobchodníky i maloobchodníky. Koncese se vztahuje pouze na „tvrdý alkohol“. Pokud přijde řeč na víno nebo pivo, tak zde konce být nemusí, jelikož tyto nápoje neobsahuje více než 15 % alkoholu.

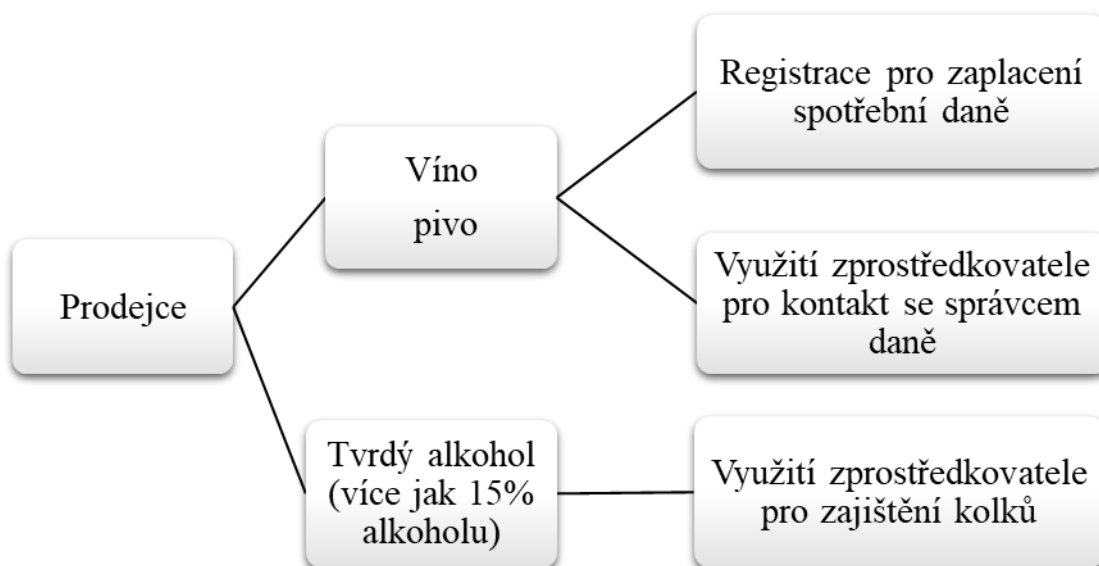
Vydání koncese na **prodej alkoholu** a lihovin není vázáno žádnou odbornou způsobilostí ani praxí v oboru.

Pro příležitostný prodej však koncese potřeba není.

Prodej alkoholu v České republice je regulován zákonem č. 110/1997 Sb. o veřejném zdravotnictví. Podle tohoto zákona je nutné dodržovat následující předpisy:

- Prodej alkoholu musí být prováděn výhradně osobám starším 18 let.
- Prodejci alkoholu musí mít platné povolení od místního úřadu obce s rozšířenou působností.
- Prodejci alkoholu musí dodržovat striktní hygienické postupy pro zachování jeho kvality.
- Prodejci alkoholu musí dodržovat zákonné limity pro prodej alkoholických nápojů.

Následující obrázek č 6 ukazuje možné přístupy prodejce se dvěma kategoriemi alkoholu a to s vínem a pivem a druhou kategorií je tvrdý alkohol (více jak 15 % alkoholu).



Obrázek 6 Možný prodej alkoholu v příležitostném prodeji

Zdroj: vlastní zpracování

1. Víno a pivo

U prodeje vína a piva tzv. měkkého alkoholu řeší prodejce i pro příležitostný prodej zaplacení spotřební daně. Nejdříve prodejce musí provést:

a. registraci osoby povinné ke spotřební dani

Neexistuje žádný registrační práh pro spotřební daň, proto se každá osoba, která má v úmyslu podílet se na dovozu nebo výrobě zboží podléhajícího spotřební dani nebo chce provozovat daňový sklad, musí zaregistrovat jako osoba povinná k dani.

Informace potřebné pro registraci jsou:

1. jméno nebo titul a právní postavení, podle kterého osoba povinná k registraci vykonává svou činnost,
2. číslo případné daňové a celní evidence,
3. datum, kdy byl status registrace splněn,
4. Datum zrušení registrace a důvody pro to, pokud byla osoba dříve zaregistrována a její registrace byla zrušena,
5. druh činnosti,
6. adresa nebo obchodní název,
7. s uvedením, zda se zavazují nebo očekávají dovoz činnosti,
8. zástava platnosti a pravosti informací obsažených v žádosti,
9. příloha dokumentů požadovaných GTA (ID kopie, kopie ČR, kopie živnostenského oprávnění)

Úřad do 30 dnů rozhodne o žádosti o registraci a oznámí žadateli svou žádost a v případě schválení vydá daňové číslo.³³

Problematika dopravy

V případě, že by prodejce chtěl dopravovat výrobky do ČR, a spotřební daň zaplatil v Polsku, jedná se o dopravu ve volném daňovém oběhu a před zahájením dopravy se prodávající subjekt jako odesílatel musí zaregistrovat v Polsku u celní správy, kde mu přidělí evidenční číslo pro dopravu ve volném daňovém oběhu jako odesílateli. Zároveň se musí zaregistrovat jako příjemce u celní správy v ČR, kde mu bude přiděleno evidenční číslo pro dopravu ve volném oběhu jako příjemci (§ 28a až 28j, § 29 a § 30a až 30h zákona č. 353/2003 Sb., o

³³<https://isost.org/cs/registrace-spot%25%99ebn%23%ad-dan%24%9b-obecn%23%bd-da%25%88ov%23%bd-%23%ba%25%99ad/>

spotřebních daních). Když řádně ukončí dopravu a zaplatí spotřební daň v ČR, může si následně v Polsku požádat o její vrácení.

b. Využití zástupce zprostředkovatele

Druhá možnost, která je doporučována je najít osobu nebo subjekt (tzv. "daňového zástupce",) který za společnost z Polska vyřídí všechny potřebné formality v ČR.

Pro potřeby spotřebních daní je postačující, že osoba zástupce má sídlo v ČR, vlastní odpovídající živnostenské oprávnění (prodej konzumního lihu) a je zde registrována k příslušné dani (rozuměno spotřební dani). Zástupce vyřizuje veškeré formality, jakými jsou ohlášení prodeje, registrace a oznámení dopravy, složení zajištění daně, přiznání a zaplacení daně, stejně tak zajišťuje komunikaci se správcem daně (celním úřadem).

2. Tvrdý alkohol

Při prodeji tvrdého alkoholu musí být alkohol opatřen kontrolní páskou (tzv. kolkem).

Kolkovat může jen osoba registrovaná. Kdo může být registrován je popsáno v zákonu č.307/2013. Podmínkami registrace jsou *a)* spolehlivost, *b)* bezdlužnost, *c)* oprávnění provozovat živnost umožňující výkon činnosti osoby povinné značit líh, *d)* skutečnost, že nebyl osobě povinné značit líh vysloven zákaz činnosti znemožňující výkon její činnosti, *e)* skutečnost, že osoba povinná značit líh není v likvidaci nebo v úpadku, *f)* poskytnutí kauce, *g)* vhodnost místa značení lihu a *h)* vybavenost sledovacím zařízením.

Osoba povinná značit líh je povinna poskytnout kauci, a to ve výši

a) 100000 Kč, opravňující v jednom kalendářním roce k převzetí kontrolních pásek, jimiž lze označit nejvýše 2000 litrů lihu,

b) 500000 Kč, opravňující v jednom kalendářním roce k převzetí kontrolních pásek, jimiž lze označit nejvýše 25000 litrů lihu, nebo

c) 5000000 Kč, opravňující v jednom kalendářním roce k převzetí kontrolních pásek, jimiž lze označit více než 25000 litrů lihu.

Proto je pro polského prodejce snazší cesta najít někoho kdo je již registrován a kdo by mohl alkohol případně okolkovat. (Mohou to být lihové sklady, daňové sklady.)

Povolení k označování lihovin mají např. výrobci lihovin, kteří mají daňové sklady a mohou být zprostředkovatelé pro udělování kolků. Podniky, které dovážejí nebo vyrábějí zboží podléhající spotřební dani nebo podniky, které chtějí provozovat daňový sklad, musí být

registrovány u Generálního daňového úřadu a jsou odpovědné za podání a zaplacení spotřební daně.

5.7.2. Převoz alkoholu a tabáku mezi zeměmi EU

Spotřební daň se musí zpravidla zaplatit v zemi, kde se příslušný alkohol či tabák zkonsumuje. Existují však výjimky pro soukromé osoby, které cestují z jedné země Unie do druhé. Tato výjimka platí, pokud jsou zakoupené výrobky určeny **pro vlastní potřebu, a nikoli pro účely podnikání**. Jelikož jsou daně (DPH a spotřební daň) již zahrnuty do ceny výrobku v zemi, ve které jste ho koupili, není nutné v ostatních zemích EU nic doplácet.

Celní orgány zemí EU však mohou při určení toho, zda jsou zakoupené výrobky skutečně pouze pro vaši osobní potřebu, přihlížet k různým skutečnostem – zda vlastníte obchodní společnost nebo pro ni pracujete, jak je zboží zabaleno a přepravováno apod. Rovněž je bude zajímat množství výrobků, které převážíte. Z tohoto důvodu může každá země EU stanovit vlastní směrné hodnoty pro množství tabákových výrobků a alkoholických nápojů, která můžete převážet. Tyto hodnoty nesmí být nižší než:

Zboží	Směrné hodnoty EU
Cigarety	800
Doutníčky (doutníky vážící max. 3 g/kus)	400
Doutníky	200
Tabák	1 kg
Destiláty (například whisky nebo gin)	10 litrů
Alkoholizované víno (např. sherry nebo portské)	20 litrů
Víno	90 litrů (z toho pouze 60 litrů může být šumivé)
Pivo	110 litrů

Vzhledem k tomu, že výše uvedené hodnoty jsou čistě orientační, je potřeba se **informovat raději o směrných hodnotách uvedených [celními orgány](#)** země EU, kam se cestuje.

Při posouzení, zda výrobky jsou určeny pro podnikání nebo pro osobní spotřebu, celní správa bere v úvahu zejména skutečnost, zda fyzická osoba je podnikatelem a z jakých důvodů vybrané výrobky nabyla, místo, kde se výrobky nacházejí, nebo způsob dopravy, doklady

k výrobkům, množství a povahu výrobků. (§ 32 odst. 2 zákona č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních).

Mají-li celní orgány podezření, že se převáží zboží, které není výhradně pro osobní potřebu, příp. že je určeno pro další prodej, mohou požádat o dokázání, že tomu tak není (např. předložením dokladu o koupi apod.). Pokud nelze požadovaný důkaz předložit, musí se buď zaplatit spotřební daň, nebo budou výrobky zabaveny.

Stát je takto schopen regulovat, kdo bude alkohol a lihoviny prodávat.

Závěr

Závěrem je možné říci, že volným obchodováním v rámci EU se celá řada pravidel a podmínek pro obchodování mezi ČR a Polskem zjednodušila. Na druhou stranu je dobré mít na paměti, že je vždy důležité ověřit si u zainteresovaných úřadů a inspektorátů konkrétní pravidla jednotlivých zemí a případných změn. Pro začínající polské prodejce na českých trzích příhraničního regionu je doporučováno kontaktovat pro ověření aktuálních podmínek svého sortimentu: Živnostenský úřad v Liberci, Krajský inspektorát SZPI v Ústí nad Labem, nebo Krajskou hygienickou stanici v Liberci nebo Českou obchodní inspekci či Státní veterinární správu nebo Celní správu Libereckého kraje.

Zdroje

ČADILOVÁ K. 2011. Regionální značení v České republice a na Slovensku, Sborník Regionální značení napříč Evropou. 1. Vyd. Praha: Asociace regionálních značek, o.s. 152 s. ISBN 978- 80-254-9506-3.

GUERRERO, L. et al. 2009. Consumer-driven definition of traditional food products and innovation intraditional foods: a qualitative cross-cultural study. *APPETITE*. 52(2). 345–354. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2008.11.008>

CHALUPOVÁ, M., PROKOP, M., & ROJÍK, S. 2012. Znalost regionálních značek potravin v kraji Vysočina. *Trendy v podnikání – Business Trends*. No. 3. 72-81. Dostupné z: <https://otik.uk.zcu.cz/bitstream/11025/16230/1/Chalupova.pdf>

ITTEKUM V. K., CANDEL, M. J., & MEULENBERG, M. T. G. 2003. The influence of the image of a product's region of origin on product evaluation. *Journal of Business Research*, Elsevier. vol. 56 (3). pages 215-226. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00223-5](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00223-5)

LARDELLI, C. et al. (2006), Regional Value Added. How can endogenous potential for creating product and service chains with a high regional value added be used successfully?. Final report of the The Future in the Alps Project – Question 1. International Commission for the Protection of the Alps (CIPRA), 106 p

Ministerstvo zemědělství ČR. 2022. Značka kvality potravin [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství. [cit.2022-06-18]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/web/mze/potravin/znacky-kvality-potravin/>

Internetové zdroje:

1. https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=VZO08-D1-ext&z=T&f=TABULKA&skupId=3570&katalog=32936&pvo=VZO08-D1-ext&str=v67&v=v130_CZEM_5584_PL#w=
2. <https://www.businessinfo.cz/navody/mobilni-provozovna-jak-na-stankovy-prodej/>
3. http://www.khshk.cz/khsdata/hv/aktuality/hygienicke_minimum_stankovy_prodej.pdf
4. <https://www.liberecky-kraj.cz/cs/sekce-pro-podnikatele-a-partnery/>
5. <https://www.jizerske-vyrobky.cz/>
6. <https://www.dobry-vyrobek.cz/>
7. <https://www.regionalniprodukt.cz/>
8. <https://www.regionalni-znacky.cz/krkonose/>
9. <https://www.jizerske-vyrobky.cz/nositele/>
10. <https://www.jizerske-vyrobky.cz/jak-prodavati/>
11. <https://www.financnisprava.cz/cs/financni-sprava/media-a-verejnost/tiskove-zpravy-gfr/tiskove-zpravy-2022/zruseni-elektronicke-evidence-trzeb-od>
12. <https://blog.shoptet.cz/jedete-prodavati-na-veletrh-nebo-jarmark-nezapomente-na-tyto-povinnosti/>
13. <https://www.szpi.gov.cz/>
14. <https://www.svscr.cz/>
15. <https://www.khs.cz>
16. <https://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?prn=1&baf=0&nid=&doctype=ART&docid=1020280&chnum=4&inqResults=11357>
17. <https://www.podnikatel.cz/clanky/jak-na-stankovy-prodej-a-mobilni-provozovny/>
18. https://europa.eu/youreurope/business/index_cs.htm
19. https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/index_cs.htm
20. <https://www.szpi.gov.cz/clanek/informovani-podnikatelu-o-uvadeni-cerstveho-ovoce-a-zeleniny-konzumnich-brambor-a-hub-na-trh.aspx>
21. <https://www.khs.cz>
22. <https://www.szpi.gov.cz/clanek/certifikace-ovoce-a-zeleniny.aspx>
23. <https://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrola-cerstveho-ovoce-a-zeleniny-ze-strany-szpi.aspx>
24. https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/compliance/identifying-product-requirements/index_cs.htm
25. [https://eagri.cz/public/web/mze/vyhledavani/index\\$41111.html?query=ozna%C4%8Dov%C3%A1n%C3%AD+potravin&segments=eagri.mze.ministerstvo_zemedelstvi](https://eagri.cz/public/web/mze/vyhledavani/index$41111.html?query=ozna%C4%8Dov%C3%A1n%C3%AD+potravin&segments=eagri.mze.ministerstvo_zemedelstvi)
26. <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2017-65#cast1>
27. <https://www.celnisprava.cz/cz/faq/Stranky/hlaseni-zamysleneho-prodeje-lihovin-pri-stankovem-prodeji-na-vystave.aspx>
28. <https://www.celnisprava.cz/cz/dane/registr-znl/Stranky/default.aspx>
29. <https://isost.org/cs/registrace-spot%C5%99ebn%C3%AD-dan%C4%9B-obecn%C3%BDa%C5%88ov%C3%BD-%C3%BA%C5%99ad/>

Partneři projektu:

