

PREHL'AD VÝSTUPOV

Júl 2020



SLOVENSKÝ ZVÄZ PEKÁROV,
CUKRÁROV A CESTOVINÁROV



Nextina

Brusel odkazuje: Stiahnite Matečnej bič na obchodné reťazce a uvoľnite súťaž

Více na str. 2

03.07.2020 Hospodárske noviny ~ Strana 1 ~ Katarína Runnová ~ Rubrika: Titulná strana ~ Náklad: 14 250 ~ Predaných: 10 400 ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 03.07.2020 05:15 ~ Čítanosť: 148 000 ~ Vydavateľ: MAFRA Slovakia, a. s. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 1 623,11 € ~ GRP: 3,22

Matečná prestrelila, Brusel zasiahol proti jej biču na reťazce. Problém vidí v piatich bodoch

Více na str. 3

02.07.2020 hnonline.sk ~ Katarína Runnová ~ Rubrika: Slovensko ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 02.07.2020 17:27 ~ Reálni užívatelia: 57 402 ~ Reálni užívatelia / mesiac: 1 779 461 ~ Dosah: 57 402 ~ Vydavateľ: MAFRA Slovakia, a. s. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 1 464,00 € ~ GRP: 1,25

Budúcnosť vidíme v nebalenom pečive

Více na str. 5

10.07.2020 retailmagazin.sk ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 10.07.2020 15:41 ~ Reálni užívatelia: 56 ~ Reálni užívatelia / mesiac: 1 750 ~ Dosah: 56 ~ Vydavateľ: RETAIL MEDIA Slovakia, s.r.o. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 117,10 € ~ GRP: 0,00

Nasledujúci príbeh by mohol byť pokojne súčasťou katastrofického seriálu

Více na str. 9

20.07.2020 TV Markíza ~ Strana 1 ~ Relácia: 17:15 Reflex ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 21.07.2020 06:38 ~ Prevádzkovateľ: MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. s r.o. ~ Zem: Slovensko

Malí podnikatelia majú po karanténe ťažký rozbeh

Více na str. 11

20.07.2020 biznis.sk ~ Patrik Herman ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 22.07.2020 09:20 ~ Reálni užívatelia: 42 ~ Reálni užívatelia / mesiac: 1 300 ~ Dosah: 42 ~ Vydavateľ: Zväz obchodu SR ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 117,10 € ~ GRP: 0,00

V predajniach potravín rastie podiel slovenských výrobkov

Více na str. 13

23.07.2020 Trend ~ Strana 83 ~ Rubrika: Trend + Retail a obchod ~ Náklad: 12 600 ~ Predaných: 9 500 ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 23.07.2020 04:54 ~ Vydavateľ: News and Media Holding a. s. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 6 725,76 €

Grilovačka sa bez chlebíka nezaobíde

Více na str. 16

30.07.2020 Hospodárske noviny ~ Strana 20 ~ MSA ~ Rubrika: Príloha - Obchodné reťazce ~ Náklad: 14 250 ~ Predaných: 10 400 ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 30.07.2020 05:25 ~ Čítanosť: 148 000 ~ Vydavateľ: MAFRA Slovakia, a. s. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 976,55 € ~ GRP: 3,22

Celé znenie článku

Brusel odkazuje: Stiahnite Matečnej bič na obchodné reťazce a uvoľnite súťaž

03.07.2020 Hospodárske noviny ~ Strana 1 ~ Katarína Runnová ~ Rubrika: Titulná strana ~ Náklad: 14 250 ~ Predaných: 10 400 ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 03.07.2020 05:15 ~ Čítanosť: 148 000 ~ Vydavateľ: MAFRA Slovakia, a. s. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 1 623,11 € ~ GRP: 3,22

Bratislava – Máj minulého roka mal pre obchodníkov trpkú príchuť. Museli začať dodržiavať povinnosti, ktoré im určoval zákon o neprimeraných obchodných podmienkach. Ten presadila bývalá šéfka agrotezortu **Gabriela Matečná**. Po niekoľkých mesiacoch sa ukázalo, že ministerka prestrelila. Európska komisia, na ktorú sa pre novú legislatívu obrátili domáce reťazce, Slovensko včera vyzvala, aby obmedzenia odstránilo, respektíve ustanovenia napravilo.

„Opatrenia vytvárajú výhodnejšie marketingové podmienky pre domáce výrobky a obmedzujú slobodu obchodníkov rozhodovať o sortimente,“ vysvetľuje Ingrid Ludviková, hovorkyňa Zastúpenia Európskej komisie na Slovensku. Rezort pôdohospodárstva, ktorý by sa mal problémom zaoberať, do uzávierky na otázky HN nereagoval. Zákon od začiatku čelil ostrej kritike. Experti upozorňovali, že je v rozpore s Ústavou aj právom Európskej únie.

Firmám určoval napríklad povinnosť zverejňovať polovičný podiel domácich výrobkov v letákoch a znemožnil im odvolávať sa proti pokutám pred uhradením.

Pokračovanie na strane 12 Brusel odkazuje: Stiahnite Matečnej bič...

Dokončenie zo strany 1

Slovensko má teraz tri mesiace na to, aby reagovalo na výzvu Komisie. Slovenské aj zahraničné obchodné reťazce, tak ako aj nadnárodní výrobcovia, s rozhodnutím súhlasia. „Veríme, že minister pôdohospodárstva a vláda čoskoro predložia do parlamentu novelu zákona, ktorou pretrvávajúci stav porušujúci princípy jednotného trhu Európskej únie bezodkladne napravia,“ hovorí výkonný riaditeľ Slovenského združenia pre značkové výrobky Ľubomír Tuchscher. Podľa informácií HN mala Európska komisia problém s piatimi bodmi. Ide o povinnosť uvádzať minimálne polovicu domácich produktov v propagačných materiáloch, zrušenie odkladného účinku odvolaní proti rozhodnutiam o pokutách, reguláciu logistiky, zákaz svojvoľného zníženia kúpnej ceny a zákaz predaja pod ekonomicky oprávnené náklady.

Práve tieto pravidlá sa podpísali napríklad pod to, že Billa mala vlni povinnosť uhradiť pokutu vo výške jedného milióna eur do 15 dní. Keďže tak neurobila, dostala sa do exekúcie. Vec dodnes nie je uzavretá. Zisťovanie výdavkov od dodávateľov zase predajcov stavalo do pozície, keď porušovali zákon o ochrane hospodárskej súťaže. Podľa europoslancu Ivana Štefanca bolo od začiatku jasné, že tento zákon bude napadnutý. „Vytvára priestor pre šikanu obchodníkov, netransparentnosť a korupciu. Navyše znevýhodňuje malých a regionálnych podnikateľov oproti veľkým reťazcom,“ hovorí Štefanec. Návrat do minulosti So zásahom z Bruselu nie sú zmierení slovenskí dodávatelia. Mnohí z nich totiž práve zákon z Matečnej dielne považujú za jediný, ktorý potravinárov chráni pred nekalými obchodnými praktikami. „Obávame sa, že jeho zrušením či zmenou sa dostaneme o 10 až 15 rokov dozadu, keď museli nielen pekári, ale všetci domáci výrobcovia bojovať za každé jedno euro,“ uvádza **Tatiana Lopúchová**, **predsedníčka Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov**. Pripomienky Európskej komisie vníma ako neopodstatnené. Podľa jej slov je ochrana domáceho trhu v okolitých krajinách omnoho silnejšia než na Slovensku.

S **Lopúchovou** sčasti súhlasia aj ďalší hráči. Obchodný riaditeľ konzervárnskej firmy RISO – R Michal Demeter síce nesúhlasí so zásahmi štátu do dodávateľsko-odberateľských vzťahov, no predpis ich podľa jeho názoru aspoň sčasti reguloval. „Pred zavedením zákona sa stávalo, že nielen veľké reťazce od producentov žiadali neprimerané platby, často aj po dodaní tovaru. Niektorí platili až po 90 dňoch od dodania výrobkov,“ hovorí Demeter. Problémový od začiatku Zákon z dielne exministerky Matečnej čelil vlne kritiky všetkých zainteresovaných strán, hneď ako nadobudol účinnosť. Odborníci ho prirovnávali k osobitnému odvodu bývalého šéfa parlamentu Andreja Danku. Na ten nakoniec tiež zaútočila aj Európska komisia. Danko ho však stihol ešte pred vyšetrovaním sám zrušiť. Proti jednotlivým ustanoveniam Matečnej legislatívy vystúpil vo februári 2019 aj vtedajší prezident Andrej Kiska, ktorý ho vetoval. V máji 2019 sa v tejto veci obrátila na Ústavný súd aj skupina poslancov z OĽaNO a SaS.

Brusel odkazuje: Stiahnite Matečnej bič na obchodné reťazce a uvoľnite súťaž

Bratislava – Máj minulého roka mal pre obchodníkov trpkú príchuť. Museli začať dodržiavať povinnosti, ktoré im určoval zákon o neprimeraných obchodných podmienkach. Ten presadila bývalá šéfka agrozozoru Gabriela Matečná. Po niekoľkých mesiacoch sa ukázalo, že ministerka

prestrelila. Európska komisia, na ktorú sa pre novú legislatívu obrátili domáce reťazce, Slovensko včera vyzvala, aby obmedzenia odstránilo, respektíve ustanovenia napravilo.

„Opatrenia vytvárajú výhodnejšie marketingové podmienky pre domáce výrobky a obmedzu-

jú slobodu obchodníkov rozhodovať o sortimente“, vysvetľuje Ingrid Ludvíková, hovorkyňa Zastúpenia Európskej komisie na Slovensku. Rezort pôdohospodárstva, ktorý by sa mal problémom zaoberať, do uzávierky na otázky HN nereagoval. Zákon od začiatku čelil ostrej kritike. Experti upozorňovali, že

je v rozpore s Ústavou aj právom Európskej únie.

Firmám určoval napríklad povinnosť zverejňovať polovičný podiel domácich výrobkov v letáčkoch a znemožnil im odvolávať sa proti pokutám pred uhradením.

Pokračovanie na strane 12 ➔

Brusel odkazuje: Stiahnite Matečnej bič...

➔ Dokončenie zo strany 1

Slovensko má teraz tri mesiace na to, aby reagovalo na výzvu Komisie. Slovenské aj zahraničné obchodné reťazce, tak ako aj národní výrobcovia, s rozhodnutím súhlasia. „Veríme, že minister pôdohospodárstva a vláda čoskoro predložia do parlamentu novelu zákona, ktorou pretrvávajúci stav porušujúci princípy jednotného trhu Európskej únie bezodkladne napravia“, hovorí výkonný riaditeľ Slovenského združenia pre značkové výrobky Ľubomír Tuchscher. Podľa informácií HN mala Európska komisia problém s piatimi bodmi. Ide o povinnosť uvádzať minimálne polovicu domácich produktov v propagačných materiáloch, zrušenie odkladného účinku odvolaní proti rozhodnutiam o pokutách, reguláciu logistiky, zákaz

svojoľného zníženia kúpnej ceny a zákaz predaja pod ekonomicky oprávnené náklady.

Práve tieto pravidlá sa podpísali napríklad pod to, že Billa mala vlniť povinnosť uhradiť pokutu vo výške jedného milióna eur do 15 dní. Keďže tak neurobila, dostala sa do exekúcie. Vec dodnes nie je uzavretá. Zisťovanie výdavkov od dodávateľov zase predajcov stávalo do pozície, keď porušovali zákon o ochrane hospodárskej súťaže. Podľa europoslancu Ivana Štefana bolo od začiatku jasné, že tento zákon bude napadnutý. „Vytvára priestor pre šikanu obchodníkov, netransparentnosť a korupciu. Navyše znevýhodňuje malých a regionálnych podnikateľov oproti veľkým reťazcom“, hovorí Štefanec.

Návrat do minulosti

So zásahom z Bruselu nie sú zmierení slovenskí dodávatelia. Mnohí z



Bývalá šéfka agrozozoru sporný zákon presadila v máji 2019.

SNÍMAK: TASR/O. VESELSKÝ

nich totiž práve zákon z Matečnej dielne považujú za jediný, ktorý potravinárov chráni pred nekáľými obchodnými praktikami. „Obávame sa, že jeho zrušením či zmenou sa dostaneme o 10 až 15 rokov dozadu, keď museli nielen pekári, ale všetci domáci výrobcovia bojovať za každé jedno euro“, uvádza Tatiana Lopúchová, predsedníčka Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov. Pripomienky Európskej komisie vníma ako neopodstatnené. Podľa jej slov je ochrana domáceho trhu v okolitých krajinách omnoho silnejšia než na Slovensku.

S Lopúchovou súhlasia ďalší hráči. Obchodný riaditeľ konzervárnej firmy RISO – R Michal Demeter síce nesúhlasí so zásahmi štátu do dodávateľsko-odberateľských vzťahov, no predpis ich podľa jeho názoru aspoň sčasti reguloval. „Pred zavedením zákona

sa stávalo, že nielen veľké reťazce od producentov žiadali neprimerané platby, často aj po dodaní tovaru. Niektorí platili až po 90 dňoch od dodania výrobkov“, hovorí Demeter.

Problémový od začiatku

Zákon z dielne exministerky Matečnej čelil vlně kritiky všetkých zainteresovaných strán, hneď ako nadobudol účinnosť. Odborníci ho prirovnávali k osobitnému odvodu bývalého šéfa parlamentu Andreja Danku. Na ten nakoniec tiež zaútočila aj Európska komisia. Danko ho však stihol ešte pred vyšetrovaním sám zrušiť. Proti jednotlivým ustanoveniam Matečnej legislatívy vystúpil vo februári 2019 aj vtedajší prezident Andrej Kiska, ktorý ju vetoval. V máji 2019 sa v tejto veci obrátila na Ústavný súd aj skupina poslancov z OĽaNO a SaS.

Katarína Runnová

Matečná prestrelila, Brusel zasiahol proti jej biču na reťazce. Problém vidí v piatich bodoch

02.07.2020 hnonline.sk ~ Katarína Runnová ~ Rubrika: Slovensko ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 02.07.2020 17:27 ~ Reálni užívatelia: 57 402 ~ Dosah: 57 402 ~ Vydavateľ: MAFRA Slovakia, a. s. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 1 464,00 € ~ GRP: 1,25

Slovensko má teraz tri mesiace na to, aby reagovalo na výzvu Komisie. Slovenské aj zahraničné obchodné reťazce, tak ako aj nadnárodní výrobcovia, s rozhodnutím súhlasia.

Máj minulého roka mal pre obchodníkov trpkú príchuť. Museli začať dodržiavať povinnosti, ktoré im určoval zákon o neprimeraných obchodných podmienkach. Ten presadila bývalá šéfka agrozozoru **Gabriela Matečná**. Po niekoľkých mesiacoch sa ukázalo, že ministerka prestrelila. Európska komisia, na ktorú sa pre novú legislatívu obrátili domáce reťazce, Slovensko dnes vyzvala, aby obmedzenia odstránilo, respektíve ustanovenia napravilo.

„Opatrenia vytvárajú výhodnejšie marketingové podmienky pre domáce výrobky a obmedzujú slobodu obchodníkov rozhodovať o sortimente,“ vysvetľuje Ingrid Ludviková, hovorkyňa Zastúpenia Európskej komisie na Slovensku. Rezort pôdohospodárstva, ktorý by sa mal problémom zaoberať, do uzávierky na otázky HN nereagoval.

Zákon od začiatku čelil ostrej kritike. Experti upozorňovali, že je v rozpore s Ústavou aj právom Európskej únie. Firmám určoval napríklad povinnosť zverejňovať polovičný podiel domácich výrobkov v letádoch a znemožnil im odvolávať sa proti pokutám pred uhradením.

Slovensko má teraz tri mesiace na to, aby reagovalo na výzvu Komisie. Slovenské aj zahraničné obchodné reťazce, tak ako aj nadnárodní výrobcovia, s rozhodnutím súhlasia. „Veríme, že minister pôdohospodárstva a vláda čoskoro predložia do parlamentu novelu zákona, ktorou pretrvávajúci stav porušujúci princípy jednotného trhu Európskej únie bezodkladne napravia,“ hovorí výkonný riaditeľ Slovenského združenia pre značkové výrobky Ľubomír Tuchscher.

Podľa informácií HN mala Európska komisia problém s piatimi bodmi. Ide o povinnosť uvádzať minimálne polovicu domácich produktov v propagačných materiáloch, zrušenie odkladného účinku odvolaní voči rozhodnutiam o pokutách, reguláciu logistiky, zákaz svojvoľného zníženia kúpnej ceny a zákaz predaja pod ekonomicky oprávnené náklady.

Práve tieto pravidlá sa podpísali napríklad pod to, že Billa mala vlni povinnosť uhradiť pokutu vo výške jedného milióna eur do 15 dní. Keďže tak neurobila, dostala sa do exekúcie. Vec dodnes nie je uzavretá. Zisťovanie výdavkov od dodávateľov zase predajcov stavalo do pozície, keď porušovali zákon o ochrane hospodárskej súťaže. Podľa europoslancu Ivana Štefanca bolo od začiatku jasné, že tento zákon bude napadnutý. „Vytvára priestor pre šikanu obchodníkov, netransparentnosť a korupciu. Navyše znevýhodňuje malých a regionálnych podnikateľov voči veľkým reťazcom,“ hovorí Štefanec.

Návrat do minulosti

So zásahom z Bruselu nie sú zmierení slovenskí dodávatelia. Mnohí z nich totiž práve zákon z Matečnej dielne považujú za jediný, ktorý potravinárov chráni pred nekalými obchodnými praktikami. „Obávame sa, že jeho zrušením či zmenou sa dostaneme o desať až 15 rokov dozadu, keď museli nielen pekári, ale všetci domáci výrobcovia bojovať za každé jedno euro,“ uvádza **Tatiana Lopúchová, predsedníčka Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov**. Pripomienky Európskej komisie vníma ako neopodstatnené. Podľa jej slov je ochrana domáceho trhu v okolitých krajinách omnoho silnejšia než na Slovensku.

S **Lopúchovou** sčasti súhlasia aj ďalší hráči. Obchodný riaditeľ konzervárnskej firmy RISO – R Michal Demeter síce nesúhlasí so zásahmi štátu do dodávateľsko-odberateľských vzťahov, no predpis ich podľa jeho názoru aspoň sčasti reguloval. „Pred zavedením zákona sa stávalo, že nielen veľké reťazce od producentov žiadali neprimerané platby, často aj po dodaní tovaru. Niektorí platili až po 90 dňoch od dodania výrobkov,“ hovorí Demeter. Problémový od začiatku

Zákon z dielne exministerky Matečnej čelil vlne kritiky všetkých zainteresovaných strán, hneď ako nadobudol účinnosť. Odborníci ho prirovnávali k osobitnému odvodu bývalého šéfa parlamentu Andreja Danka. Na ten nakoniec tiež zaútočila aj Európska komisia. Danko ho však stihol ešte pred vyšetrovaním sám zrušiť. Voči jednotlivým ustanoveniam Matečnej legislatívy vystúpil vo februári 2019 aj vtedajší prezident Andrej Kiska, ktorý ho vetoval. V máji 2019 sa v tejto veci obrátila na Ústavný súd aj skupina poslancov z OĽaNO a SaS.

<https://slovensko.hnonline.sk/2173540-matecna-prestrelila-brusel-zasiahol-proti-jej-bicu-na-retazce-problem-vidi-v-piatich-bodoch>

ETF Asset Management
Efektívny, jednoduchý a výkonný nástroj pre správu vášho portfólia

NIE, ĎAKUJEM **POVOLÍŤ**

ZISTITE VIAC

ETF Asset Management
UniCredit Private Banking

ZISTITE VIAC

Buďte informovaní o najnovších správach z politiky, ekonomiky a financií.

HN

HNONLINE STRATÉGIE SVETEVITY CESTOVNÉ PORIADKY RUNGO ĎALŠIE

DNEŠNÉ VYDANIE HN PRIHLÁSENIE

HN Slovensko

ŠTV 02. 07. 2020 | meniny má Berta

ÚVOD HNPremium KORONAVIRUS EKONOMIKA A FINANCIÉ SLOVENSKO SVET STYLE ĎALŠIE

Kauza Zmenky Marian Kočner Diaľnice Počasie

02.07.2020, 11:26 AKTUALIZOVANÉ DŇA 02.07.2020 O 16:51

Matečná prestrelila, Brusel zasiahol proti jej biču na reťazce. Problém vidí v piatich bodoch

Autor: Katarína Runnová

4 534

- Slovensko má teraz tri mesiace na to, aby reagovalo na výzvu Komisie.
- Slovenské aj zahraničné obchodné reťazce, tak ako aj nadnárodní výrobcovia, s rozhodnutím súhlasia.
- Viac ekonomického a politického spravodajstva nájdete na [HNonline.sk](https://hnonline.sk).

Zdroj: TASR/Ján Krošák

Máj minulého roka mal pre obchodníkov trpkú príchut'. Museli začať dodržiavať povinnosti, ktoré im určoval zákon o neprimeraných obchodných podmienkach. Ten presadila bývalá šéfka agrozozoru Gabriela Matečná. Po niekoľkých mesiacoch sa ukázalo, že ministerka prestrelila. Európska komisia, na ktorú sa pre novú legislatívu obrátili domáce reťazce, Slovensko dnes vyzvala, aby obmedzenia odstránilo, respektíve ustanovenia napravilo.

„Opatrenia vytvárajú výhodnejšie marketingové podmienky pre domáce výrobky a obmedzujú slobodu obchodníkov“

Spring - New Arrivals - 59% OFF

Newchic

24 hodín 3 dni 7 dní

iab Vážime si vaše súkromie

Na našich stránkach používame cookies. Slúžia na zlepšenie našej práce a vášho zážitku na webe slovensko.hnonline.sk. Pre bližšie informácie o vašich právach navštívte www.slovensko.hnonline.sk/cookie. Spracovanie a správa cookies nastavíte priamo vo vašom prehliadači. Svoj súhlas s využívaním cookies pre slovensko.hnonline.sk a ďalších prijemcov udelíte kliknutím na tlačidlo "Súhlasím". Udeľený súhlas môžete zmeniť alebo odvolať prostredníctvom tejto stránky.

poskytuje #LOGO# Zoznam účelov Zoznam prijemcov

Súhlasím

Detaily

Budúcnosť vidíme v nebalenom pečive

10.07.2020 retailmagazin.sk ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 10.07.2020 15:41 ~ Reálni užívatelia: 56 ~ Dosah: 56 ~ Vydavateľ: RETAIL MEDIA Slovakia, s.r.o. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 117,10 € ~ GRP: 0,00

Hovorí Tatiana **Lopúchová**, predsedkyňa **Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov**.

V rozhovore sme prebrali aktuálny stav pekárenského odvetvia, trendy a nové smerovania v segmente pečiva a pekárenských výrobkov, dotkli sme sa aj súvisiacej legislatívy a vzťahov s obchodníkmi.

Pandémia koronavírusu sa dotkla snáď každej oblasti fungovania, pekárenský sektor nevynímajúc. Ako toto neľahké obdobie ovplyvnilo výrobu a budúce smerovanie tohto sektoru?

Každá spoločnosť sa musela tejto situácii prispôbiť situácii, pekárne takisto zaviedli prísne hygienické opatrenia. Tie však bolo, najmä v prvých dňoch, veľmi ťažké dodržiavať. Najprv sme sa pasovali s nedostatkom rúšok, čistiacich prostriedkov a neskôr teplomerov. Mnohí zamestnanci si sami šili rúška, aby mali ochranu tváre. Na Slovensku funguje priemerne 600 pekárenských prevádzok a tie denne potrebovali tisíce ochranných a dezinfekčných prostriedkov.

Zamestnanci boli rozdelení do úsekov, aby sa v prípade nákazy niektorého zo zamestnancov, vedelo jednoducho prísť na to, ktorí zamestnanci musia ísť do karantény a nebolo potrebné odstaviť celkovú výrobu v danom podniku. Každý deň bola zamestnancom meraná teplota, aj naďalej sa meria, niekoľkokrát denne dochádza k dezinfekcii priestorov, niektoré podniky pristúpili k väčšiemu časovému rozostupu medzi striedaním pracovných zmien.

Reštrikciami vlády boli však postihnuté najmä stredne veľké pekárne v menších regiónoch Slovenska, ktoré pre uzatvorenie škôl a ďalších prevádzok verejného stravovania stratili významnú časť odbytu pekárenských výrobkov. Cukrárne, ktoré stratili najväčšiu časť biznisu, museli uzatvoriť svoje prevádzky úplne, pretože cukrárske výrobky podľa výkladu opatrení „nie sú nevyhnutné k prežitiu“. Nariadenie o zatvorení prevádzok preto malo takmer likvidačný charakter na niektoré cukrárske podniky, nakoľko ide väčšinou o menšie rodinné firmy, ktoré cukrárne prevádzkujú.

„Kým pekári pocítili v prvých dňoch po zavedení karantény nárast dopytu v priemere až o 40 percent, postupne dopyt klesal. Približne týždeň po zavedení karantény sa dopyt po pekárenských výrobkoch dokonca znížil v priemere o 10 %.“ Tento pokles evidovali podľa nášho prieskumu takmer všetky spoločnosti. Úroveň poklesu sa drží dodnes. Zároveň niektoré pekárenské spoločnosti, ktoré mali aj cukrársku výrobu, museli cukrársku výrobu buď obmedziť, alebo dočasne pozastaviť. Reštartovanie takejto výroby je v súčasnosti veľmi náročné.

Hrozí v najbližšej dobe zvyšovanie cien pekárenských výrobkov? (prípadne aj zvažované percentuálne vyjadrenie) Čo je v tomto smere pre spotrebiteľa akceptovateľné a čo nie?

Spotrebiteľské ceny určujú obchodníci, dodávatelia, v tomto prípade pekárenské spoločnosti majú na konečné ceny nulový vplyv. Mojim názorom však je, že odbytové ceny pekárenských výrobkov by mali rásť. A nielen tie, ale aj pultové. Dôvodom sú opatrenia, ktoré sa dotkli pekárenských spoločností, no zároveň aj sektoru maloobchodu, ktoré sa udiali ešte pred koronakrízou a dodnes sa v plnej miere nepremietli do cien. Ide najmä o opatrenia týkajúce sa prijatím druhej vlny sociálneho balíčka, resp. oboch vln v rokoch 2018 a 2019. Tieto opatrenia výrazne ovplyvnili rast mzdových nákladov spoločností, ktorých charakter práce si vyžaduje prácu počas víkendov, sviatkov a v noci.

Ak by sme v tomto smere mali hovoriť o pekárenských spoločnostiach, tieto opatrenia spôsobili, že mzdové náklady tvoria takmer polovicu nákladov na výrobu pekárenských výrobkov. Vzhľadom na to rozbehli aj mnohí pekári cenové rokovania s maloobchodníkmi o navýšení odbytových cien, aby zvýšené náklady pretavili do cien a neprepadali hlbšie do červených čísiel.

Vplyvom sociálnych opatrení a rastom cien vstupných nákladov je predpoklad, že pekári budú naďalej rokovať o navýšeníach odbytových cien svojich výrobkov. Súčasná situácia ohľadom koronavírusu tak isto spôsobila pomerne značný rast niektorých výrobných nákladov pri súčasnom poklese produkcie, čo negatívne vplyva na ekonomiku jednotlivých spoločností. V prípade úspešnosti rokovania je predpoklad, pretaviť do cien, inak to môže viesť k nekvalite výrobkov alebo k likvidácii spoločností.

Zároveň si tiež myslíme, že ceny pekárenských výrobkov by mali rásť aj z toho dôvodu, že patria na Slovensku k najviac znehodnocovaným tovarom. Myslíme si, že za tým môže stáť práve ich nízka cena, nakoľko si mnohí spotrebitelia lacný tovar nemusia vážiť. Na porovnanie, v západných európskych krajinách patria pekárenské výrobky k najmenej vyhadzovaným tovarom do odpadu, nakoľko tam sa **ceny chleba** a **pečíva** zaraďujú medzi najvyššie v rámci Európy.

Aké druhy **pečíva** a pekárenských výrobkov sú momentálne na slovenskom trhu najžiadanejšie?

Preferencie sa výrazne zmenili najmä v porovnaní s obdobím asi za posledných 20 rokov. Podiel spotreby základnej potravy – chleba - rokmi neustále klesá. Pokles spôsobujú viaceré faktory. Za toto obdobie sa na pulty dostali adekvátne náhrady pečiva a chleba v podobe trvanlivých a pufovaných výrobkov, ktoré sú vyhľadávané aj populáciou citlivou na lepok. Ďalej je to aj šírenie mýtu, že pečivo a chlieb sú zdraviu škodlivé. V čerstvom chlebe a pečive sa však nachádza veľmi veľké množstvo takzvaných zdravých baktérií, enzýmov a aj vlákniny, ktoré pozitívne vplyvajú na trávenie tých ľudí, ktorí nie sú alergickí na lepok. Tak isto pociťujeme výrazný rast záujmu o bezlepkové výrobky, alebo tzv. FREE výrobky(sugar free, fat free, gluten free, lactose free...).

„Pokles spotreby čerstvého pečiva súvisí aj s tým, že neustále rastie ponuka a zákazníci majú na výber zo širokej škály produktov, skúšajú a hľadajú obľúbené chute.“

Záujem o produkty sa mení regionálne a aj vzhľadom na vek. Kým staršia časť obyvateľov ešte siaha po klasickom chlebe a klasickom rožku, mladšia generácia skôr siahne po fit chlebe, pečive s príchuťou, alebo po rozpekanom či dopekanom pečive.

Rovnaká je situácia z regionálneho pohľadu. Kým v mestách je ponuka širšia, v menších dedinkách si z kapacitných vyberajú z užšieho sortimentu, z ktorých ide zväčša práve o chlieb a pečivo. Trendy ktoré k nám presahujú z celého sveta vidíme aj v tom, že ľudia omnoho viacej experimentujú a vyhľadávajú netradičné chute či múky, alebo pečú doma v tzv. pekárničkach. Práve posledný spomínaný aspekt sa naplno prejavil počas korona karantény, kedy ľudia vo veľkom piekli doma chlieb, pečivo a rôzne koláče, čo malo za následok pokles dopytu o čerstvé pekárenské výrobky v obchodoch. Preto vznikol aj tzv. drožďový fenomén, kedy sme na pulloch maloobchodu nenašli spotrebiteľské droždie.

Sortiment pečiva a pekárenských výrobkov zaznamenáva niektoré trendy. O aké ide?

Zákazníci siahajú napríklad po výrobkoch z ražnej, špaldovej, kukuričnej, ovsenej, či pohánkovej múky, ďalej s prísadami mnohoročných zmesí a príchuťí. Ako som spomínala, ide o trendy, ktoré k nám presahujú z celého sveta.

Časť pečiva a pekárenských výrobkov sa na Slovensko dováža zo zahraničia. Rastie alebo klesá dovoz v poslednom období?

V roku 2018 sa doviezlo pekárskych výrobkov za 186,2 mil.€ a vyviezlo sa za 98.5 mil. €. V roku 2017 sa doviezlo pečivo za 170,3 mil. eur a vyviezlo za 101,9 mil. eur. Z uvedeného vyplýva, že medziročne (2018/2017) sa zvýšil dovoz o 9,4 %, pričom vývoz klesol o 3,3 %. Celkové negatívne saldo sa takýmto spôsobom prehĺbilo o ďalších 19,3 mil. €.

Podľa predbežných štatistík za rok 2019 tento trend rastúceho negatívneho salda pokračuje aj v tomto období. Je to alarmujúci stav. Na celkovom dovoze predstavuje chlieb, pečivo a jemné pečivo cca 35 % a 75 % tvorí trvanlivé pečivo ako sucháre, sušienky, a kekсы. Z dlhodobých štatistík ale vyplýva, že sa zvyšuje %-ny podiel dovážaného chleba, pečiva a jemného pečiva. Napríklad v roku 2008 pomer chleba a pečiva k celkovému dovozu tejto kategórie predstavoval 28 % a v roku 2018 spomínaných 35 %.

„Alarmujúci je aj nárast dovozu chleba a pečiva v porovnaní rok 2018 s rokom 2008, kedy dovoz u tohto druhu vzrástol až o 96 %. Nárast u trvanlivého pečiva a keksov v porovnaní rok 2018 s rokom 2008 vzrástol o 43 %.“

V súvislosti s dovozom v kategórii chlieb, pečivo a jemné pečivo pritom nie je definované o aký druh výrobkov z pohľadu dohotovenia ide. Ale vzhľadom na súčasný trend rozširujúceho sa dopekania mrazených a predpečených výrobkov priamo na predajni najmä zahraničných reťazcov, vieme s istotou povedať, že sú to hlavne tieto druhy výrobkov. A pritom aj na Slovensku, dokonca v našich radoch sú producenti takýchto výrobkov a nevedia sa na pulty najmä zahraničných reťazcov prebojovať. V tejto komodite prevládajú najmä výrobky z Nemecka, Poľska a Českej republiky.

Ak takýto nekontrolovateľný trend bude pokračovať aj ďalej, hrozí zánik mnohých domácich producentov pekárskych výrobkov, ktorí o.i. spotrebávajú aj slovenské suroviny, zamestnávajú slovenských zamestnancov a odvádzajú dane do slovenského štátneho rozpočtu.

Balené alebo nebalené pečivo? Čo má budúcnosť?

Ako zástupcovia zväzu vidíme budúcnosť v nebalenom pečive, ktoré sa považuje za najčerstvejšie, najchrumkavejšie. Vzorom môže byť pre nás Francúzsko, ktorý si svoju tradičnú francúzsku bagetu zaumienili umiestniť na zoznam kultúrneho dedičstva. Takýto prístup k slovenským tradičným pekárskym produktom by si priali aj slovenskí pekári. Prednosťou nebaleného pečiva je jeho čerstvosť a nutnosť rýchlej spotreby, nakoľko je vyrobené bez pridaným väčšieho množstva konzervačných látok.

Čerstvý pekársky výrobok (pšeničné pečivo) je ten, ktorý sa vyrába bez použitia konzervačných látok, bez predpečenia a ponúka sa spotrebiteľovi najneskôr do 24 hodín od upečenia, ak ide o chlieb; ak ide o pečivo, najneskôr do 12 hodín od upečenia. Na výrobu čerstvých pekárskych výrobkov sa používa najmä pšeničná a ražná múka, voda, droždie, cukor, soľ a iné prídavné látky podľa typu a druhu výrobku, či už ide o celozrnné múky a zmesi, ochucovadlá, náplne a pod.

Pod čerstvé pekárske výrobky patrí najmä chlieb a pšeničné pečivo, ktoré sa delí na bežné pečivo (rožky žemle, pletenky, veko, bagety a pod.) a jemné pečivo (rôzne typy koláčov, vianočka, závin, lúpačky a pod.). Za čerstvé považujeme dokonca aj ich balené varianty s trvanlivosťou nie dlhšou ako 3-5 dní podľa druhu pekárskeho výrobku.

Ďalším druhom pekárenských výrobkov je trvanlivé pečivo, ktoré predstavuje druhovo veľmi rozmanitú skupinu sýtiacich potravín. Vyrába sa z pšeničnej alebo ražnej múky a z rozličných ďalších surovín a prísad. Od bežných čerstvých pekárskych výrobkov sa odlišuje vyššou trvanlivosťou, nízkym obsahom vody (6-10%) a konzistenciou. Majú vysokú energetickú hodnotu, obsah tukov je 15-20% a cukrov 20-25%. Skladovať sa môžu niekoľko týždňov a väčšina sa hneď balí. Jeho výhoda spočíva v dlhej trvanlivosti bez väčšieho energetického nároku na skladovanie. Druhou výhodou oproti čerstvým pekárskym výrobkom je aj širšia možnosť exportu.

Ako hodnotíte spoluprácu s obchodníkmi? Čo by ste zlepšili?

Spolupráca sa nedá paušalizovať. Prebieha na veľmi korektnej úrovni. Spolupráca s časťou zahraničných obchodníkov sa čiastočne zmenila k lepšiemu, s niektorými nie. Najčastejším problémom je neakceptácia rastu nákladov pekárenských spoločností, z dôvodu čoho pekári žiadajú upraviť ceny svojich výrobkov. Zväz pracuje na tom, aby sa tieto podmienky dodávateľov na trhu zmenili a pekári prestali byť tlačení do cien, ktoré nepokrývajú náklady na výrobu.

Aj preto aktívne bojujú za to, aby nová vláda neotvárala a zásadným spôsobom nemenila zákon o neprimeraných obchodných podmienkach platný od septembra 2019, ktorý slovenských producentov potravín chráni pred dominantným postavením obchodníkov. Tento zákon pekári vnímajú ako jedinú právnu ochranu voči nevyrovnanému obchodnému vzťahu producent - obchodník.

Úroveň predaja pečiva a pekárenských výrobkov sa na Slovensku v posledných rokoch zmenila. Ako to vnímate?

Súčasný stav predaja pekárenských výrobkov je z môjho pohľadu nízky a v posledných rokoch vnímame postupný pokles záujmu o čerstvé výrobky pochádzajúce zo Slovenska, čo súvisí s nízkou podporou lokalpatriotizmu. Je nutné, aby boli viac podporovaní domáci výrobcovia a spracovatelia, ktorí sú dôležití nielen pre spotrebiteľov, ale rovnako aj pre ekonomiku krajiny. Je dávno známe, že slovenské výrobky sú kvalitnejšie a preto je škoda, že na úkor lacného dovozového tovaru, často menej kvalitného, sa domáci výrobcovia trápia s ekonomickými problémami.

Je potrebné, aby predstavitelia vlády venovali omnoho viac pozornosti podpore lokálnych výrobkov. Táto pozornosť napríklad súvisí aj s tým, že zákony idú často proti domácim výrobcom a nahrávajú práve zahraničným hráčom so silným kapitálom v pozadí. Pritom vláda je tá, ktorá sa má zaujímať o zmysuplné stimuly pre slovenských potravinárov.

V okolitých európskych krajinách vidíme, ako národné vlády prijímajú opatrenia na zvyšovanie finančnej podpory svojich potravinárov, či sú to už dotačné mechanizmy, nízka daňová a odvodová povinnosť, alebo iná finančná a mediálna podpora spotreby domácich potravín. Pekári sú aj teraz po súčasnej koronakríze znevýhodnení oproti ostatným producentom tým, že nemajú žiadny nárok na domáce či európske financie na zmiernenie dopadov krízy. Okrem iného aj v tomto vidíme dôsledky žalostného stavu slovenských pekárov a cukrárov na Slovensku.

Pripravil: dk

Foto: archív **T. Lopúchovej**

<https://www.retailmagazin.sk/rozhovor-mesiaca/4822-buducnost-vidime-v-nebalenom-pecive>

Budúcnosť vidíme v nebalenom pečive

Uverejnené: 13. júl 2020

[Like](#)
[Tweet](#)
[+1](#)
[Share](#)

Hovorí **Tatiana Lopúchová, predsedkyňa Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov**. V rozhovore sme prebrali aktuálny stav pekárenského odvetvia, trendy a nové smerovania v segmente pečiva a pekárenských výrobkov, dotkli sme sa aj súvisiacej legislatívy a vzťahov s obchodníkmi.



Pandémia koronavírusu sa dotkla snád každej oblasti fungovania, pekárenský sektor nevyimajúc. Ako toto nefalšované obdobie ovplyvnilo výrobu a budúce smerovanie tohto sektoru?

Každá spoločnosť sa musela tejto situácii prispôbiť situácii, pekárne takisto zaviedli prísne hygienické opatrenia. Tie však bolo, najmä v prvých dňoch, veľmi ťažké dodržiavať. Najprv sme sa pasovali s nedostatkom rúšok, čistiacich prostriedkov a neskôr teplomerov. Mnohí zamestnanci si sami šli rúška, aby mali ochranu tváre. Na Slovensku funguje priemerne 600 pekárenských prevádzok a tie denne potrebovali tisíce ochranných a dezinfekčných prostriedkov.

Zamestnanci boli rozdelení do úsekov, aby sa v prípade nákazy niektorého zo zamestnancov, vedelo jednoducho prísť na to, ktorí zamestnanci musia ísť do karantény a nebolo potrebné odstaviť celkovú výrobu v danom podniku. Každý deň bola zamestnancom meraná teplota, a naďalej sa meria, niekoľkokrát denne dochádza k dezinfekcii priestorov, niektoré podniky pristúpili k väčšiemu časovému rozostupu medzi striedaním pracovných zmien.

Reštrikciami vlády boli však postihnuté najmä stredne veľké pekárne v menších regiónoch Slovenska, ktoré pre uzatvorenie škôl a ďalších prevádzok verejného stravovania stratili významnú časť odbytu pekárenských výrobkov. Cukrárne, ktoré stratili najväčšiu časť biznisu, museli uzatvoriť svoje prevádzky úplne, pretože cukrárske výrobky podľa vyhlásenia opatrení nie sú nevyhnutné k prežitiu. Nariadenie o zatvorení prevádzok preto malo takmer likvidačný charakter na niektoré cukrárske podniky, nakoľko ide väčšinou o menšie rodinné firmy, ktoré cukrárne prevádzkujú.

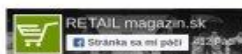
„Kým pekári pociťovali v prvých dňoch po zavedení karantény nárast dopytu v priemere až o 40 percent, postupne dopyt klesal. Približne týždeň po zavedení karantény sa dopyt po pekárenských výrobkoch dokonca znížil v priemere o 10 %.“

Tento pokles evidovali podľa nášho prieskumu takmer všetky spoločnosti. Úroveň poklesu sa drží dodnes. Zároveň niektoré pekárnske spoločnosti, ktoré mali aj cukrársku výrobu, museli cukrársku výrobu buď obmedziť, alebo dočasne pozastaviť. Reštartovanie takejto výroby je v súčasnosti veľmi náročné.

Hrozi v najbližšej dobe zvyšovanie cien pekárnských výrobkov? (prípadne aj zvažované percentuálne vyjadrenie) Čo je v tomto smere pre spotrebiteľa akceptovateľné a čo nie?

Spotrebiteľské ceny určujú obchodníci, dodávatelia, v tomto prípade pekárnske spoločnosti majú na konečné ceny nulový vplyv. Mojim názorom však je, že odbytové ceny pekárnských výrobkov by mali narásť. A nielen tie, ale aj pultové. Dôvodom sú opatrenia, ktoré sa dotkli pekárnských spoločností, no zároveň aj sektoru maloobchodu, ktoré sa udiali ešte pred koronakrízou a dodnes sa v plnej miere nepremietli do cien. Ide najmä o opatrenia týkajúce sa prijatím druhej vlny sociálneho balička, resp. oboch vln v rokoch 2018 a 2019. Tieto opatrenia výrazne ovplyvnili rast mzdových

- AKTUÁLNE
- TIPY DO PREDAJNE
- Sortimentné novinky
- VÝVOJ TRHU
- PODLIATIA, POZVÁNKY
- ROZHOVOR Mesiaca
- KOMENTÁRE
- PERSONÁLNE ZMENY
- VŠIMLI SME SI



VIDEO

New Retail Summit 2020 v 1 minúte



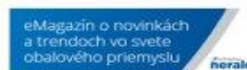
ZOBRAZIŤ VIAC VIDEÍ

PODCAST

Ako najlepšie zvládnuť obmedzenie maloobchodných a distribučných spoločností?



PARTNERSKÉ MÉDIÁ



Nasledujúci príbeh by mohol byť pokojne súčasťou katastrofického seriálu

20.07.2020 TV Markíza ~ Strana 1 ~ Relácia: 17:15 Reflex ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 21.07.2020 06:38 ~ Prevádzkovateľ: MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. s r.o. ~ Zem: Slovensko

Patrik HERMAN, moderátor

Nasledujúci príbeh by mohol byť pokojne súčasťou katastrofického seriálu s názvom Život po pandémie. Uplynulé obdobie totiž pre mnohých znamenalo naozaj katastrofu. Hoci sa bežný život dostáva pomaly do normálu, mnohí podnikatelia sa tak skoro do zabehnutých kolají nevrátia, ak sa vôbec vrátia. Niektorí museli svoje podniky zatvoriť. Iní minuli celé úspory a ďalšiu vlnu pandémie by už neprežili. Toto sú jedni z nich.

Peter OBENAU, pekár

My sme v podstate tá najmenšia možno pekáreň aká existuje. Sme pár, ktorý to vedíme, plus máme dvoch brigádnikov. Od momentu, keď sme sa rozhodli, že ideme takéto niečo robiť, uplynulo 7 rokov. A funguje to, žijeme, žijeme aj po kríze. Veľmi ťažko by som sa s tým lúčil, je to dieťa.

Mirka ONDREJČÍKOVÁ, redaktorka

Pandémia zasiahla práve takýchto drobných podnikateľov, ktorí museli na viac ako 2 mesiace zavrieť. Ani rozbeh nie je jednoduchý.

Peter OBENAU, pekár

Náš biznis model postavený na viacerých nohách a tá hlavná noha sú kaviarne, ktoré vám dávajú to množstvo objednávok, ktoré vám umožnilo vôbec fungovať a pokryť fixné náklady.

Mirka SLEZÁKOVÁ, pekárka

O tomto čase zvyčajne v pondelok sme ešte len končili, že sme dokrájali torty, ktoré majú byť odvezené do kaviarní a potom sme začínali piecť korpusy, kdežto teraz je v podstate práve poludnie a my už v podstate máme hotovo.

Mirka ONDREJČÍKOVÁ, redaktorka

Brigádnikov, ktorých živili, teraz nepotrebujú, čiže ostali bez príjmu.

Peter OBENAU, pekár

Momentálne sme tak, že sme minuli absolútne všetky úspory, ktoré sme mali, aby sme ten podnik udržali. Keby prišla druhá vlna, tak už asi začneme, už to asi zabalíme a začneme normálne rozpredávať.

Mirka ONDREJČÍKOVÁ, redaktorka

Mnohé prevádzky poznamenal aj zákaz predaja počas nedeľ. Pre cukrárov sú totiž nedele silným dňom.

Peter OBENAU, pekár

Sme na piatok dohodnutý so Šaňom, takže to by vám mohlo vydržať. Keby sa náhodou niečo vyskytlo, že by sa to rozbehlo, zavolajte, dobre.

Mirka SLEZÁKOVÁ, pekárka

Piatky sme strašne veľa toho mali naobjednávaného na víkend, hlavne pre kaviarne, ktoré sú v tých nákupných centrách. A v podstate tým, že boli nákupné centrá v nedeľu zatvorené, tak si neobjednávali tie kaviarne.

Peter OBENAU, pekár

Môžem zodpovedne aj preukázateľne prehlásiť, že len kvôli tým nedeľam a samozrejme aj kvôli tomu, že ešte sme len v nejakom nábehu naspäť, my máme len minimálne 40 % nižšie až 50 % nižšie objednávky ako v porovnateľný mesiac trebárs minulý rok alebo alebo vo februári.

Mirka ONDREJČÍKOVÁ, redaktorka

Práve zatvorené obchody a prevádzky v nedeľu mali zabrániť zhromažďovaniu ľudí na jednom mieste. Nedele slúžili aj ako sanitárny deň. Už mesiac obchodníci fungujú v klasickom režime, i keď túto pauzu chceli využiť poslanci na presadenie zákona o trvalom zákaze predaja v siedmy deň v týždni. V júni to parlamentom neprešlo, no chystá sa druhý takýto návrh.

Ján PODMANICKÝ, poslanec NR SR, bývalý poslanec NR SR za stranu Smer-SD /nezaradený/

Skúsenosť s doterajším obmedzením maloobchodného predaja počas štátnych sviatkov a niektorých dní pracovného pokoja ukázala, že tak zamestnanci, ako aj spotrebitelia, trávajú takto vytvorený voľný čas v kruhu svojich rodín. Táto skutočnosť sa pozitívne prejavuje v rozvoji cestovného ruchu.

Peter OBENAU, pekár

Vymysleli a priniesli to v tú najnevhodnejšiu dobu aká existuje a nezamysleli sa nad tým, že to môže dopadnúť úplne ináč ako chceli.

Mirka ONDREJČÍKOVÁ, redaktorka

Naopak veľkým pekárňam by zákaz predaja v nedeľu vyhovoval. Ani obchodníci v tomto nie sú zajedno.

Tatiana LOPÚCHOVÁ, predsedníčka Zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov

V zásade pekárne boli proti otvoreniu nedeľ a to najmä vo vzťahu ku vysokým zákonným príplatkom a vysokým nákladovým položkám, ktoré v oblasti s prácou a zásobovaním na nedeľu vznikajú.

Martin KATRIAK, prezident Zväzu obchodu SR

Zväz obchodu naďalej bude oslovovať authority a vykonávať aktivity nato, aby nedeľa bola pre zamestnancov v obchode dňom voľným.

Emil HURAJ, zástupca obchodnej siete s elektronikou

V prípade, že by v nedeľu boli zavreté, budeme musieť pristúpiť k prepúšťaniu.

Mirka ONDREJČÍKOVÁ, redaktorka

Online petíciu podporilo viac ako 16 000 ľudí.

Iva PACOŇOVÁ, Iniciatíva Nechajme to otvorené

Predavači dostávajú v nedeľu príplatky za túto nedeľnú prácu, čo si povedzme, že na Slovensku nie je úplne málo peňazí a viacerým rodinám to práveže pomôže vylepšiť rodinný rozpočet. Preto samotní predavači aj preferujú nedeľné práce. Málokto si uvedomuje, že práve títo predavači nepracujú 7 dní v týždni, pracujú formou krátky dlhý týždeň, čo znamená nie sú každú nedeľu v obchode a je na jeho slobodnom rozhodnutí, či tú prácu prijme alebo neprijme.

Peter OBENAU, pekár

Ja osobne považujem návrh nedeľného zákazu predaja za tak nelogicky, akýkoľvek umelý zásah do voľného trhu vždy prinesie nespravodlivosť.

Malí podnikatelia majú po karanténe ťažký rozbeh

20.07.2020 biznis.sk ~ Patrik Herman ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 22.07.2020 09:20 ~ Reálni
užívatelia: 42 ~ Dosah: 42 ~ Vydavateľ: Zväz obchodu SR ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 117,10 € ~ GRP: 0,00

Uplynulé obdobie totiž pre mnohých znamenalo naozaj katastrofu. Hoci sa bežný život dostáva pomaly do normálu, mnohí podnikatelia sa tak skoro do zabehnutých koľají nevrátia. Ak sa vôbec vrátia. Niektorí museli svoje podniky zatvoriť. Iní minuli celé úspory a ďalšiu vlnu pandémie by už neprežili.

Patrik Herman, moderátor:

„Nasledujúci príbeh by mohol byť pokojne súčasťou katastrofického seriálu s názvom Život po pandémii. Uplynulé obdobie totiž pre mnohých znamenalo naozaj katastrofu. Hoci sa bežný život dostáva pomaly do normálu, mnohí podnikatelia sa tak skoro do zabehnutých koľají nevrátia. Ak sa vôbec vrátia. Niektorí museli svoje podniky zatvoriť. Iní minuli celé úspory a ďalšiu vlnu pandémie by už neprežili. Toto sú jedni z nich.“

Peter Obenau, pekár:

„My sme v podstate tá najmenšia možná pekáreň, aká existuje. My sme pár, ktorý to vedíme, plus máme dvoch brigádnikov. Od momentu, keď sme sa rozhodli, že ideme taketo niečo robiť, uplynulo sedem rokov. A funguje to, žijeme. Žijeme aj po kríze. Veľmi ťažko by som sa s tým lúčil, je to dieťa.“

Mirka Ondrejčíková, redaktorka:

„Pandémia zasiahla práve takýchto drobných podnikateľov, ktorí museli na viac ako dva mesiace zavrieť. Ani rozbeh nie je jednoduchý.“

Peter Obenau, pekár:

„Náš biznis model je postavený na viacerých nohách. A tá hlavná noha sú kaviarne, ktoré vám dávajú to množstvo objednávok, ktoré vám umožní vôbec fungovať a pokryť fixné náklady.“

Mirka Slezáková, pekárka:

„O tomto čase zvyčajne v pondelok sme ešte len končili, že sme dokrájali torty, ktoré majú byť odvezené do kaviarní. A

potom sme začínali piecť korpusy. Kdežto teraz je v podstate pravé poludnie a my už v podstate máme hotovo.“

Mirka Ondrejčíková:

„Brigádnikov, ktorých živili teraz nepotrebujú, čiže ostali bez príjmu.“

Peter Obenau, pekár:

„Momentálne sme tak, že sme minuli absolútne všetky úspory, ktoré sme mali, aby sme ten podnik udržali. Keby prišla druhá vlna, tak už to asi zabalíme a začneme normálne rozpredávať.“

Mirka Ondrejčíková:

„Mnohé prevádzky poznamenal aj zákaz predaja počas nedeľ. Pre cukrárov sú totiž nedele silným dňom.“

Peter Obenau, pekár:

„Sme na piatok dohodnutí so Šaňou, takže to by vám mohlo vydržať. Keby sa náhodou niečo vyskytlo, že by sa to rozbehlo, tak kludne volajte, dobre?“

Mirka Slezáková, pekárka:

„Piatky sme strašne veľa toho mali naobjednávaného na víkend, hlavne pre tie kaviarne, ktoré sú v tých nákupných centrách. V podstate tým, že boli nákupné centrá v nedeľu zatvorené, tak si neobjednávali tie kaviarne.“

Peter Obenau, pekár:

„Môžem zodpovedne aj preukázateľne prehlásiť, že len kvôli tým nedeľam a samozrejme aj kvôli tomu, že ešte sme len v nejakom nábehu naspäť, my máme minimálne o 40 percent nižšie až 50 percent nižšie objednávky, ako v porovnateľný mesiac trebárs minulý rok, alebo vo februári.“

Mirka Ondrejčíková:

„Práve zatvorené obchody a prevádzky v nedeľu mali zabrániť zhromažďovaniu ľudí na jednom mieste. Nedele slúžili aj ako sanitárny deň. Už mesiac obchodníci fungujú v klasickom režime, i keď túto pauzu chceli využiť poslanci na presadenie zákona o trvalom zákaze predaja siedmy deň v týždni. V júni to parlamentom neprešlo. No chystá sa druhý takýto návrh.“

Návrh poslancov NR SR Jána Podmanického a Mariána Kéryho (text v obraze číta redaktor):

„Skúsenosť s doterajším obmedzením maloobchodného predaja počas štátnych sviatkov a niektorých dní pracovného pokoja ukázala, že tak zamestnanci, ako aj spotrebitelia trávajú takto vytvorený voľný čas v kruhu svojich rodín. Táto skutočnosť sa pozitívne prejavuje v rozvoji cestovného ruchu.“

Peter Obenau, pekár:

„Vymysleli a priniesli to v tú najnevhodnejšiu dobu, aká existuje a nezamysleli sa nad tým, že to môže dopadnúť úplne ináč, ako chceli.“

Mirka Ondrejčíková:

„Naopak, veľkým pekárňam by zákaz predaja v nedeľu vyhovoval. Ani obchodníci v tomto nie sú za jedno.“

Tatiana Lopúchová, predsedníčka Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov (Archív: TN):

„V zásade pekári boli proti otvoreniu nedeľ, a to najmä vo vzťahu k vysokým zákonným príplatkom a vysokým nákladovým položkám, ktoré s tou prácou a zásobovaním na nedeľu vznikajú.“

Martin Katriak, Zväz obchodu Slovenska (Archív: TN):

„Zväz obchodu naďalej bude oslovovať autority a vykonávať aktivity na to, aby nedeľa bola pre zamestnancov v obchode dňom voľným.“

Emil Huraj, zástupca obchodnej siete s elektronikou (Archív: TN):

„V prípade, že by v nedeľu boli zavreté, budeme musieť pristúpiť k prepúšťaniu.“

Mirka Ondrejčíková:

„Online petíciu podporilo viac ako 16-tisíc ľudí.“

Iva Pacoňová, iniciatíva Nechajme to otvorené:

„Predavači dostávajú v nedeľu príplatky za túto nedeľnú prácu, čo si povedzme, že na Slovensku nie je úplne že málo peňazí a viacerým rodinám to práveže pomôže vylepšiť rodinný rozpočet. Preto tí samotní predavači aj preferujú nedeľné práce. Málokto si uvedomuje, že práve títo predavači nepracujú sedem dní v týždni, pracujú formou krátky, dlhý týždeň, čo znamená, že nie sú každú nedeľu v obchode. Je to na jeho slobodnom rozhodnutí, či tú prácu prijme, alebo neprijme.“

Peter Obenau, pekár:

„Ja osobne považujem návrh nedeľného zákazu predaja za tak nelogický. Akýkoľvek umelý zásah do voľného trhu, vždy prinesie nespravodlivosť.“

<https://biznis.sk/article/mali-podnikatelia-maju-po-karantene-tazky-rozbeh/5f17e2fa6e8e6bd8e54402da>



Malí podnikatelia majú po karanténe ťažký rozbeh



Uplynulé obdobie totiž pre mnohých znamenalo naozaj katastrofu. Hoci sa bežný život dostáva pomaly do normálu, mnohí podnikatelia sa tak skoro do zabehnutých kofaj nevrátia. Ak sa vôbec vrátia. Niektorí museli svoje podniky zatvoriť. Iní minuli celé úspory a ďalšiu vlnu pandémie by už neprežili.

Patrik Herman, moderátor:

„Nasledujúci príbeh by mohol byť pokojne súčasťou katastrofického seriálu s názvom Život po pandémii. Uplynulé obdobie totiž pre mnohých znamenalo naozaj katastrofu. Hoci sa bežný život dostáva pomaly do normálu, mnohí podnikatelia sa tak skoro do zabehnutých kofaj nevrátia. Ak sa vôbec vrátia. Niektorí museli svoje podniky zatvoriť. Iní minuli celé úspory a ďalšiu vlnu pandémie by už neprežili. Toto sú jedni z nich.“

Peter Obenau, pekáč:

„My sme v podstate tá najmenšia možná pekáreň, aká existuje. My sme pár, ktorý to vedieme, plus máme dvoch brigádnikov. Od momentu, keď sme sa rozhodli, že ideme takého niečo robiť, uplynulo sedem rokov. A funguje to, žijeme. Žijeme aj po kríze. Veľmi ťažko by som sa s tým lúčil, je to dieťa.“

Mirka Ondrejčíková, redaktorka:

„Pandémie zasiahla práve takýchto drobných podnikateľov, ktorí museli na viac ako dva mesiace zavrieť. Ani rozbeh nie je jednoduchý.“

Peter Obenau, pekáč:

„Náš biznis model je postavený na viacerých nohách. A tá hlavná noha sú kaviarne, ktoré vám dávajú to množstvo objednávok, ktoré vám umožní vôbec fungovať a pokryť fixné náklady.“

Mirka Slezáková, pekárika:

„O tomto čase zvyčajne v pondelok sme ešte len končili, že sme dokrájali torty, ktoré majú byť odvezené do kaviarní. A potom sme začínali piecť korpusy. Kdežto teraz je v podstate pravé popoludie a my už v podstate máme hotovo.“

Mirka Ondrejčíková:

„Brigádnikov, ktorých živili teraz nepotrebuju, čiže ostali bez príjmu.“

Peter Obenau, pekáč:

„Momentálne sme tak, že sme minuli absolútne všetky úspory, ktoré sme mali, aby sme ten podnik udržali. Keby prišla druhá vlna, tak už to asi zabalíme a začneme normálne rozpredávať.“

Mirka Ondrejčíková:

„Mnohé prevádzky poznamenali aj zákaz predaja počas nediel. Pre cukrárov sú totiž nedele silným dňom.“

Peter Obenau, pekáč:

„Sme na piatok dohodnutí so Šaňou, takže to by vám mohlo vydržať. Keby sa náhodou niečo vyskytlo, že by sa to rozbehlo, tak kludne volajte, dobre?“

Mirka Slezáková, pekárika:

„Piatky sme strašne veľa toho mali naobjednaného na víkend, hlavne pre tie kaviarne, ktoré sú v tých nákupných centrách. V podstate tým, že boli nákupné centrá v nedelu zatvorené, tak si neobjednávali tie kaviarne.“

Peter Obenau, pekáč:

„Môžem zodpovedne aj preukázateľne prehlásiť, že len kvôli tým nedeliam a samozrejme aj kvôli tomu, že ešte sme len v nejakom nábehu naspäť, my máme minimálne o 40 percent nižšie až 50 percent nižšie objednávky, ako v porovnateľný mesiac trebárs minulý rok, alebo vo februári.“

Mirka Ondrejčíková:

V predajniach potravín rastie podiel slovenských výrobkov

23.07.2020 Trend ~ Strana 83 ~ Rubrika: Trend + Retail a obchod ~ Náklad: 12 600 ~ Predaných: 9 500 ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 23.07.2020 04:54 ~ Vydavateľ: News and Media Holding a. s. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 6 725,76 €

Slovenskí dodávatelia sa zhodujú, že spolupráca s reťazcom im pomáha rásť. BILLA vo februári tohto roka vyhlásila vo svojich predajniach Dobu slovenskú a dokázala, že to s podporou slovenských výrobcov potravín a farmárov myslí vážne. Už dnes patrí k lídrom v zastúpení kvalitných slovenských produktov

V ťažkých časoch koronakrízy

„Oceňujeme, že to bola práve spoločnosť BILLA, ktorá nás ako producentov mlieka a mliečnych výrobkov podržala v krízových časoch a odolala tlaku spojenému s pretláčaním dumpingových cien a komodít zo zahraničia. Práve týmto krokom výrazne prispela k stabilite a udržateľnosti tohto slovenského bieleho zlata,“ vyhlásil Ján Husák, obchodný riaditeľ spoločnosti TAMI, Tatranská mliekareň.

Posledné mesiace, keď nás tak neočakávane zasiahla koronavírusová pandémia, priniesli so sebou aj ťažšie obdobie pre mnohé odvetvia. Je na nás všetkých, aby sme podporili slovenskú ekonomiku a zamestnanosť na Slovensku.

„My sme spoločnosť, ktorá sa správa zodpovedne voči krajine, v ktorej už také dlhé roky podniká. Sme stabilným zamestnávateľom a investorom, ktorý ročne preinvestuje na Slovensku nemalé finančné prostriedky. Verím, že aj vďaka nášmu projektu Doba slovenská, sa nám podarí zachovať mnohé pracovné miesta a udržať mnohé slovenské firmy životaschopné a azda aj naštartovať nemalé pozitívne zmeny v krajine,“ zdôrazňuje Dariusz Bator, generálny riaditeľ spoločnosti BILLA.

Nielen spolupatričnosť so slovenskými výrobcami stojí za strategickým rozhodnutím BILLA ohľadom ďalšieho zvyšovania slovenských produktov.

na pultoch predajní a ich počet naďalej rozširuje.

Reťazec načúva spotrebiteľom, a tým na lokálnom pôvode výrobkov záleží čoraz viac. „Slováci chcú nakupovať slovenské potraviny, čo nám dokazuje séria reprezentatívnych prieskumov, preto právom možno označiť túto novú etapu v modernom maloobchode ako boom v záujme a preferencii slovenských potravín samotnými zákazníkmi,“ opisuje aktuálny trend v spotrebiteľskom správaní generálny riaditeľ BILLA.

Rovnocenný obchodný vzťah – spoločný rast

Mnohí slovenskí dodávatelia sa v minulosti sťažovali na nevhodný prístup obchodných reťazcov pri nadväzovaní spolupráce a nerovnocenný obchodný vzťah. „V našom prípade ide o strategické rozhodnutie naďalej zvyšovať podiel slovenských výrobkov v ponuke, preto nám záleží na korektných a vyvážených vzťahoch so slovenskými výrobcami. Iba obojstranne výhodný vzťah môže fungovať dlhodobo, a to je naším cieľom,“ doplnil D. Bator.

Jeho slová potvrdzuje aj Ignác Bertovič, výkonný riaditeľ spoločnosti Berto, výrobca prémiových mäsových výrobkov. „Sme veľmi radi, že môžeme práve spoločnosť BILLA radiť medzi našich najvýznamnejších zákazníkov. Je to výsledok dobre nastavených obchodných vzťahov, o čom svedčí aj skutočnosť, že tržby s touto spoločnosťou majú každoročne stúpajúcu tendenciu.“ Rodinná firma Berto nie je jediná, ktorá bok po boku so spoločnosťou BILLA rastie. „Našu spoluprácu hodnotíme ako veľmi úspešnú, o čom svedčia zvýšené objemy z počiatočných 20 ton na 55 ton mesačne,“ prezradil Richard Duda, generálny riaditeľ spoločnosti TAURIS z Rimavskej Soboty.

Dôkazom rozširujúcich sa spoluprác je, že tržby za predaj slovenských potravín v BILLA sa blížia k polovici celkových tržieb a kontinuálne už niekoľko rokov zaznamenávajú nárast. Z TOP 50 dodávateľov supermarketu už tvoria slovenskí takmer polovicu.

Kvalita a produktové inovácie

Ak sa slovenskí výrobcovia chcú presadiť v silnej konkurencii zahraničných výrobcov, musia prichádzať so zaujímavými novinkami. Nákupné preferencie a trendy vo svojich prevádzkach pritom najlepšie odčíta samotný obchodník. „Preto na produktových inováciách pracujeme spoločne s našimi dodávateľmi. V mnohých prípadoch sa už vyplatilo, ak bol výrobca ochotný načúvať a inovovať v spolupráci s nami,“ zdôrazňuje D. Bator význam hlbšej spolupráce obchodníka a dodávateľa. Iniciatívny prístup reťazca si pochvaľuje aj Ignác Bertovič, podľa ktorého BILLA neustále prichádza s nápadmi na nové výrobky, sledujúc tak progresívne trendy v potravinárstve a dopyt zákazníkov. „Aj na základe ich konkrétnych požiadaviek inovujeme portfólio produktov Berto. BILLA pozitívne reaguje na novinky a trendy v potravinárstve a veľmi rýchlo ich zavádza do predaja.“ Veľmi podobnú skúsenosť má **Vladislav Baričák**, manažér pekárenskej divízie spoločnosti **PENAM SLOVAKIA**, výrobca pečiva. „Spoločnosť BILLA považujeme za inovatívneho partnera, ktorý je naklonený prijať na svoje pulty aj nové trendy pekárskej výroby.“

Slovenská farma na pultoch reťazca

BILLA podporuje celoslovenských i lokálnych výrobcov dlhodobo a bude v tom pokračovať. Príkladom je ponuka produktov pod privátnou značkou Slovenská farma, ktorú má reťazec vo svojom portfóliu už od roku 2013. Toto označenie je garanciou 100-percentného slovenského pôvodu. Niektorí z dodávateľov zásobujú supermarket vo svojom regióne, tí väčší po celom Slovensku. „Cením si, že nám tento obchodný partner dal možnosť presadiť sa nielen ako regionálny, ale aj celoslovenský dodávateľ. Prostredníctvom centrálnych skladov zásobujeme vybranými výrobkami všetky predajne BILLA na Slovensku,“ dodal **Vladislav Baričák**.

NMH221085/01

PR článok

V predajniach potravín rastie podiel slovenských výrobkov

Slovenskí dodávatelia sa zhodujú, že spolupráca s reťazcom im pomáha rásť. BILLA vo februári tohto roka vyhlásila vo svojich predajniach Dobu slovenskú a dokázala, že to s podporou slovenských výrobcov potravín a farmárov myslí vážne. Už dnes patrí k lídrom v zastúpení kvalitných slovenských produktov na pultoch predajní a ich počet naďalej rozširuje.

V ťažkých časoch koronakrízy

„Oceňujeme, že to bola práve spoločnosť BILLA, ktorá nás ako producentov mlieka a mliečnych výrobkov poddržala v krízových časoch a odolala tlaku spojenému s pretláčaním dumpingových cien a komodit zo zahraničia. Práve týmto krokom výrazne prispela k stabilite a udržateľnosti tohto slovenského bieleho zla,“ vyhlásil Ján Husák, obchodný riaditeľ spoločnosti TAMI, Tatrská mliekareň.

Posledné mesiace, keď nás tak neočakávane zasiahla koronavírusová pandémia, priniesli so sebou aj ťažšie obdobie pre mnohé odvetvia. Je na nás všetkých, aby sme podporili slovenskú ekonomiku a zamestnanosť na Slovensku.

„My sme spoločnosť, ktorá sa správa zodpovedne voči krajine, v ktorej už také dlhé roky podniká. Sme stabilným zamestnávateľom a investorm, ktorý ročne reinvestuje na Slovensku nemalé finančné prostriedky. Verím, že aj vďaka nášmu projektu Doba slovenská, sa nám podarí zachovať mnohé pracovné miesta a udržať mnohé slovenské firmy životaschopné a azda aj naštartovať nemalé pozitívne zmeny v krajine,“ zdôrazňuje Dariusz Bator, generálny riaditeľ spoločnosti BILLA.

Nielen spolupatričnosť so slovenskými výrobcami stojí za strategickým rozhodnutím BILLA ohľadom ďalšieho zvyšovania slovenských produk-



tov. Reťazec načúva spotrebiteľom, a tým na lokálnom pôvode výrobkov záleží čoraz viac. „Slováci chcú nakupovať slovenské potraviny, čo nám dokazuje séria reprezentatívnych prieskumov, preto právom možno označiť túto novú etapu v modernom maloobchode ako boom v záujme a preferencii slovenských potravín samotnými zákazníkmi,“ opisuje aktuálny trend v spotrebiteľskom správaní generálny riaditeľ BILLA.

Rovnocenný obchodný vzťah – spoločný rast

Mnohí slovenskí dodávatelia sa v minulosti sťažovali na nevhodný prístup obchodných reťazcov pri nadväzovaní spolupráce a nerovnocenný obchodný vzťah. „V našom prípade ide o strategické rozhodnutie naďalej zvyšovať podiel slovenských výrob-

kov v ponuke, preto nám záleží na korektných a vyvážených vzťahoch so slovenskými výrobcami. Iba obojstranne výhodný vzťah môže fungovať dlhodobo, a to je našim cieľom,“ doplnil D. Bator.

Jeho slová potvrdzuje aj Ignác Bertovič, výkonný riaditeľ spoločnosti Berto, výrobca prémiových mäsových výrobkov. „Sme veľmi radi, že môžeme práve spoločnosť BILLA radíť medzi našich najvýznamnejších zákazníkov. Je to výsledok dobre nastavených obchodných vzťahov, o čom svedčí aj skutočnosť, že tržby s touto spoločnosťou majú každoročne stúpajúcu tendenciu.“

Rodinná firma Berto nie je jediná, ktorá bok po boku so spoločnosťou BILLA rastie. „Našu spoluprácu hodnotíme ako veľmi úspešnú, o čom svedčia zvýšené objemy z počiatkových 20 ton na 55 ton mesačne,“ prezradil Richard Duda, generálny riaditeľ spoločnosti TAURIS z Rimavskej Soboty.

Dôkazom rozširujúcich sa spolupráč je, že tržby za predaj slovenských potravín v BILLA sa blížia k polovici celkových tržieb a kontinuálne už niekoľko rokov zaznamenávajú nárast. Z TOP 50 dodávateľov supermarketu už tvoria slovenskí takmer polovicu.

Kvalita a produktové inovácie

Ak sa slovenskí výrobcovia chcú presadiť v silnej konkurencii zahra-

ničných výrobcov, musia prichádzať so zaujímavými novinkami. Nákupné preferencie a trendy vo svojich prevádzkach pritom najlepšie odčíta samotný obchodník. „Preto na produktových inováciách pracujeme spoločne s našimi dodávateľmi. V mnohých prípadoch sa už vyplátilo, ak bol výrobca ochotný načúvať a inovovať v spolupráci s nami,“ zdôrazňuje D. Bator význam hlbšej spolupráce obchodníka a dodávateľa. Iniciatívny prístup reťazca si pochvaľuje aj Ignác Bertovič, podľa ktorého BILLA neustále prichádza s nápadmi na nové výrobky, sledujúc tak progresívne trendy v potravinárstve a dopyt zákazníkov. „Aj na základe ich konkrétnych požiadaviek inovujeme portfólio produktov Berto. BILLA pozitívne reaguje na novinky a trendy v potravinárstve a veľmi rýchlo ich zavádza do predaja.“

Veľmi podobnú skúsenosť má Vladislav Baričák, manažér pekárenskej divízie spoločnosti PENAM SLOVAKIA, výrobca pečiva. „Spoločnosť BILLA považujeme za inovatívneho partnera, ktorý je naklonený prijať na svoje pulty aj nové trendy pekárskej výroby.“

Slovenská farma na pultoch reťazca

BILLA podporuje celoslovenských i lokálnych výrobcov dlhodobo a bude v tom pokračovať. Príkladom je ponuka produktov pod privátnou značkou Slovenská farma, ktorú má reťazec vo svojom portfóliu už od roku 2013. Toto označenie je garanciou 100-percentného slovenského pôvodu. Niektorí z dodávateľov zásobujú supermarket vo svojom regióne, tí väčší po celom Slovensku. „Cením si, že nám tento obchodný partner dal možnosť presadiť sa nielen ako regionálny, ale aj celoslovenský dodávateľ. Prostredníctvom centrálnych skladov zásobujeme vybranými výrobkami všetky predajne BILLA na Slovensku,“ dodal Vladislav Baričák.



NMH221085/01

Grilovačka sa bez chlebíka nezaobíde

30.07.2020 Hospodárske noviny ~ Strana 20 ~ MSA ~ Rubrika: Príloha - Obchodné reťazce ~ Náklad: 14 250 ~ Predaných: 10 400 ~ Infotyp: Nepomenované ~ Dátum importu: 30.07.2020 05:25 ~ Čítanosť: 148 000 ~ Vydavateľ: MAFRA Slovakia, a. s. ~ Zem: Slovensko ~ AVE: 976,55 € ~ GRP: 3,22

POTRAVINY

Dovolenková sezóna je tradične spojená s grilovačkami. To je obdobie, keď pekári zaznamenávajú vyššiu konzumáciu chleba a rožkov.

„Aj napriek módnym trendom v pekárstve, Slováci najmä pri takýchto akciách stále preferujú klasický chlieb a rožok. Semiačkové výrobky viac zaťažujú tráviaci trakt, a preto akosi podvedome ľudia k masnejším jedlám vyhľadávajú pekársku klasiku,“ vysvetľuje **Tatiana Lopúchová, predsedníčka Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov**.

Cukrári viac siahajú po trvanlivejších cukrárskych výrobkoch. No keďže k letu patria aj oslavy, svadby či hody, ich neodmysliteľnou súčasťou sú aj zákusky, ideálne sú klasické s vareným maslovým krémom.

Trendy menia pečivo Preferencie kupujúcich sa za posledných 20 rokov výrazne zmenili. Spotreba základnej potraviny, chleba, rokmi neustále klesá. Spôsobujú to viaceré faktory. „Za toto obdobie sa na pulty dostali adekvátne náhrady pečiva a chleba v podobe mrazených, trvanlivých a pufovaných výrobkov. Svoje urobilo aj šírenie mýtu, že pečivo a chlieb sú zdraviu škodlivé.

V čerstvom chlebe a pečive sa však nachádza veľmi veľké množstvo takzvaných zdravých baktérií, enzýmov a aj vlákniny, ktoré pozitívne vplyvajú na trávenie ľudí, ktorí nie sú alergickí na lepok,“ pripomína **Lopúchová** a dodáva, že pekári pociťujú výrazný rast záujmu o bezlepkové výrobky alebo o takzvané free výrobky: sugar free, fat free, gluten free, lactose free... Zákazníci siahajú napríklad po výrobkoch z ražnej, kukuričnej, ovsenej, zo špaldovej či z pohánkovej múky. Postupne rastie dopyt aj po produktoch s prísadami mnohoročných zmesí a príchuťí. „Napriek trendom, ktoré prichádzajú z celého sveta, chlieb u nás patrí k najpredávanejším pekárskym výrobkom. Je to aj preto, lebo čerstvý pšenično-ražný chlieb a rožok patria k slovenskej tradičnej kuchyni. Špe ciálne a netradičné pečivá sú iba doplnkové a často sa na pultoch menia a dopĺňajú.“ Ako uskladniť chlieb Kvalita pekárskych výrobkov je veľmi citlivá na výkyvy počasia. Leto je špecifické vysokými teplotami a mnohokrát spojené so zvýšenou vlhkosťou, čo vytvára vynikajúce podmienky na tvorbu plesní. Mnohé pekárne majú značné problémy najmä pri balení výrobkov, pri nedostatočnom vychladnutí pred balením hrozí zvýšené riziko predčasného vytvárania plesní vo výrobku. Platí, že plesne sa tvoria v menšom rozsahu, ak je chlieb dostatočne zakyslený. Čo to znamená? Pri správnom technologickom procese a dodržaní časového harmonogramu sa v ceste tvoria najmä baktérie mliečneho kvasenia, ktoré produkujú kyselinu mliečnu. A práve tá pôsobí ako prirodzený konzervant a chlebíku dodáva typickú, príjemne kyslastú chuť. Vyššiu kyslosť majú chleby s vyšším podielom ražnej múky. „Ak si kúpite čerstvý nebalený chlieb, odporúčame zabaliť ho do ľanovej utierky, pri takomto spôsobe však rýchlejšie vyschne.

Preto si zákazníci chlieb a pečivo často balia do mikroténových vreciek. V lete odporúčame chlieb a pečivo takto zabalené uchovávať v chladničke, kde vydrží dlhšie bez tvorby plesní,“ radí **Tatiana Lopúchová**. Pred jedením ho stačí zohriať v hriankovači alebo vo vyhriatej rúre a máte pečivo ako čerstvo upečené v pekárni.

Chlieb u nás patrí k najpredávanejším pekárskym výrobkom. **Tatiana Lopúchová, predsedníčka Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov**

Grilovačka sa bez chlebička nezaobíde

Dovolenková sezóna je tradične spojená s grilovačkami. To je obdobie, keď pekári zaznamenávajú vyššiu konzumáciu chleba a rožkov.

„Aj napriek módnym trendom v pekárstve, Slováci najmä pri takýchto akciách stále preferujú klasický chlieb a rožok. Semiačkové výrobky viac zaťažujú tráviaci trakt, a preto akosi podvedieme ľudí k masnejším jedlám vyhľadávajú pekársku klasiku,“ vysvetľuje Tatiana Lopúchová, predsedníčka Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov. Cukrári viac siahajú po trvanlivejších cukrárskych výrobkoch. No keďže k letu patria aj oslavy, svadby či hody, ich neodmysliteľnou súčasťou sú aj zákusky, ideálne sú klasické s vanovým maslovým krémom.

Trendy menia pečivo

Preferencie kupujúcich sa za posledných 20 rokov výrazne zmenili. Spotreba základnej potraviny, chleba, rokmi neustále klesá. Spôsobujú to viaceré faktory. „Za toto obdobie sa na pulty dostali adekvátne náhrady pečiva a chleba v podobe mrazených, trvanlivých a pufovaných výrobkov. Svoje urobilo aj šírenie mýtu, že pečivo a chlieb sú zdraviu škodlivé. V čerstvom chlebe a pečive sa však nachádza veľmi veľké množstvo takzvaných zdravých baktérií, enzýmov a aj vlákniny, ktoré pozitívne vplyvajú na trávenie ľudí, ktorí nie sú alergickí na lepok,“ pripomína Lopúchová a dodáva, že pekári pociťujú výrazný rast záujmu o bezlepkové výrobky alebo o takzvané free výrobky: sugar free, fat free, gluten free, lactose free...

Zákazníci siahajú napríklad po výrobkoch z ražnej, kukuričnej, ovsenej, zo špaldovej či z pohánkovej múky. Postupne rastie dopyt aj po produktoch s prísadami mnohoročných zmesí a príchuťí. „Napriek trendom, ktoré prichádzajú z celého sveta, chlieb u nás patrí k najpredávanejším pekárskym výrobkom. Je to aj preto, lebo čerstvý pšenično-ražný chlieb a rožok patria k slovenskej tradičnej kuchyni. Špeciálne a netradičné pečivá sú iba do-

plnkové a často sa na pultoch menia a dopĺňajú.“

Ako uskladniť chlieb

Kvalita pekárskych výrobkov je veľmi citlivá na výkyvy počas letného obdobia. Leto je špecifické vysokými teplotami a mnohokrát spojené so zvýšenou vlhkosťou, čo vytvára vynikajúce podmienky na tvorbu plesní. Mnohé pekárne majú značné problémy najmä pri balení výrobkov, pri nedostatočnom vychladnutí pred balením hrozí zvýšené riziko predčasného vytvárania plesní vo výrobku. Platí, že plesne sa tvoria v menšom rozsahu, ak je chlieb dostatočne zakyslený. Čo to znamená? Pri správnom technologickom procese a dodržaní časového harmonogramu sa v ceste tvoria najmä baktérie mliečneho kvasenia, ktoré produkujú kyselinu mliečnu. A práve tá pôsobí ako prirodze-



Chlieb u nás patrí k najpredávanejším pekárskym výrobkom.

Tatiana Lopúchová,
predsedníčka Slovenského zväzu pekárov, cukrárov a cestovinárov

ný konzervant a chlebičku dodáva typickú, príjemne kyslastú chuť. Vyššiu kyslosť majú chleby s vyšším podielom ražnej múky. „Ak si kúpite čerstvý nebalený chlieb, odporúčame zabaliť ho do ľanovej utierky, pri takomto spôsobe však rýchlejšie vyschnie. Preto si zákazníci chlieb a pečivo často balia do mikroténových vreciek. V lete odporúčame chlieb a pečivo takto zabalené uchovávať v chladničke, kde vydrží dlhšie bez tvorby plesní,“ radí Tatiana Lopúchová. Pred jedením ho stačí zohriať v hriankovači alebo vo vyhriatej rúre a máte pečivo ako čerstvo upečené v pekárni. (MSA)