



**Český svaz
zpracovatelů masa**



**Řeznicko-uzenářská
prodejna roku 2020**

MANUÁL K SOUTĚŽI „ŘEZNICKO-UZENÁŘSKÁ PRODEJNA ROKU 2020“

Provozujete řeznictví-uzenářství, na které jste hrdí, do kterého se spokojení zákazníci vrací pro kvalitní, prvotřídně upravené a vzhledně nabízené maso, pro široký sortiment jakostních uzenin a doplňkového zboží? Máte ve své prodejně perfektně proškolený, ochotný, vždy vzorně ustrojený personál a nebojíte se srovnání s konkurencí? V tom případě neváhejte a přihlaste svoji prodejnu do soutěže „ŘEZNICKO-UZENÁŘSKÁ PRODEJNA ROKU 2020“, kterou pořádá Český svaz zpracovatelů masa. Soutěž ale není určena pouze pro členy tohoto svazu.

Hodnocení probíhá jen v zákaznickém prostoru prodejny (bez prohlídky zázemí) a kromě uvedeného srovnání s konkurencí mohou provozovatelé soutěžících prodejen od odborných hodnotitelů získat množství cenných rad z oblasti organizace prodeje, komunikace se zákazníky a plnění legislativních požadavků. Celkoví vítězové v obou soutěžních kategoriích navíc od partnera soutěže, společnosti MARANKO design s.r.o., obdrží atraktivní ceny. Podrobné podmínky průběhu soutěže, účasti, přihlášení a hodnocení, jsou uvedené v samostatných pravidlech soutěže. Tento manuál má zájemcům o soutěž přiblížit platná hodnotící kritéria, aby se mohli kvalifikovaně rozhodnout ohledně přihlášení svých prodejen do soutěže a také u nich zvýšit šance na co největší bodový zisk a přední umístění v celkovém hodnocení.

Hodnotící kritéria:

1) Hygiena prodeje

- **Vyžadujeme:** Pořádek a čistotu v prodejně. Manipulaci a nabízení zboží k prodeji v předepsaných hygienických a teplotních podmínkách. Naprosté dodržování zásad osobní hygieny personálu. Používání čistých pracovních pomůcek dle zásad správné hygienické praxe. Kompletní a čistý pracovní oděv personálu.
- **Netolerujeme:** Manipulaci se zbožím, penězi, čisticími prostředky, atd. rukou (byť s ochrannou rukavicí), aniž by mezi jednotlivými kroky při přechodu z nečisté práce na čistou vždy došlo k důkladnému umytí rukou nebo k výměně ochranné pomůcky. Přecházení personálu mezi pulty/částmi pultů s prodejem nebaleného masa, nebalených masných polotovarů, nebalených masných výrobků a/nebo nebalených doplňkových potravin, aniž by došlo k důkladnému umytí rukou nebo k výměně ochranné pomůcky mezi manipulací s různými druhy nebalených potravin. Prodej různých druhů nebalených potravin neodděleně v jednom prodejním pultu. Prsteny, dlouhé a/nebo lakované nehty, náramky, hodinky, atd. u personálu, pokud tyto prvky nejsou důkladně překryté ochranným prostředkem. Personál, byť jen částečně, v civilním oděvu. Personál bez vhodné a funkční pokrývky hlavy, která zabrání odpadávaní vlasů na manipulační, přípravné nebo prodejní plochy a do pultů se zbožím. Personál vycházející ven z prodejny v pracovním oděvu a v pracovní obuvi. Polétávající hmyz v míře přesahující ojedinělou výjimku. Odkládání čisticích prostředků na manipulační, přípravné nebo prodejní plochy. Odkládání osobních předmětů personálu na manipulační, přípravné nebo prodejní plochy. Personál přinášející si občerstvení jakékoliv povahy do prodejní či zákaznické části prodejny.
- **Doporučujeme:** Manipulovat se zbožím pomocí k tomu určených a čistých pomůcek (např. vidličky, jednorázové sáčky) a v rámci organizace prodeje minimalizovat riziko sekundární kontaminace zboží. Neumísťovat vystavené zboží na pulty bezprostředně před zákazníky do tzv. dýchací zóny. V případě používání mlýnku pro mletí masa v prostoru prodejny před zákazníkem tento mlýnek, případně jen jeho příslušné části, chladit tak, aby nedošlo k neúměrnému zvýšení teploty suroviny uvnitř mlýnku mezi jeho jednotlivými použitími.

2) Šíře sortimentu

- Vyžadujeme: Pestrost sortimentu v závislosti na rozloze prodejní plochy prodejny (nabídka kompletního sortimentu výsekových a mletých mas, drobů, kostí, sádla, krve, různých skupin masných výrobků a masných polotvarů není nutnou podmínkou, ale je velkou výhodou).
- V hodnocení sortimentu bude pozitivně hodnoceno zastoupení sortimentu ZTS, ČCN, Klasa
- Netolerujeme: Úzce zaměřený prodej na omezené skupiny masa a masných výrobků.
- Doporučujeme: Zajistit přiměřenou šíři sortimentu i u malých prodejen.

3) Úroveň prezentace sortimentu

- Vyžadujeme: Zboží přehledně a vzhledně založené do pultů kdykoliv v průběhu otvírací doby prodejny (prezentace salámů, šunek, specialit, atd. po nakrájení není nutnou podmínkou, ale je velkou výhodou). Vzhledné uvedení popisu zboží i všech povinně označovaných informací. Nechlazené potraviny a další předměty (pokud jsou umístěné na pultech) vystavit tak, aby nestínily osvětlení pultu.
- Netolerujeme: Prázdné plochy v prodejních pultech. Prodej předem připraveného nebaleného mletého masa (podle platné vyhlášky musí být v ČR připravováno jen před zákazníkem; lze nahradit prodejem předem připraveného polotvaru z mletého masa).
- Doporučujeme: Co nejvíce se vyvarovat prodeji baleného zboží z prodejních pultů. Zajistit vždy dostatečné množství jednotlivých položek sortimentu v prodejních pultech. Využívat další vhodné prostory prodejny k vystavení nabízeného zboží nad rámec prodejních pultů.
- Doporučujeme: aby sortiment vykazoval znaky čerstvosti (svěžesti), sezónnosti a prodeje místních tradičních výrobků

4) Úroveň obsluhujícího personálu a komunikace se zákazníky

- Vyžadujeme: Ochotný, vstřícný, vyškolený, vzhledně a funkčně upravený personál se schopností poskytovat, byť např. s využitím sortimentního katalogu, základní popis prodáváného zboží (zařazení do skupiny, seznam složek, obsah masa, zvýrazněných složek, tuku a soli), ale také doporučovat použití daného výsekového masa nebo polotovaru pro následnou kuchyňskou úpravu, apod. Personál musí přichozícího zákazníka pozdravit a při odchodu z prodejny se s ním vhodně rozloučit. Během komunikace se zákazníkem musí být personál přiměřeně aktivní. Personál musí být alespoň základním způsobem schopen zákazníkovi na vyžádání stručně popsat význam označených údajů, jako je např. země původu výsekového masa, údaj o obsahu masa v masném výrobku, údaj o třídě jakosti tepelně opracovaných šunek, podmínky skladování, nebo datum použitelnosti vs. datum minimální trvanlivosti.
- Netolerujeme: Hrubé neznalosti v oblasti zbožíznalství, poskytování desinformací, neochotu a přehlíživost ze strany personálu.
- Doporučujeme: Personál školit, školit, školit, motivovat a důsledně kontrolovat. Kvalitní prodejnu dělá především kvalitní a ochotný personál! Personálu může značně usnadnit práci dobře zpracovaný (a aktualizovaný!) sortimentní katalog v tištěné nebo elektronické podobě.

5) Plnění informačních povinností konečnému spotřebiteli

- Vyžadujeme: Přesné uvedení všech povinně označovaných údajů ke všem položkám nabízeného sortimentu, zejména se zaměřením na označení názvu, příslušného druhu a skupiny každé nabízené potraviny, jednotkové ceny zboží, názvu a adresy sídla výrobce (povinně jen u zpracovaných produktů), země nebo místa původu výsekového masa, názvu technologického celku výsekového masa, kategorie skotu a dalších povinných údajů v případě hovězího výsekového masa, údaje o třídě jakosti tepelně opracovaných šunek, data použitelnosti nebo data minimální trvanlivosti a údajů o obsahu složek způsobujících alergie nebo nesnášenlivosti. Schopnost poskytnutí úplných informací (na vyžádání) kupujícím ohledně složení všech nabízených potravin, včetně obsahu masa v masných výrobcích a obsahu všech dalších zvýrazněných složek.
- Netolerujeme: Neexistující nebo řádně nevystavená označení povinných údajů. Nepravdivá, chybná nebo klamavá označení povinných i dobrovolně označovaných údajů. Používání zakázaných přívlastků

potravin, např. "vhodný pro děti", "domácí", "čerstvý", "přírodní", "pravý" apod., pokud použití takového přívlastku není prokazatelně odůvodněno a/nebo uvádí spotřebitele v omyl. Používání označení nabízených potravin, která by mohla vyvolat pochybnosti o neškodnosti jiných podobných potravin nebo vyvolat u spotřebitele obavy z jejich použití. Označování údajů, jejichž pravdivost nelze dokázat.

- Doporučujeme: Poskytování úplných informací kupujícím ohledně složení všech nabízených potravin, včetně obsahu masa v masných výrobcích a obsahu všech dalších zvýrazněných složek, řešit s využitím sortimentního katalogu všech nabízených potravin s přesnými specifikacemi jednotlivých výrobků, který je v tištěné či elektronické podobě volně zpřístupněn v místě prodeje, případně na vyžádání u personálu.

6) Upoutávka na prodejnu, exteriér a vstup do prodejny

- Doporučujeme: Zajistit upoutávku na prodejnu způsobem, který bez dlouhého vyhledávání zákazníkovi umožní prodejnu lokalizovat a bezpečně zvenčí identifikovat, že se jedná o řeznictví-uzenářství. Vstup do prodejny by měl být čistý a upravený. Celkový stav budovy a přilehlých staveb není rozhodující, protože se zohledňuje, že nemusejí být ve vlastnictví provozovatele prodejny. Parkovací možnosti, dopravní dostupnost apod. nemají na toto hodnocení vliv.

7) První dojem po vstupu do interiéru – hodnocení designu

Hodnotíme:

- interior design (vybavení, vzhled a použité materiály)
- lighting design (osvětlení prodejny, osvětlení zboží ve vitrínách)
- fashion design (stejnokroj a vzhled personálu)
- packaging design (balení, obal používaný na zabalení MV v prodejně)
- graphic design (používání firemního loga, presentace akcí)
- Doporučujeme: Zajistit přiměřenou světlost a vzdušnost interiéru, vyvážené rozmístění prodejních pultů a dalších nosných součástí prodejny. Je zapotřebí vyvarovat se zápachu a zatuchlosti v interiéru. Samozřejmostí je čistota všech součástí interiéru. Zákazník musí mít od začátku pocit, že je v prodejně vítáný a neobtěžuje. Zákazník nesmí mít pochyb o tom, že vstoupil do řeznictví-uzenářství.

8) Úroveň technického vybavení

- Doporučujeme: Vysoký standard prodejních pultů s výkonným chlazením, solidní vybavení prodejny – nářezové stroje, mlýnky, apod. (sofistikované pokladní systémy, konvektomaty, příruční pásové pily na kotlety, vakuové baličky apod. nejsou nutnou podmínkou, ale jsou výhodou).

9) Převažující část prodávaného masa českého původu

- Doporučujeme: Zajistit prodej převažující části masa, které bylo získáno ze zvířat narozených, chovaných a poražených v České republice.

10) Nabídka regionálních masných výrobků

- Doporučujeme: Zajistit prodej alespoň jednotlivých regionálních masných výrobků. Za regionální masné výrobky se považují výrobky s příslušným oceněním některého z Krajů ČR nebo Ministerstva zemědělství.

11) Nabídka doplňkového sortimentu (v soutěžní kategorii *Nezávislý trh*)

- Doporučujeme: Zpestřit sortiment o základní nabídku pečiva, nápojů, soli a koření, marinád, kečupů a hořčic, ale také sýrů, nakládané zeleniny, salátů nebo lahůdek. Vítejným rozšířením běžného sortimentu je teplý pult (viz bod 12).

12) Nabídka sortimentu z teplého pultu (v soutěžní kategorii *Prodejní síť*)

- Doporučujeme: Zpestřit sortiment o nabídku pečených masných výrobků, vařených masných výrobků, uzených mas, masných polotovarů a/nebo hotových jídel z teplého pultu.

13) Hodnocení umístění POS materiálů

- Doporučujeme: Viditelně vystavit oba POS (propagační) materiály, které soutěžící prodejna zdarma obdrží od Českého svazu zpracovatelů masa (ideální je vystavení oboustranného poutače na vchodové dveře prodejny a jednostranného poutače do stojánku na prodejní pult nebo na srovnatelně exponovaném místě v prodejně).

14) Celkové subjektivní hodnocení

- Závisí na celkovém dojmu hodnotitele, ale snahou je, aby v případě rovnosti bodových zisků soutěžících prodejen nebylo rozhodujícím kritériem.