

# Jak poznáme kvalitu?



## DESÁTERO POHLEDŮ NA VÝBĚR KVALITNÍCH POTRAVIN

**MOTTO:**

*Kvalita za spotřebitelem,  
spotřebitel za kvalitou.*

Irena Michalová, Libor Dupal

„Publikace byla vytvořena za finanční podpory Rady kvality České republiky“


# DESATERO POHLEDŮ PRO NÁKUP POTRAVIN

Ing. Irena Michalová a Ing. Libor Dupal

## Obsah

	Úvodem k tématu .....	3
1	Vybereme si podle názvu výrobku? .....	4
2	Výživová a zdravotní tvrzení nás ovlivňují. Snažme se jim správně porozumět .....	4
3	Rozumíme údajům o trvanlivosti potravin? .....	5
4	Má spotřebitel sledovat původ potravin? .....	6
5	Máme důvěryhodné značky kvality? .....	7
6	Podléháme dojmům podle vzhledu obalu a designu balení? .....	8
7	Cena .....	8
8	Nekalé obchodní praktiky .....	9
9	Kultura a hygiena prodeje .....	10
10	Zkušenost, srovnání, edukace .....	10

## ÚVODNÍ SLOVO prvního místopředsedy Rady kvality ČR

Rada kvality České republiky (RK ČR) je poradním, iniciačním a ko-ordinačním orgánem vlády České republiky, zaměřeným na podporu  RADA KVALITY  
ČESKÉ REPUBLIKY a uplatňování Národní politiky kvality (NPK) v České republice, v souladu s politikou podpory kvality Evropské unie. Rada za více než dvacet let svého působení dosáhla řady pozitivních výsledků, které umožnily citlivější vnímání problematiky kvality ve společnosti, přispěla k rozvoji managementu kvality v podnikatelském i veřejném sektoru a založila programy, které přinášejí zvyšování kvality v procesech, zboží či službách.

Nedílnou součástí NPK je nejen podpora kvalitních výrobků a služeb na trhu ČR, ale také podpora nástrojů, které spotřebiteli umožňují se v kvalitě orientovat, a rozhodovat se tak podle svého uvážení a výběru. To se samozřejmě týká i oblasti potravin.

Tato publikace a komplexněji pojatá studie, z níž bylo při přípravě publikace vycházeno, mají běžnému občanovi a spotřebiteli přiblížit téma orientace při výběru kvalitních potravin při nákupu. Finanční podpora publikace, která je čtenáři nabízena, je příkladem působnosti Rady kvality a MPO při naplňování Národní politiky kvality.

Ing. Pavel Vinkler, Ph.D., 1. místopředseda RK ČR

ISBN 978-80-87719-80-0 (Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.)



# 1 Vybereme si podle názvu výrobku?

Při prvním pohledu na výrobek je patrný údaj „název výrobku“. Ten ovšem nemusí být a často není „vševypovídající“.

Zásadní je proto tzv. popisný název výrobku, což je popis potraviny, s řadou povinných údajů. Ten umožňuje spotřebitelům poznat skutečnou podstatu potraviny a odlišit ji od jiných produktů, se kterými by mohla být zaměněna. Z těchto údajů zjistíme zejména obsah rozhodných složek a také

základní charakter výrobku – zda se jedná o šunku (a s jakým obsahem čistých svalových bílkovin), anebo pouze o „nářez“; zda kupujeme čokoládu (hořká, mléčná, bílá), nebo kakaový výrobek (polevu); zda je voda stolní (z vodovodního řádu), nebo pramenitá (z hlubinného zdroje); je-li výrobek mléčný, nebo smetanový atd. Tento popis podá také informaci, jakou technologií byl produkt vyroben či ošetřen – např. může být sterilovaný, pasterizovaný, chlazený, zmrazený; vyrobený ze zmrazeného polotovaru; výrobek či některá složka byly ošetřeny ionizací atd.



Obr. 1

Údaje popisného názvu výrobku nemusí být umístěny na přední straně výrobku.

Údaje v označení vysvětlí spotřebiteli pravou podstatu výrobku. Příklad uvádíme na **obrázku 1**: *Mléčný dezert s příchutí čokoládovou, jahodovou*. Výrobek na první pohled vypadá jako jogurt, ale označen je dezert, „dobruška“ apod.

**Množství složky** musí být uvedeno, např. pokud je složka uvedena v názvu potraviny nebo je na etiketě zdůrazněna slovy, vyobrazením nebo grafickým znázorněním – např. jahodový jogurt (obsah jahod), pomazánka s nivou (obsah nivy). Pokud je výrobek např. v nálevu, je uvedeno množství pevné složky. Jednotlivé složky potraviny se pak uvádějí sestupně podle hmotnosti složek, která je stanovena v okamžiku jejich použití ve výrobě potraviny. Každá složka musí být uvedena. Pro skupinu spotřebitelů, kteří trpí nesnášenlivostí nebo alergenicitou některých potravin, je povinně určena informace o jejich přítomnosti.

# 2 Výživová a zdravotní tvrzení nás ovlivňují. Snažme se jim správně porozumět

Již z předcházejícího vyplývá, že na etiketě či obalu potravin je uvedeno mnoho informací, jejichž správným porozuměním lze předejít nákupu výrobku, který nesplní očekávání spotřebitele.

Informace o výživových vlastnostech umožňují spotřebitelům, včetně spotřebitelů se zvláštními požadavky na výživu, provádět informovaný výběr potravin. Výživové hodnoty se zpravidla uvádějí v tabulce, kde se dočteme údaje o energetické hodnotě, obsahu tuků a nasycených mastných kysel-

lin, obsahu sacharidů (cukry, polyalkoholy, škroby) a cukrů (sacharóza, laktóza, glukóza, fruktóza), bílkovin a soli. Vyjadřují se na 100 g nebo 100 ml potraviny. Informace o výživových vlastnostech výrobku jsou již řadu let obecně povinné.

Naopak dobrovolnou informací, ale striktně regulovanou na evropské úrovni je připojení nutričních (výživových) tvrzení a zdravotních tvrzení, ať již na obalu, či v reklamě.

„Výživovým tvrzením“ se rozumí každé tvrzení, které uvádí, naznačuje nebo ze kterého

vyplývá, že potravina má určité prospěšné výživové vlastnosti v důsledku energetické (kalorické) hodnoty, živin nebo jiných látek, které poskytuje, nebo poskytuje ve snížené či zvýšené míře, nebo neposkytuje.

Například výrobek s nízkým obsahem cukrů nesmí obsahovat více než 5 g cukrů na 100 g v případě potravin pevné konzistence nebo 2,5 g cukrů na 100 ml v případě tekutých výrobků. Výrobek s tvrzením bez cukrů nesmí obsahovat více než 0,5 g cukrů na 100 g / 100 ml atd.

„Zdravotním tvrzením“ se rozumí každé tvrzení, které uvádí, naznačuje nebo ze kterého vyplývá, že existuje souvislost mezi kategorií potravin, potravinou nebo některou z jejích složek a zdravím. „Tvrzením o snížení rizika onemocnění“ se rozumí každé zdra-

votní tvrzení, které uvádí, naznačuje nebo ze kterého vyplývá, že spotřeba určité kategorie potravin, potraviny nebo některé z jejích složek významně snižuje riziko vzniku určitého lidského onemocnění.

Některá zdravotní tvrzení jsou výslovně zakázána – např. tvrzení, která odkazují na míru nebo množství úbytku hmotnosti, a to i přesto, že jsou pro svoji klamavost zakázána. A pozor, tvrzení nesmí ani odkazovat na doporučení jednotlivých lékařů nebo dalších odborníků ve zdravotnictví!

Nejčastěji se s používáním zdravotních tvrzení setkáváme u tzv. „doplňků stravy“, které jsou jednou z kategorií potravin. Podléhají stejným pravidlům jako potraviny, nejsou tedy regulovány jako léčiva nebo léčebné přípravky.

### 3 Rozumíme údajům o trvanlivosti potraviny?

Je to jednoduché, a přesto se opakovaně setkáváme s nepochopením a neporozuměním ze strany spotřebitelů...

Na rozdíl od spotřebních výrobků, u potravin nehovoříme o délce záruční doby ve smyslu občanského zákoníku či o životnosti výrobku, ale o **době trvanlivosti** podle zákona o potravinách.

Doba trvanlivosti potravin se vyjadřuje dvěma způsoby. Jednak dobou minimální trvanlivosti (s delší dobou trvanlivosti výrobku) a jednak dobou spotřeby (s kratší dobou trvanlivosti potraviny).

**Datem minimální trvanlivosti** (DMT) (best before) se označují potraviny, jejichž trvanlivost je zpravidla delší než 14 dnů, a to i podstatně. Takové výrobky nepodléhají rychlé zkáze. Údaj o délce doby minimální trvanlivosti nemusí být doprovázen údajem o podmínkách skladování (pokud tak není stanoveno v komoditní vyhlášce).

Pro některé komodity nemusí být datum minimální trvanlivosti uvedeno, týká se to čerstvého ovoce a čerstvé zeleniny, lihovin a alkoholických nápojů s obsahem alkoholu 10 a více obj. %, či pekařských výrobků určených ke spotřebě do 24 hodin po výrobě.

*Prodej potravin po „projití“ data minimální trvanlivosti (tzv. „prošlých“ potravin) je možný za podmínky, že jsou zdravotně nezávadné, jsou zřetelně označeny a jsou prodávány odděleně od ostatních potravin.*

**Datum použitelnosti** (Spotřebujte do...) se uvádí na potravinách, které jsou z mikrobiologického hlediska velmi náchylné ke kvašení, a proto mohou po velmi krátké době znamenat bezprostřední nebezpečí pro lidské zdraví (např. mléčné výrobky, masné výrobky). Takové výrobky je **nutno udržovat za stanovených, zejména teplotních podmínek**.

*Potraviny označené „Spotřebujte do...“ (např. jogurty, čerstvé sýry, tvarohy, cukrářské a lahůdkářské zboží, některé uzeniny, mražené zboží) nesmí být po dosažení data použitelnosti uváděny do oběhu a musí se zlikvidovat, neboť mohou představovat zdravotní riziko.*

S údaji o trvanlivosti potravinářského výrobku úzce souvisí podmínky uchování a skladování, tedy především teplotní podmínky.

## 4 Má spotřebitel sledovat původ potraviny?



Čeští spotřebitelé se stále více zajímají o původ potravin a často preferují české výrobky. Odpověď na uvedenou otázku není jednoduchá, protože ne vždy je povinností původ potraviny uvádět a mnohdy to ani není možné.

Údaj o původu potraviny je uváděn z důvodů zamezení klamání a zlepšení informovanosti spotřebitele, není však povinnost ho uvádět u všech potravin. Údaj o původu potraviny se obecně uvádí u komodit, kde je povinnost uvedení země původu přímo stanovena právním předpisem.

Povinnost uvádět zemi původu je stanovena například pro čerstvé ovoce a zeleninu, maso (čerstvé, chlazené nebo zmrazené), vejce (označeno na vejci – nikoliv na obalu), med, ryby a extra panenský a panenský olivový olej. Povinnost označit původ potraviny se obvykle netýká zpracovaných výrobků. Na mléčném či masném výrobku není uvedeno, odkud pochází mléko (na sýru) či masný výrobek (na konzervě či klobáse), ale uvádí se, kdo provedl konečnou úpravu, byť i třeba jen hotový výrobek zabalil nebo nabízl. Identifikace země původu je snazší u potravin živočišného původu, které musí být označeny tzv. identifikační značkou. Jedná se o ovál, ve kterém jsou uvedeny údaje vyjad-

Jejich nedodržení může být příčinou alimenterních onemocnění s vážnými následky. Naše vícekrát zmiňovaná studie uvádí řadu příkladů teplotních režimů pro skladování a přechování některých potravin (vejce, zmrazené výrobky, lahůdky či cukrářské výrobky). Nepodceňujte dobu, kdy je výrobek přemístován z mrazicího nebo chladicího boxu v prodejně do okamžiku uložení doma v mrazničce nebo chladničce, zejména v horkém letním období.

řující zpracovatelskou zemi, veterinární schvalovací číslo podniku a umístění země v EU. Pro podrobnější informaci k tomu odkazujeme na stránky Státní veterinární správy ČR či opět na naši studii. Připomínáme zde, že nejpodrobnější informace o původu potraviny, tedy nejen údaje o původu jejího výrobce, ale také samotné suroviny, získá spotřebitel u masa; konkrétně masa hovězího, vepřového, drůbežního, skopového i kozího. „Na obale takového masa musí být uvedena jasná a srozumitelná informace o zemi, kde bylo zvíře, z něhož maso pochází, chováno, a o zemi, kde bylo poraženo. V případě, že je maso prodáváno nebalené, musí být tyto informace v těsné blízkosti nabízeného masa.“



**Země původu:**  
Česká republika,  
Polsko, Německo,  
Nizozemí,  
Rakousko

od českých  
farmářů

Obr. 2

Přísná pravidla platí i pro **nebalené potraviny** či **zabalené potraviny** (výrobky zabalené bez přítomnosti spotřebitele pro účely bezprostředního prodeje, např. v zázemí prodejny). České právo potravinové zavedlo dobrovolné označení Česká potravina, které není

značkou kvality, ale slouží pro podporu českých výrobců.

Na **obrázku 2** uvádíme příklad chybně označeného původu potraviny.

## 5 Máme důvěryhodné značky kvality?

K usnadnění orientace o kvalitě výrobků na trhu mají spotřebitelé napomoci značky kvality. Skutečnost je ovšem taková, že důvěryhodnost některých takových značek je nezdědka problematická. Spotřebitel se není schopen v přemíře značek orientovat a neví, na které se spolehnout, jak je odlišit, jak vyhodnotit přidanou hodnotu, kterou mu sdělují.

Na tomto místě jen stručně informujeme o značkách na potravinách, které spravují veřejné instituce na národní či evropské úrovni, což jim dává významný stupeň kredibility.

Od roku 2003 uděluje ministr zemědělství kvalitní domácím potravinářským a zemědělským výrobkům **národní značku kvality KLASA**. Požadovanou kvalitu a složení výrobků posuzuje odborná komise složená ze zástupců státních a dozorových orgánů, vysokých škol a výzkumných institucí, výrobců potravin a spotřebitelů. Spotřebitele zastupuje v této komisi Sdružení českých spotřebitelů. Kvalitu výrobků se značkou KLASA v tržní síti kontroluje Státní zemědělská a potravinářská inspekce.

Dále stručně zmíníme evropské značky, které se vztahují k původu (region, zeměpisné označení). Vnímány jsou jako značky kvality.

Evropská značka kvality „Zeměpisné označení“ zahrnuje

„**Chráněné označení původu**“ (CHOP) anebo „**Chráněné ze-**

**měpisné označení**“ (CHZO). Evropská unie spravuje rejstříky zeměpisných označení pro zemědělské produkty a potraviny, vína a lihoviny. Aby mohl být název výrobku zapsán jako CHOP, musí všechny fáze produkce (např. získávání surovin, čištění a třídění, zpracování, dozrávání, příprava finálního produktu atd.) proběhnout v dané zeměpisné oblasti a vlastnosti produktu musí výlučně nebo v podstatné míře vycházet z jeho zeměpisného původu. (Například: Všestarská cibule, heřmánek Chamomilla bohemica, Český kmín, Nošovické kysané zelí, Pohořelický kapr, Žatecký chmel.) Aby mohl být název zapsán jako CHZO, musí se alespoň jedna fáze produkce uskutečnit v dané oblasti a spojení s dotyčnou oblastí může být odůvodněno zvláštní jakostí, pověstí nebo jinou vlastností spojenou s touto zeměpisnou oblastí. (Například: Český modrý mák, Jihočeská niva, Olomoucké tvarůžky, Znojemské pivo, Březnický ležák, Mariánskolázeňské oplatky, České pivo, Hořické trubičky, Pardubický perník, Třeboňský kapr, Štramberské uši, Lomnické suchary a další.)

Další evropskou značkou kvality je „**Zaručená tradiční specialita**“ (ZTS). Rozumí se jí názvy zemědělských produktů nebo potravin, které jsou produkovány za použití tradičních surovin nebo tradičními způsoby produkce nebo které mají tradiční složení. (Například: Pražská šunka, Špekáčky, Liptovský salám, Spišské párky, Lovecký salám.)



KLASA





Poslední zde uváděná značka je příkladem značky kvality spravované profesním svazem výrobců – Potravinářskou komorou. Spotřebitelé se s ní mohou setkat u vybraných výrobků, kde výrobce deklaruje shodu s normou zavedenou oborově Potravinářskou komorou.

*Značku, o níž nevíme, kdo je jejím správcem (na rozdíl od shora uvedených), vnímejme jako spotřebitelé velmi obezřetně – je pro nás opravdu důvěryhodná? Každá značka má svá specifika, nemusí však nutně znamenat potvrzení přidané hodnoty – vyšší kvalitu potravin.*

## 6 Podléháme dojmům podle vzhledu obalu a designu balení?

Známe asi všichni slogan „obal prodává“. Můžeme se cítit být odolní proti jakékoliv manipulaci, avšak takováto odolnost není absolutní a u většiny spotřebitelů nás obal svým grafickým zpracováním, formou, upoutávkami atp. nepochybně významně ovlivňuje. Jisté je, že si to výrobci uvědomují a moderní marketingové i grafické technologie formy takového působení na spotřebitele rozvíjejí. Obal musí výrobek chránit, být funkční, splňovat požadavky na bezpečnost a poskytovat nezbytné informace dle legislativních požadavků.

V technologii balení by měl spotřebitel do budoucna více uplatňovat své zájmy a utvářet poptávku tak, aby se nabídka výroby a prodeje přizpůsobila jemu, a nikoli on

nabídce. Hezký a zdařilý design spotřebitel nepochybně pochválí; hlavně ale oceňuje praktičnost a efektivitu. Jedním z hledisek, které má obal zohledňovat, je „přijatelost obalu pro zákazníka“, což zahrnuje například snadnost otevírání obalu. Přetrvávají nešvary, které nesvědčí o řádném přístupu producentů k udržitelné společnosti; na mysli zde máme praktiku balení, kdy do objemné krabice je vložen neúměrně malý sáček s vlastní potravinou.

*Nenechme se zmást vnějším vzhledem obalu, designem. Ano, oceňujeme hezký, přitažlivý, ale hlavně praktický obal. Nenechme se ale manipulovat. Atraktivní obal neznamená sám o sobě kvalitní výrobek.*

## 7 Cena

Cena je i nadále pro spotřebitele podstatný faktor při výběru potravin.

V červnu 2019 zveřejnila Evropská komise výsledky průzkumu provedeného EFSA k chování spotřebitele na trhu potravin v EU. V rámci průzkumu jsou uvedeny i výsledky, které vyhodnocují, jak spotřebitelé v EU a taky v Česku vnímají cenu při svém rozhodování o koupi.

Možná je překvapující, že nejen pro Čechy, ale pro většinu Evropanů představuje cena jeden z klíčových aspektů, které ovlivňují jejich stravovací návyky a výběr potravin při nákupu. Při nakupování potravin je pro průměrného Evropana nejdůležitější, odkud potravina pochází (53 %); v těsném závěsu je ale hledisko ceny (51 %) a dále bezpečnost potravin (50 %). Jak ale vidno, rozdíly jsou zcela nepatrné.



Český spotřebitel stále přistupuje k ceně jako k hlavnímu aspektu zvažovanému při nákupu. Jsme totálně v zajetí slevových kampaní řetězců. Průzkum potvrzuje dramatickou sílu ceny při našem rozhodování (62 %). I zde ale je pozitivní rys – pokles ze 75 na 62 % za 10 let. Jde o velké zlepšení. Přesto by mělo být naším „cílem“ alespoň oněch 51 % „evropského“ průměru. To je ovšem daleko a nejde to samo. Prodejní řetězce mají otevřené pole se svými slevovými letákovými akcemi zaplavujícími každý den dopisní schránky milionů potenciálních spotřebitelů. Cena, cena, cena, na kvalitu zapomeňte! (Tu přeci dostanete jako bonus „zadarmo“.) To ale není pravda!

I za nízkou cenu rozhodně musíme obdržet potraviny zdravotně nezávadnou, odpovídající všem platným předpisům, které se na ni vztahují. Víme ale, že za málo peněz nebude hodně muziky, a tak s kvalitou levné potraviny to může být horší. Je jen na nás spotřebitelích umět určit svá očekávání a posoudit, jak je daný výrobek za danou cenu splní.

*Můžeme být zklamaní, pokud vybíráme podle nejnižší ceny. Ale zklamaný bude také bohužel ten z nás, kdo neváží všechny aspekty při výběru potraviny a domnívá se, že za vysokou či i nejvyšší cenu získá tu nejvyšší kvalitu. Jen poučený spotřebitel se dokáže účinně chránit!*

## 8

## Nekalé obchodní praktiky

Na obalu potravin a v dalších souvisejících informacích, které její nabízení na trhu provázejí (hlavně reklama), je uvedeno mnoho informací. Obecně platí, že tyto „informace“ nesmějí uvádět spotřebitele v omyl (nesmějí ani podle vzhledu, popisu nebo vyobrazení vyvolávat klamavý dojem), nesmějí uvádět účinky nebo vlastnosti, které dotčená potravina nemá, a nesmějí vyvolávat dojem zvláštnosti, zejména výslovným zdůrazňováním přítomnosti nebo nepřítomnosti určitých složek nebo živin, pokud se stejnými charakteristikami vyznačují všechny podobné potraviny. Zákon o potravinách doznal změny, která nabyla účinnosti v r. 2021 a která do naší legislativy zavádí vyloučení tzv. **dvojí kvality potravin**. Na trh je zakázáno uvádět potraviny „zdanlivě totožné s potravinou uváděnou na trh v jiných členských státech Evropské unie, ačkoliv potravina uváděná na trh v České republice má podstatně odlišné složení nebo vlastnosti, pokud to není odůvodněno oprávněnými a objektivními skutečnostmi a pokud není potravina opatřena snadno přístupnou a dostatečnou informací o tomto odlišném složení nebo vlastnostech“.

Podle průzkumu realizovaného ve spolupráci SČS a profesionální výzkumné agentury SC&C v červnu 2019 devět z deseti spotřebitelů považuje různá složení vizuálně totožných výrobků za nekalou praktiku, která by měla být zakázána. Prakticky všichni spotřebitelé jsou přesvědčeni o tom, že u potravin je praktikována dvojí kvalita výrobků (96 % respondentů). Tyto obavy se sice neslučují s výsledky evropského průzkumu provedeného také v roce 2019, ale spotřebitelé byli v minulých letech ovlivněni mediálně vedenými kampaněmi, které přítomnost dvojí kvality značně přeháněly.

Nabízení potravin (a otázky výživy obecně) je provázeno mnoha mýty, fámami, bludy a nyní je „in“ používat i výraz hoax. Zejména díky elektronickým médiím je dnešní doba pro jejich šíření ideální. Téměř ve stejné době, kdy je zveřejňována tato publikace, vydává SČ s podporou Rady kvality ČR i publikaci zaměřenou na šíření hoaxů a dalších mystifikací ohledně potravin a výživy (<https://konzument.cz/publikace/jak-pozname-kvalitu.php>).

## 9 Kultura a hygiena prodeje

Kultura a hygiena při prodeji i nákupu zejména nebalených potravin v tuzemsku nejsou stále na dostatečné úrovni. Potravina, byť správně a hygienicky vyrobená, může být při manipulaci, nabízení a prodeji znečištěna či napadena (kontaminována) nečistotou (prachem z ovzduší, dotekem špinavými rukama) a zejména různými typy mikroorganismů (viry, bakterie, plísně). Rezervy jsou na straně obchodníků i v chování zákazníků. Nebalené potraviny musí být při přípravě, vystavení a prodeji chráněny proti kontaminaci, povětrnostním vlivům a kontaktu se spotřebitelem. Při prodeji nebalených po-

travin určených k přímé spotřebě musí být vyloučen přímý kontakt rukou obsluhující osoby s těmito potravinami.

Přesto se stále setkáváme s nesprávným a nehygienickým zacházením, ke kterému dochází jak ze strany prodávajících, tak kupujících.

*Zásadní je vybírat si zboží před jeho vložením do nákupního košíku očima, nikoli rukama. Odkazujeme na publikaci „Hlavní hygienické nešvary ze strany prodejce i spotřebitele“ vydanou ŠČS, která je na stránkách [www.konzument.cz](http://www.konzument.cz) dostupná.*

## 10 Zkušenost, srovnání, edukace

Výběr potraviny nelze zjednodušit na použití jen jednoho nástroje či hlediska z tohoto desatera vlivů a faktorů, které nás ovlivňují při nákupu potravin. I sebeopatrnější a sebevzdělanější zákazník, který v supermarketu nakupuje větší nákup, nemůže pečlivě přečíst a vyhodnotit všechny údaje, které lze nalézt o potravine na obalu. Podrobně si přečíst etiketu a vyhodnotit údaje na obalu jsme schopni sotva u několika potravin, které nás nějakým způsobem nově upoutaly či které jsme dosud nekupovali a neznáme je.

Zkušenost – vlastní, rodiny a blízkých, známých, či s využitím aplikací internetového

sdílení – je jedním z nejdůležitějších nástrojů uplatňovaných při nákupu. Většinu výrobků, které nakupujeme pravidelně, „důvěrně“ známe, víme, co od nich očekávat, a někdy jsme proto dokonce citliví na jejich změnu a inovaci.

Zdůraznili jsme využití zkušenosti, která už v sobě zahrnuje všechny předchozí momenty rozhodování a vlivy na ně. Naše rozhodnutí může ovlivnit např. probíhající mediální „skandál“ ve vztahu k našemu oblíbenému výrobku či výrobci, reklama, nová věrohodná i méně věrohodná informace.

Ostatně i mezi tzv. „výživovými poradci“ je mnoho těch, kteří šíří nesmysly. Výživový poradce není činnost vázaná, tzn. že se jím může stát kdokoliv – i zcela bez patřičného vzdělání a znalostí. Několikadenní kurz – a je tu „odborník“.

*Informovanost a edukace nám v rozhodování napomohou. Konečná volba totiž zůstává na každém z nás. To je závěrečné memento této publikace.*



# ... barevný svět v tisku



- knihy • prospekty
- katalogy • brožury
- plakáty • kalendáře
- výroční zprávy
- korespondenční materiály • úřední tiskoviny • noviny • časopisy
- další polygrafické výrobky

**Ve spolupráci s Magistrátem vydáváme každý týden informační zpravodaj města Hradec Králové Radnice, do kterého zajišťujeme příjem inzerce.**



**GARAMON**  
*vydavatelství a tiskárna*

**GARAMON s.r.o.**  
Wonkova 432  
500 02 Hradec Králové

tel./fax: 495 217 101  
e-mail: [garamon@garamon.cz](mailto:garamon@garamon.cz)  
[www.garamon.cz](http://www.garamon.cz)

Radnice - příjem inzerce  
tel.: 495 499 086  
mobil: 603 234 459  
e-mail: [radnice@garamon.cz](mailto:radnice@garamon.cz)



NÁRODNÍ AKREDITAČNÍ ORGÁN

## Český institut pro akreditaci, o.p.s. „Accredo – dávám důvěru“

Olšanská 54/3, 130 00 Praha 3, tel.: +420 272 096 222, fax: +420 272 096 221, [mail@cai.cz](mailto:mail@cai.cz), [www.cai.cz](http://www.cai.cz)

### ČIA akredituje:

- ▶ zkušební laboratoře
- ▶ kalibrační laboratoře
- ▶ zdravotnické laboratoře
- ▶ certifikační orgány provádějící certifikaci produktů
- ▶ certifikační orgány provádějící certifikaci systémů managementu
- ▶ certifikační orgány provádějící certifikaci osob
- ▶ ověřovatele výkazů emisí skleníkových plynů
- ▶ inspekční orgány
- ▶ poskytovatele zkoušení způsobilosti
- ▶ výrobce referenčních materiálů
- ▶ environmentální ověřovatele programu EMAS

ČIA je členem mezinárodních organizací a signatářem multilaterálních dohod:



Evropská organizace pro spolupráci v oblasti akreditace (EA)



Mezinárodní spolupráce v oblasti akreditace laboratoří (ILAC)



Mezinárodní akreditační fórum (IAF)

Fórum akreditačních a licenčních orgánů (FALB)



SDRUŽENÍ ČESKÝCH  
SPOTŘEBITELŮ, Z. Ú.  
CZECH CONSUMER  
ASSOCIATION  
[www.konzument.cz](http://www.konzument.cz)

## Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.

Pod Altánem 99/103; 100 00 Praha 10

tel.: +420 261 263 574

e-mail: [scs@konzument.cz](mailto:scs@konzument.cz)

[www.konzument.cz](http://www.konzument.cz), [www.spotrebitezakvalitou.cz](http://www.spotrebitezakvalitou.cz)

Naše publikace jsou pro Vás a Vaši osobní potřebu dostupné zdarma v našem sídle a elektronicky i na adrese <https://www.konzument.cz/publikace.php>. Pro komerční účely anebo jiný způsob šíření našich publikací nás kontaktujte na adrese [info@konzument.cz](mailto:info@konzument.cz).

DESATERO POHLEDŮ NA VÝBĚR KVALITNÍCH POTRAVIN; edice Jak poznáme kvalitu?; svazek 30; 1. vydání; autor © Ing. Irena Michalová a Ing. Libor Dupal; vydalo © Sdružení českých spotřebitelů, z. ú., říjen 2021; obálka a grafická úprava Lexa Jaroš; tiskárna Studio 66 & Partners s.r.o.

ISBN 978-80-87719-80-0 (Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.)