

Cesta k nižším cenám potravin

Srovnávač cen potravin a konec falešných slevových akcí

Piráti představují detailní návrh srovnávače cen potravin až na úroveň paragrafů, který by díky tržní konkurenci tlačil dolů ceny potravin a pomohl by spotřebitelům lépe se vyznat v cenách, aby nebyli mateni falešnými slevami. Jde o třetí pilíř programu Pirátů ke snížení cen potravin, který zahrnuje také lepší dohled nad kartely a snížení DPH na potraviny na 6 % na úroveň okolních států.

Nižší ceny potravin díky srovnávači cen

Zavedeme srovnávání cen u obchodních řetězců s potravinami podobně jako si dnes lidé srovnávají ceny elektroniky na Heurece. Na nákupním portálu se srovnávačem si srovnáte, kolik by stál nákup v obchodech v různých blízkosti vašeho bydliště a najdete si cenu konkrétní potraviny v určité prodejně včetně jejich historie. Otevřená data umožní i vznik komerčních srovnávačů.

V Izraeli pomohlo právě srovnání **snížit ceny potravin až o 4-5 %**.

Povinnost poskytovat státu data jednou za 24 hodin by se týkala pouze řetězců s potravinami, u kterých platí ze zákona, že mají významnou tržní sílu (tj. tržby nad 5 miliard korun ročně).

Liptovský Mikuláš Revolučná 1206/10		Billa revolučná	
		Alternatívny produkt Chlieb konzumný bez E 1,49 € 1,49 €/kg Zmeniť alternatívu	
-		1	
+		1,59 € 1,59 €/kg	
		Alternatívny produkt Billa Premium Vajcia z voľného výbehu 10/M 3,89 € 0,39 €/ks Zmeniť alternatívu	
-		1	
+		1,25 € 1,25 €/l	
		Alternatívny produkt Billa Premium Vajcia z voľného výbehu 10/M 3,89 € 0,39 €/ks Zmeniť alternatívu	
-		1	
+		2,69 € 0,27 €/ks	
Cena nákupu (pre dostupné tovary)		4,78 €	
Objektívne porovnanie (v jednotkových cenách)		2,35 € za jednotku	
		6,73 €	
		3,23 € za jednotku	



Jasné ceny místo falešných slev

Stát bude mít k dispozici každodenní anonymizovaná data o účtenkách z řetězců, ovšem bez jakéhokoli propojení ke konkrétní nakupující osobě. Díky anonymním datům bude moci Česká obchodní inspekce lépe **kontrolovat dodržování pravidel ohledně slev** a Český statistický úřad zrychlí sledování inflace.



Jako bonus bude možnost pro zájemce nechat si vystavit přenosnou nákupní kartu s náhodným bezvýznamovým kódem, kterou budou moci používat ve více prodejnách rovnocenně s kódem z aplikace. (Kód nicméně nemůže platit pro kupony, které je třeba aktivovat v aplikaci.) Dále bude mít zákazník možnost si ze svého účtu na internetových stránkách velkých řetězců natáhnout k sobě či do komerční aplikace vlastní data. Díky decentralizaci propojení v jednotlivých obchodech **bude zajištěna plná ochrana soukromí jako v dnes**. Systém pilotně spustíme pro ty největší řetězce, které již dnes mají nákupní aplikace.

Obsah

[Cesta k nižším cenám potravin](#)

[Hlavní myšlenka a přehled přínosů](#)

[Nákupní portál se srovnávačem cen](#)

[Dohled nad slevami](#)

[Přenosná nákupní kartička - pro použití ve více řetězcích](#)

[Přehled postupů](#)

[Časový harmonogram](#)

[Inspirace ze zahraničí](#)

[Mikrostudie ohledně zvyšování cen](#)

[Situace na trhu obchodních řetězců](#)

[Poznámky](#)

[Doporučené technické řešení](#)

[Legislativní provedení - výňatky](#)

Hlavní myšlenka a přehled přínosů

Cílem projektu je dosáhnout **dlouhodobě nižších a méně „skákalících“ cen potravin v České republice**. Řešíme tak problematickou situaci, že provozní zisková marže řetězců v Česku je dvakrát vyšší než v Německu (Kaufland 4 % vs. 2 %, Lidl 6,3 % vs. 2,7 %), tedy na stokrát českému zákazníkovi udělá stejný řetězec v Česku dvakrát vyšší zisk než u našich sousedů, viz [zde](#). Příčinou toho je koncentrovaný trh silných řetězců, kde se spotřebitelé prakticky nemohou ozvat a bránit (viz dále kapitola Situace na trhu obchodních řetězců).

Nákupní portál se srovnávačem cen

Stát by zajistil nákupní portál se **srovnávačem cen** u nejčastěji nakupovaného zboží a podobné aplikace by mohl rozvíjet soukromý sektor. Stát by položky na účtenkách kategorizoval pomocí AI, aby zjistil, že jde například o výrobek Pivo Pilsner Urquell v lahvi 0,5 l, Penam Chléb Vital 320 g, rohlík 43 g - pečivo bílé, meloun 1 kg, Madeta Jihočeské máslo 320 g nebo Albert vejce M 30 ks, pak by dokázal spočítat cenu za kus nebo kg a srovnat výrobky napříč značkami či řetězci (prodejny). Byla by tak mimo jiné k dispozici objektivní data o cenách výrobků, tím spíše pokud majitelé velkých výrobců hořekují ve veřejném prostoru nad situací na trhu a volají po dalších dotacích, když mají rekordní zisky.

Nákupní portál se srovnávačem by provozovala právnická osoba pověřená Digitální a informační agenturou (DIA), buď její

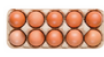
- příspěvková organizace (Správa státních služeb vytvářejících důvěru) nebo
- vysoutěžený komerční dodavatel (např. existující firma provozující komerční srovnávač).

Konkrétní volba by padla podle toho, jak zajistit kvalitní srovnávač se základními funkcemi za rozumnou cenu v potřebném čase. Vedle toho by pochopitelně existovala možnost provozu komerčních srovnávačů

díky otevřeným datům s lepšími funkcemi na míru, například analýza vlastních nákupů spojená s doporučením nejvýhodnějšího obchodu v okolí pro můj průměrný spotřební koš.

Lidé by mohli na srovnávači sledovat, jak se **ceny mění v čase i mezi regiony**, případně potom v které prodejně v okolí je standardní **nákupní koš podle ČSÚ nejlevnější**. Podobné portály již fungují např. v Řecku, na Slovensku, v Rakousku, v Izraeli a jiných zemích.

Srovnání si můžeme ukázat na slovenském příkladě, kde jsou nabídnuty i srovnatelné produkty ve dvou supermarketech kousek od sebe v Liptovském Mikuláši, přičemž **úspora činí 1,95 euro, tj. 47 Kč**. Portál sám pozná, že srovnatelným produktem vajec z volného chovu je jiné velké balení vajec z volného chovu, případně může zohlednit různou velikost balení (cenu na jednotku).

	 Liptovský Mikuláš Revolučná 1206/10	 Liptovský Mikuláš Revolučná
 CHLIEB SVETLÝ KONZUMNÝ 1000g chlieb, Penam 1 kg - 1 +	Alternatívny produkt Chlieb konzumný bez E  1,49 € 1,49 €/kg Zmeniť alternatívu	 1,59 € 1,59 €/kg
 Tami Polotučné mlieko trvanlivé 1,5% 1 l - 1 +	 Najlacnejšie 0,60 € 0,60 €/l	 1,25 € 1,25 €/l
 Vajcia z voľného výbehu M 10 ks - 1 +	 Najlacnejšie 2,69 € 0,27 €/ks	Alternatívny produkt Billa Premium Vajcia z voľného výbehu 10/M  3,89 € 0,39 €/ks Zmeniť alternatívu
Cena nákupu (pre dostupné tovary) Objektívne porovnanie (v jednotkových cenách)	4,78 € 2,36 € za jednotku	6,73 € 3,23 € za jednotku

Příklad srovnání Lidlu a Billy v Revoluční ulici v Liptovském Mikuláši na Slovensku. Jednoduchý nákup na „víkendovou“ snídani, data z 19. září 2025.

Příklad z Izraele, kde srovnání cen zavedli v roce 2014, podle profesora Itai Atera z Univerzity v Tel Avivu, [ukazuje](#), že obchody po zavedení srovnání mají mnohem méně extrémních výchylek a oproti kontrolní skupině **klesla cena potravin o 4-5 %**.

Největší pokles zaznamenaly u řetězců, kde měly vyšší ceny, u řetězců s nižšími cenami už moc velký pokles nebyl. Ceny se také hodně snížily tam, kde bylo hodně místních konkurentů. Dále se také ukázalo,

že větší popularita srovnávačů cen vytvořila tlak na větší snižování cen. Je však třeba doplnit, že chybně nastavená regulace může vést k dohodě mlčky mezi soutěžiteli, která konkurenci naopak brzí a ceny zvyšuje, proto má náš návrh pojistku v podobě možnosti ÚOHS upravit některé parametry zveřejňování opatřením obecné povahy.

Srovnávač cen také pomůže dosáhnout toho, aby se Piráty navrhované **snížení DPH na potraviny na 6 % co nejvíce promítlo do cen pro zákazníky**, tedy aby si rozdíl neponechaly řetězce ve svých kapsách.

Dohled nad slevami



Data by měla i další využití. Český statistický úřad by z anonymizovaných údajů v analytické vrstvě připravoval každodenní přehledy cen a mohl by mnohem lépe sledovat inflaci. Data by sloužila i dozorovým orgánům (ÚOHS, ČOI) z hlediska kontroly kartelového chování a kontroly **dodržování pravidel pro slevy**. V České republice je velký problém s tím, že řetězce uvádí matoucí slevy a v některých případech je nepočítají z nejnižší ceny za posledních 30 dnů (z referenční ceny podle § 12a zákona o ochraně spotřebitele).



Viz příklad slevy na kafe Tchibo Barista 1 kg vlevo, kde je údaj o referenční ceně uveden úplně dole málo čitelným písmem na etiketě a je uvedena sleva -44 %, ačkoliv podle referenční slevy je výrobek ve skutečnosti zdražen oproti referenční ceně o 6 %. Při kontrole na místě pak bude moci Česká obchodní inspekce jenom skenovat etikety a ihned se zobrazí, zda je sleva opravdová, případně bude

moci kontrolovat slevu podle účtenky. Dále v zákoně jasně stanovíme, jak být vypočtena výše slevy.

Přenosná nákupní kartička - pro použití ve více řetězcích

V neposlední řadě je cílem zvýšit komfort českých občanů jako zákazníků, aby nemuseli držet mnoho slevových kartiček, ale aby měli jednu ucelenou a všude použitelnou alternativu.

Novinkou tedy bude univerzální **nákupní kartička s náhodným bezvýznamovým kódem**, kterou si bude moci člověk anonymně vystavit na Nákupním portálu a pak přidat do mobilní peněženky či vytisknout a dát fyzicky do peněženky. Bude to tak nová možnost skenování kódu místo aplikace vedle stávajících mnoha identifikátorů aplikací řetězců např. Albert či Lidl.

Všechny velké řetězce přijímají jeden z těchto kódů (QR kód / čárový kód). Každý občan si bude moci vytvořit více kódů. Díky tomu nebude muset zákazník v supermarketu pokaždé řešit, jakou aplikaci má v mobilu najít a vystačí si s jednou kartičkou. Tento systém by byl v pilotním nasazení pro velké obchodní řetězce s potravinami. Tato kartička bude uznávaná stejně, jako kdybyste načetl/a čárový kód z aplikace, tedy naběhnou vám slevy vázané na aplikaci.



Pozn.: Toto bohužel není možné u uplatňování kupónů, protože ty se aktivují v aplikaci a kód je nemůže nahradit. I tak tato funkcionality pokryje řadu poskytovaných slev.

Zákazník bude dostávat účtenku nadále digitálně do své aplikace, pokud si to tak nastavil. Nově bude stanoven způsob vyzvednutí dat uživatele, jejichž je vlastníkem, v případě řetězce, který provozuje e-shop. Podobně jako existuje možnost stáhnout si svoje data z platforem jako facebook nebo nastavit přístup aplikací třetí strany u bankovních účtů.¹ To bude první krok k usnadnění agregace dat na straně zákazníka.

Ochrana dat a soukromí

- Státní cloud čtvrté úrovně bude shromažďovat anonymní data o cenách z účtenek předávaná jednou za 24 hodin. Data o nákupech jsou obchodně cenná, tedy je třeba zajistit, aby se k nim nedostaly nepovolané osoby, přístup k nim bude jen pro konkrétní zaměstnance správce dat pro účely tvorby statistik a testování analytické vrstvy, všichni další aktéři budou mít přístup k datům jen prostřednictvím analytické vrstvy a jejích otevřených dat. Státní cloud čtvrté úrovně je zabezpečen stejně jako základní registry nebo lépe než jsou dnes zabezpečeny například některé zdravotní údaje o pacientech či údaje uchovávané finanční správou. Je prakticky vyloučen neoprávněný přístup k takovým datům.
- Nákupní kartičku bude možné si vystavit na Nákupním portálu s bezvýznamovým identifikátorem, tedy nebude u ní propojení na konkrétní osobu. Spojení nevýznamového kódu s účtem provede uživatel v každé aplikaci řetězce nahráním kódu, čímž dojde v aplikaci ke spárování kódu s účtem.
- Účetní doklady spárované s konkrétní osobou budou jako dnes nadále uchovány v aplikacích jednotlivých řetězců, tam tedy nebude žádná změna. Uchování dat bude decentralizované. U řetězců (s tržbami nad 5 mld. Kč ročně, které disponují online nákupním účtem) bude stanovena povinnost zpřístupnit každému uživateli jeho údaje k vyzvednutí prostřednictvím aplikace třetí strany obdobně jako to již dnes platí v bankovním sektoru.

Pro **řetězce** by nešlo o mnoho nových povinností, protože by se neměnil formát účtenky, jen by byly všechny účtenky jednou za 24 hodin nahrány na státní cloud (jednotná brána účtenek). Ostatně již dnes řetězce velkou část dat z pokladních scannerů posílají statistickému úřadu. Systém by tak byl jednodušší než EET – žádná povinnost okamžitého on-line spojení s finanční správou, žádná nutnost čekat na přidělení kódu, pouze odesílání dávek dat jednou denně a pouze pro velké obchodní řetězce s potravinami jako je Kaufland, Lidl, Billa či Tesco, které mají tržby nad 5 miliard. Systém by také nebyl provozován ministerstvem financí jako EET, kde hrozilo větší zneužití, ale za stejných bezpečnostních podmínek jako základní registry či zdravotní údaje Digitální a informační agenturou nebo její příspěvkovou organizací. Sklad dokladů by neobsahoval žádné osobní údaje spárovatelné s konkrétními lidmi (tyto údaje by zůstávaly nadále pouze u řetězců u lidí, kteří používají jejich aplikace či kód).

Teprve na základě vyhodnocení se budeme bavit, jak dále případně systém rozvíjet.

¹ Bankovní účty PSD2 směrnice (EU) 2015/2366 a nařízení Komise (EU) 2018/389 o silném ověření klienta a bezpečné komunikaci.

Přehled postupů

Vystavení nákupní kartičky s kódem

1. V aplikaci Nákupního portálu zakliknu "Chci novou nákupní kartičku". Vygeneruje se nová nákupní kartička, kterou si mohu pojmenovat a vložit do mobilní peněženky, uložit jako fotku nebo vytisknout.
2. V aplikaci Lidl, Albert apod. načtu QR / čárový kód ke své nové nákupní kartičce, čímž se informace spárují. Nyní můžu nakupovat s jednou novou nákupní kartičkou bez nutnosti otevírat jednotlivé aplikace.

Mohu i nadále používat čárový nebo QR kód vystavený aplikací řetězce.

Ukázání kartičky při nákupu a zaplacení zboží

1. Zákazník nakoupí, naskenuje svou nákupní kartičku s čárovým / QR kódem.
2. Pokladna obchodního řetězce vygeneruje digitální účtenku (ve formátu XML/JSON). Tuto účtenku uloží ve své stávající infrastruktuře v digitální podobě jako dnes, pokud si to zákazník vyžádal, že chce digitální účtenku.
3. Řetězec nejpozději jednou za 24 hodin, pošle anonymizované digitální účtenky do skladu digitálních dokladů.

Používání komerční aplikace třetí strany k agregaci účetních dokladů

1. Uživatel se přihlásí do aplikace třetí strany a zadá e-shopy řetězců, které chce agregovat a zadá svůj kód.
2. Aplikace třetí strany pošle do všech e-shopů řetězců požadavek na sdílení údajů společně s kódem a zadanou dobou trvání spárování údajů.
3. E-shopy řetězce pošlou dotaz na kontaktní e-mail na ověření, že jde o přístup oprávněné osoby, případně přes telefon nebo jinou používanou metodu. Uživatel odsouhlasí přístup pomocí odkazu v e-mailu, resp. zadání kódu z SMS zprávy.
4. E-shop řetězce tím má potvrzeno, že může poskytnout data do agregátoru, a dále přidává na základě zjednaného přístupu požadovaná data do agregátoru.
5. Po uplynutí času vyžaduje nové ověření.

Sledování cen potravin

1. Z dat nahraných do skladu digitálních dokladů zpracuje umělá inteligence zadané přehledy. Nejprve zpracuje cenové statistiky a otevřená data pro nejčastější potraviny dle výrobků a kategorií dle prodejny, která zveřejní.
2. Na Nákupním portálu se srovnávačem nebo v komerční aplikaci postavené nad otevřenými daty z analytické vrstvy si bude moci každý vyhledat, kolik stojí určitá potravina v okolních supermarketech podle jeho polohy.
3. Člověk si bude moci zobrazit, kolik by ho stál standardní nákup, případně pokud dá přístup agregátoru dokladů (viz minulý postup), zobrazí se mu cena jeho průměrného nákupu v nejbližších supermarketech.

Časový harmonogram

- **0-12 měsíců:** příprava a schválení legislativy, konzultace stávajících řešení řetězců, rozpracování rozhraní a parametrů skladu digitálních dokladů (státního cloudu), analytické vrstvy a státem garantovaného srovnávače, funkcionalita vystavení přenosné nákupní karty
- **12-18 měsíců:** po 3. čtení zákona zahájení soutěže, nebude-li vývoj in-house, na vybudování skladu digitálních dokladů a nákupního portálu (lze pořídit jako službu u stávajícího provozovatele), pilotní projekt s vybranými řetězci, které budou motivovány dobrou reklamou
- **18-24 měsíců:** povinné zapojení obchodních řetězců, cízelování analytické vrstvy s cenami potravin a adaptace vývoje veřejné aplikace pro srovnávání dat
- **24-36 měsíců:** možnost dobrovolného rozšíření na další podniky a vyhodnocení pilotního provozu
- **36 měsíců:** povinnost řetězce s e-shopem (např. www.lidl.cz) umožnit vyzvednutí dat uživatele, jejichž je vlastníkem

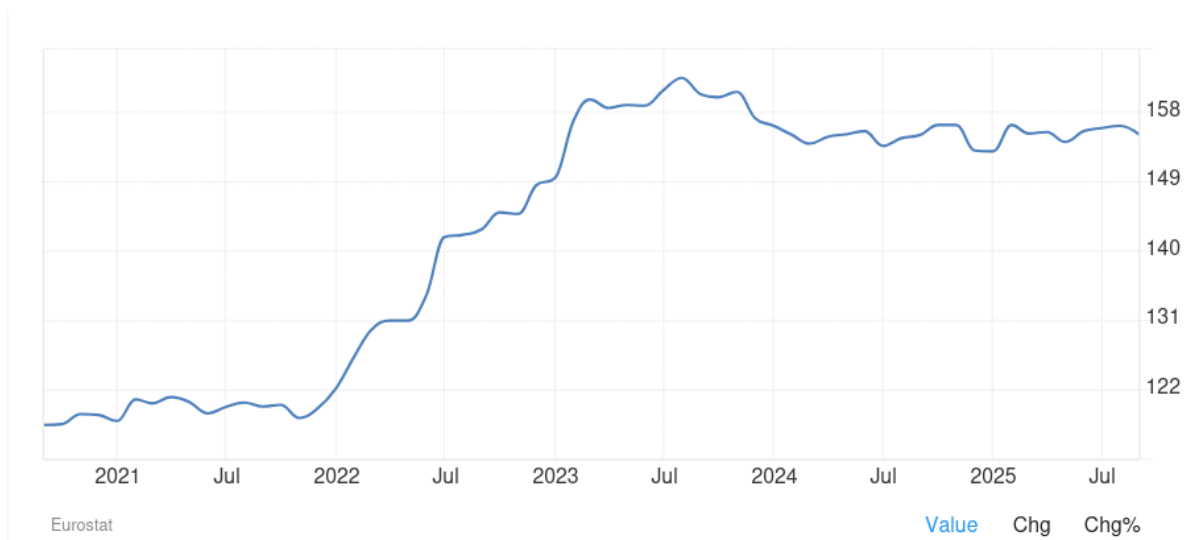
Inspirace ze zahraničí

- **Izrael** – povinnost zveřejňovat ceny v supermarketech od roku 2014, která vedla ke snížení cenové hladiny o 4 %; podle expertů Univerzity v Tel Avivu ušetřil domácnosti až cca 500 Kč měsíčně
- **Brazílie** – systém **NFC-e** s povinnými digitálními účtenkami a veřejným srovnávačem „Menor Preço“. Funguje ve velkém měřítku, občané mohou přes aplikaci porovnávat ceny v reálném čase.
- **Tchaj-wan** – centrální cloudová platforma e-účtenek, státní aplikace a otevřená data pro statistické účely.
- **Finsko** – připravuje národní standard **eKuitti** v rámci programu „Real-Time Economy“.
- **Švédsko** – služba **Kivra** ukazuje, jak může digitální účtenka fungovat přímo v mobilní aplikaci občana, propojená s bankami a úřady.
- **Řecko** - provozuje státní srovnavač cen, který vedl ke snížení cen o několik procent
- **Slovensko** - spustilo nový systém nedávno

Mikrostudie ohledně zvyšování cen

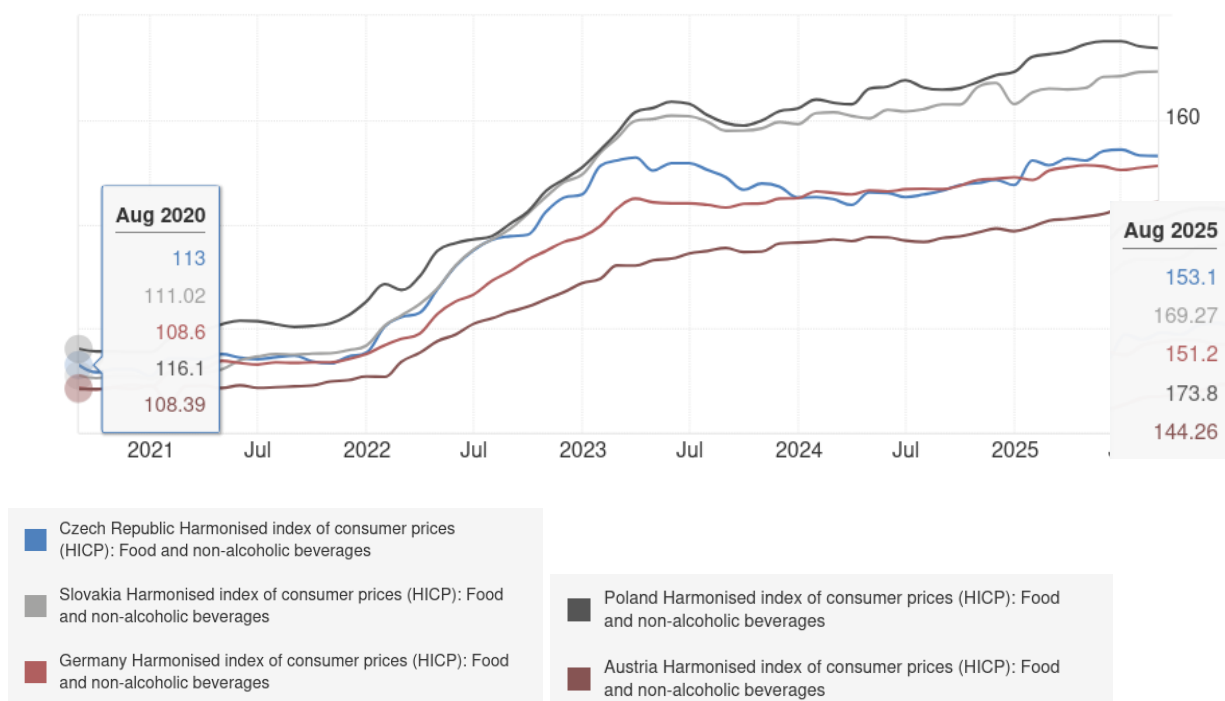
Když vyjdeme z harmonizovaného indexu Czech Republic - Harmonised index of consumer prices (HICP): Food and non-alcoholic beverages, můžeme vidět, že ten šel pro Česko z hodnoty 113 v roce 2020 na 153 v roce 2025 (tj. +35 %).

Tím tedy sledujeme zvýšení cen potravin oproti roku 2020, ale ještě nebereme v potaz, že už v roce 2020 mohla být v ČR určitá deformace trhu, která potraviny zdražovala. Jinými slovy je třeba mít na paměti, že už v roce 2020 mohly být potraviny dražší nebo levnější, protože HICP index má základnu v roce 2015, tedy ceny z roku 2015 jsou základna 100 pro každou z daných zemí.



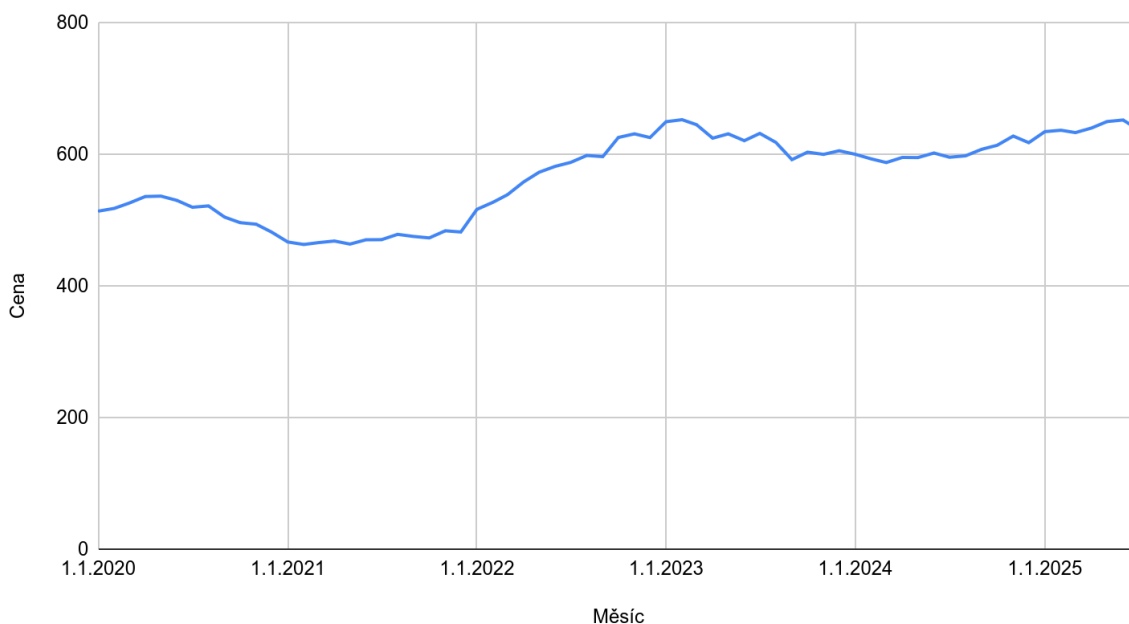
Zdroj: [Trading economics](https://tradingeconomics.com/czech-republic/hicp-food-and-non-alcoholic-beverages).

Procentuální vývoj můžeme srovnat s okolními státy, kde relativní nárůst mezi roky 2020 a 2025 činí v Česku +35 %, Slovensko +52 %, Německo +40 %, Polsko + 49 % a Rakousko +33%. V horizontu 5 let tedy změna cen potravin nevybočuje od okolních států, což ale nevylučuje, že problém byl už v roce 2020.

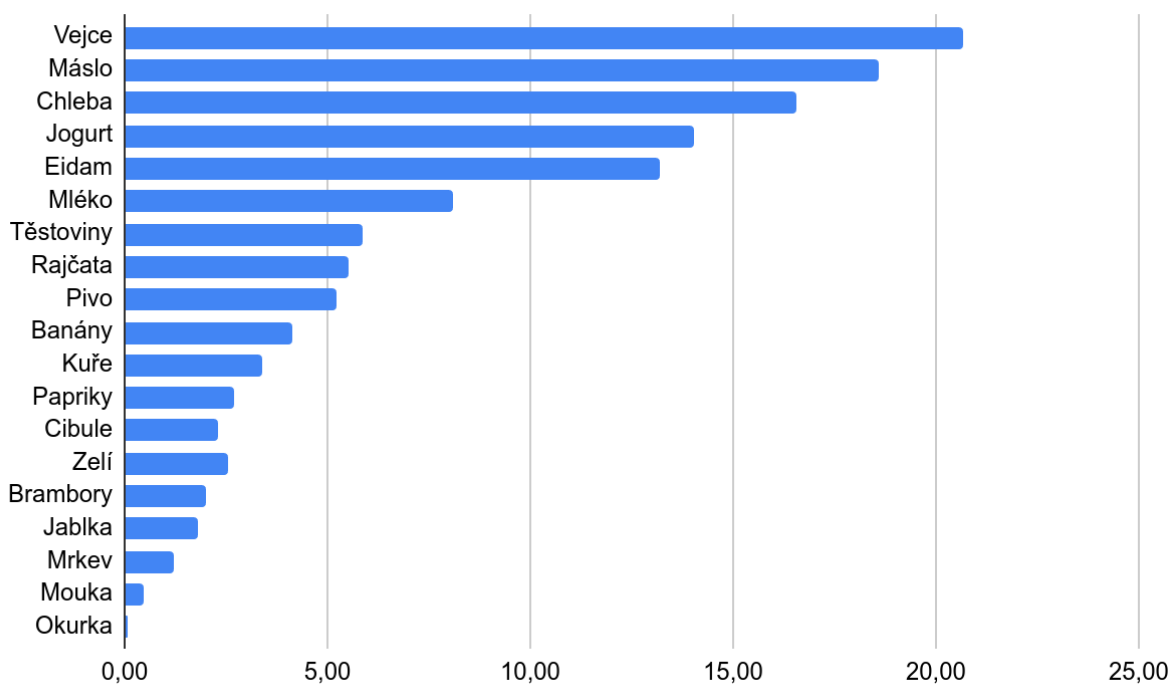


Pro lepší osobní představu jsem si udělal rozbor zvyšování cen v období 1. 1. 2020 do současnosti, kde jsem vycházel orientačně ze svého zdravého spotřebního koše (nezahrnuje cigarety a z alkoholu pouze pivo) a ceny jsem vzal ze statistik ČSÚ. Za tuto dobu se cena týdenního nákupu zvýšila z 513 Kč na 637 Kč (+24 %). Oproti tomu průměrná mzda vzrostla o 35 600 Kč na 46 100 Kč (+29 %), tj. reálný růst v této metrice je asi 1 % ročně.

Vývoj ceny spotřebního koše



Z toho potraviny, kde měl nárůst během 5 let největší dopad do mého spotřebního koše, jsou:



Zdroj: Váhy moje osobní, růst cen ČSÚ

Srovnání situace v ČR, Německu a Polsku se věnovaly [Seznam zprávy](#). Z jejich zjištění vyplývá, že nákupní koš v Polsku a Německu je levnější než v ČR, a to o 14 % (Polsko) či o 10 % (Německo). Dlužno

řící, že oba státy mají nižší DPH na potraviny (což je návrh, který mají Piráti také v programu), ale rozdíl v DPH nemůže celý cenový rozdíl vysvětlit.

Srovnávací nákup potravin a drogerie

	ČR	Německo	Polsko
	Cena v Kč	*Cena v Kč	*Cena v Kč
Chléb pšeničný 1 kg	37,40	38,70	49,80
Bagetka pšeničná 65 g	3,90	4,60	4,70
Mozzarella 125 g, Lovilio	24,90	20,70	17,10
Gouda 150 g	34,90	29,00	28,50
Máslo 250 g	59,90	48,40	50,00
Mléko 1l, 3,5 % tuku	24,90	26,50	21,10
Jogurt bílý 150 g	7,90	6,00	4,50
Šunka vepřová 200 g, Dulano, 95 % masa	69,80	38,70	45,70
Kuřecí prsa čerstvá 1 kg	219,90	243,00	141,90
Rybí prsty 450 g	79,90	65,50	77,20
Vejce 10 ks, velikost M	64,90	58,20	57,10
Citrony 1 kg	69,90	64,60	57,10
Jablka 1 kg	39,90	46,00	34,30
Banány 1 kg	39,90	31,40	40,00
Rajčata volná 1 kg	59,90	43,60	45,70
Brambory 1 kg	19,90	18,60	17,10
Okurka salátová 1 ks	19,90	16,80	18,00
Káva Bellarom Gold, 100 g (sklo)	65,00	76,50	68,60
Nutella 350 g	109,90	71,70	94,30
Rýže Basmati 1 kg, Golden Sun	66,90	72,80	71,40
Špagety 500 g, Combino	22,90	19,20	18,80
Mouka hladká 1 kg	12,90	14,40	10,80
Pivo, ležák, cca 5 % alkoholu	15,90	23,10	17,10
Coca-Cola 1,5 l	44,90	25,70	42,40
Jablečný džus 100%, Solevita 1 l	26,90	25,80	20,00
Tablety do myčky, W5 Classic, 60x15 g	87,70	72,80	96,50
Toaletní papír Floralys 8ks	64,90	65,50	48,60
Cena nákupu	1395,60	1267,80	1198,30
Cena včetně slev	1352,6	1225,30	1181,10

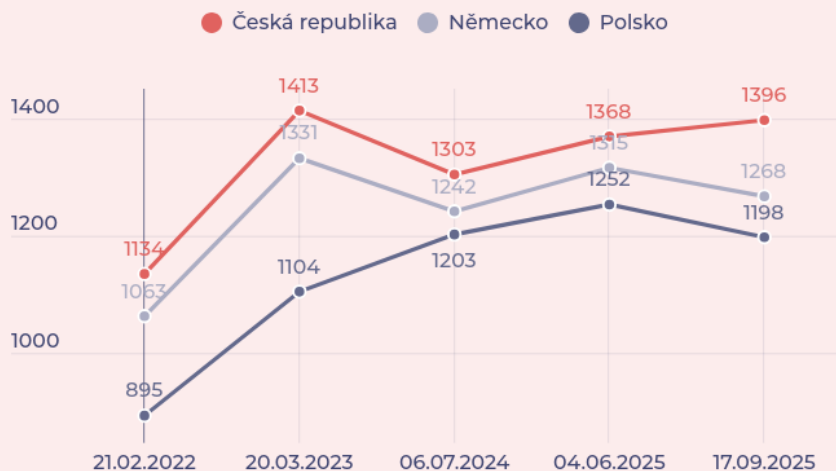
Ceny jsou přepočteny kurzem ze dne 17.9.2025		
Zlotý		5,72 Kč
Euro		24,33 Kč

Poznámka: * V případě rozdílů ceny přepočítáváme na jednotnou hmotnost.
Monitoring proběhl 17.9. v prodejnách Lidl ve Frýdlantu, Žitavě a Bogatynia

SZ BYZNYS

Kolik stál nákup v Lidlu

v Kč



Poznámka: Cenové šetření v prodejnách Lidl.

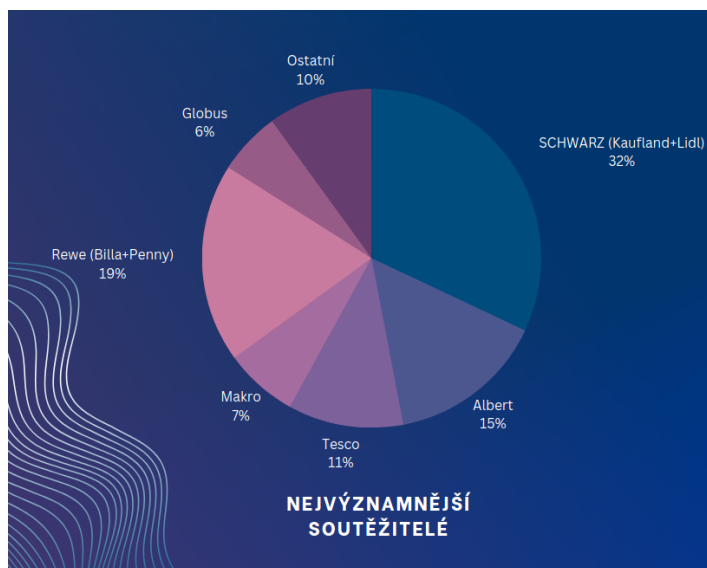
SZ BYZNYS

Situace na trhu obchodních řetězců

V ČR funguje na maloobchodním trhu tzv. **asymetrický oligopol**, tedy že většinu trhu ovládá šest firem, kde největší je s 32 procenty skupina Schwarz (Kaufland+Lidl). Následuje Rewe Group (Billa a Penny) s 19 procenty a dále pak jsou mezi hlavními hráči Albert, Tesco a s odstupem Globus, což je podobná míra koncentrace jako ve Velké Británii či Německu (zdroj: ÚOHS).

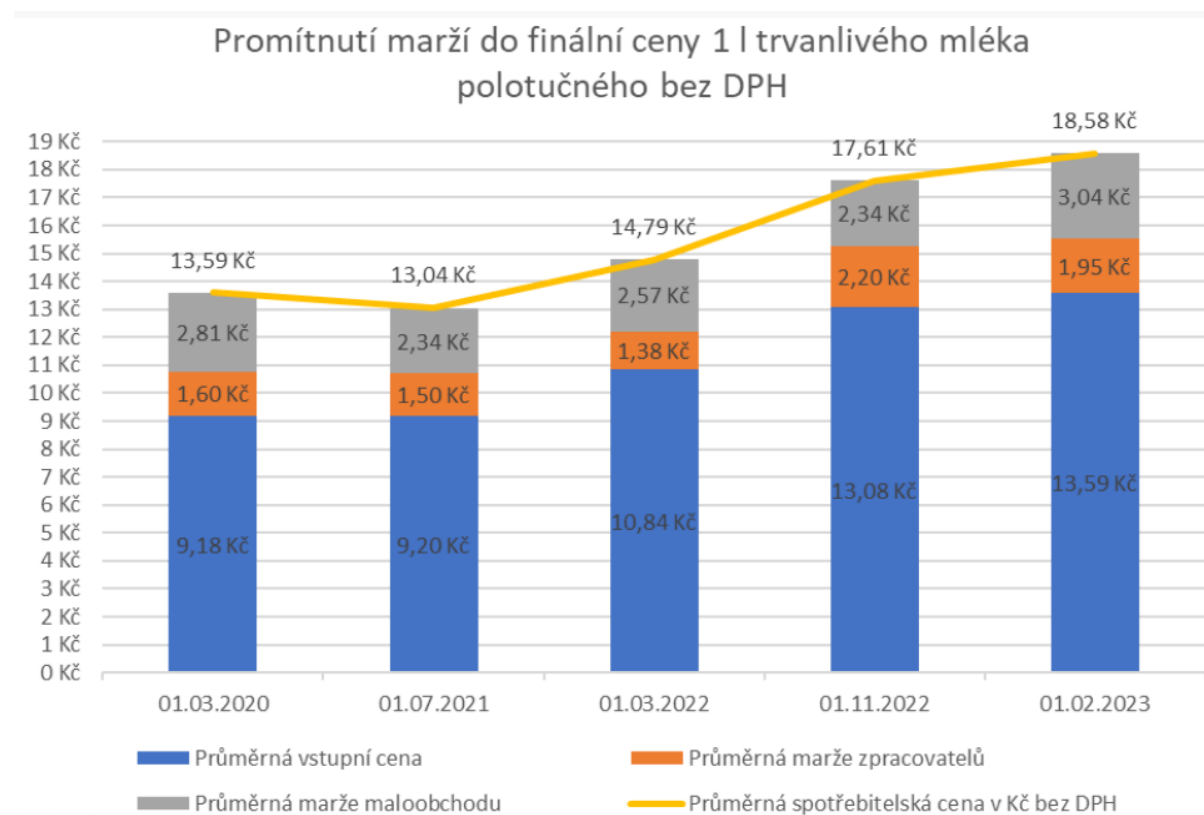
Zkoumání vývoje cen podle ÚOHS potvrzuje, že maloobchodní prodej pracuje s průměrnou marží a neexistují samostatné trhy jednotlivých komodit. S tím, jak inflace v České republice postupovala, docházelo ve všech třech hlavních článcích dodavatelského

řetězce k postupnému navyšování obchodní marže, a to pravděpodobně jako důsledek růstu nákladů spojených s produkcí či obchodem. Tyto závěry ÚOHS bereme nicméně s určitou rezervou, a to s ohledem na to, že ÚOHS dodnes nemá potřebné nástroje na efektivní analýzu tržní situace, protože příslušný zákon stále leží neprojednaný v Poslanecké sněmovně.



Pokud se podíváme specificky například na **mléko**, podle šetření antimonopolního úřadu v době největších nárůstů cen v roce 2022-2023 docházelo k navyšení cen primárně v důsledku navyšení

vstupní ceny producenta mléka (kravínů, kvůli chlazení a hnojivům), nikoliv v důsledku vyšších marží zpracovatelů či supermarketu, totéž u dalších 4 základních potravin (másla, kuřecího masa, slepičích vajec a pšeničné mouky), viz [zde](#).



Zdroj: ÚOHS

V roce 2022-2023 vyskočila výkupní cena mléka v ČR z přibližně 9 Kč/litr v lednu na více než 12-13 Kč/litr – hlavně kvůli dvěma faktorům: prudkému zdražení energií po ruské invazi na Ukrajinu, kdy cena elektřiny a plynu v EU vzrostla oproti roku 2021 až o 200–300 %, což výrazně zasáhlo energeticky náročné mlékárny; a dramatickému růstu nákladů na krmiva a hnojiva, kdy ceny dusíkatých hnojiv se během roku zdvojnásobily a obilí zdražilo o desítky procent, což zásadně zvýšilo náklady chovatelů skotu.

Pokud jde o situaci, že **provozní zisková marže**² řetězců v Česku je dvakrát vyšší než v Německu (Kaufland 4 % vs. 2 %, Lidl 6,3 % vs. 2,7 %), tedy na stokoruně českého zákazníkovi udělá stejný řetězec v Česku dvakrát vyšší zisk než u našich sousedů, viz [zde](#), lze uvést následující: Podle studie Mendelovy univerzity (2024, MENDELU Working Papers) je vyšší ziskovost zahraničních řetězců v Česku než v Německu dána především větší tržní silou obchodních řetězců na menším a koncentrovanějším trhu, kde mají silnější vyjednávací pozici vůči dodavatelům a spotřebitelé jsou méně chráněni intenzivní cenovou konkurencí než v Německu; výsledkem je, že se jim daří udržovat vyšší marže při podobných nebo nižších provozních nákladech.

² **Provozní zisková marže** (provozní marže, EBIT marže, angl. operating margin, případně operating profit margin či EBIT margin) říká, kolik korun z tržeb firmě zůstane jako provozní zisk po zaplacení běžných nákladů na provoz (mzdy, nájem, energie, marketing, odpisy), ale před započtením úroků, daní a mimořádných položek. Je to tedy měřítko toho, jak efektivně firma vydělává na svém hlavním byznysu, bez vlivu financování a daní.

Poznámky

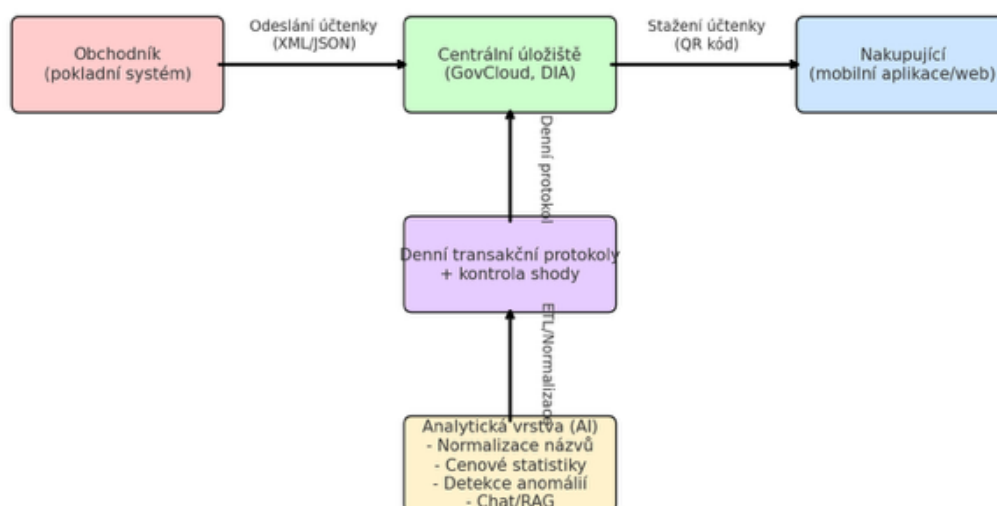
- Zavedení srovnávače cen potravin navrhl už v roce 2023 ministr zemědělství Marek Výborný, ale tento nápad nerealizoval. Pak od záměru upustil, protože supermarkety odmítly poskytovat data, a to ačkoliv původně tvrdil, že k tomu schválí příslušné zákony. Nakonec se nic nestalo.
- Piráti navrhovali srovnávač už dříve, viz článek Dana Kůse: [Chtěli byste srovnávač cen potravin?](#)

Doporučené technické řešení

V návaznosti na výše uvedené postupy navrhujeme: Sklad digitálních dokladů bude spravován státem a bude hostován v prostředí státního cloudu (GovCloud). Obchodníci budou povinni zasílat účtenky v datovém formátu XML/JSON. Doporučeno bude, aby formát vycházel ze specifikace pro elektronické účtenky ISDOC.

Nakupující se bude identifikovat pomocí bezvýznamového identifikátoru ve formě QR kódu či čárového kódu (nákupní kartička); různé obchody mají různé čtečky. Tento kód lze vystavit na Nákupním portálu. Specifikace bude stanovena po projednání s technickými odborníky řetězců či jejich asociace.

Jednou denně bude obchodník odesílat veškeré transakce v datovém formátu a transakční protokol se záznamem o všech transakcích.



Sklad digitálních dokladů (státní cloud) bude mít nadstavbu s AI (**analytická vrstva**), která bude umožňovat řadu funkcí, které budou přístupné prostřednictvím webového rozhraní a dále pak bude generovat některé statistiky. Umělá inteligence bude hrát klíčovou roli v několika oblastech:

- Normalizace názvů produktů: AI dokáže přiřadit stejné identifikátory produktům, které mají odlišné kódové označení nebo název (např. „rohlík“, „pečivo bílé“, „pečivo běžné“) bez nutnosti standardizace kódů výrobků
- Klasifikace komodit: pomocí NLP a strojového učení lze sjednocovat názvy položek

- Analýza cen: AI umožní sledovat cenový vývoj identických nebo podobných produktů u různých prodejců
- Detekce anomálií: systém může identifikovat podezřelé vzorce, např. neobvyklé rozdíly v cenách nebo opakující se chyby v účtenkách
- Tvorba veřejně přístupných statistik a cenových indexů
- Vyhledávání pomocí chatu: uživatelé se mohou ptát přirozeným jazykem (např. „Kolik stál rohlík v Praze v srpnu 2025?“).

Stát (DIA) zajistí správu centrálního úložiště a kontrolní mechanismy na obdobné úrovni jako základní registry.

Legislativní provedení - výňatky

Změna zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

§ 12a

(1) Informace o slevě z ceny výrobku obsahuje informaci o nejnižší ceně výrobku, za kterou jej prodávající nabízel a prodával

- a) v době 30 dnů před poskytnutím slevy,
- b) od okamžiku, kdy začal výrobek nabízet a prodávat, do okamžiku poskytnutí slevy, pokud je výrobek v prodeji dobu kratší než 30 dnů, nebo
- c) v době 30 dnů před prvním poskytnutím slevy, zvyšuje-li prodávající slevu z ceny postupně.

(2) Výše slevy musí být uvedena tak, že je vypočtena z ceny podle odstavce 1.

(3) Odstavec 1 se nepoužije pro výrobky, které podléhají rychlé zkáze, nebo pro výrobky s krátkou dobou spotřeby.

...

§ 16a

Digitální doklad

(1) Prodávající, kterému stanoví zákon povinnost vydat digitální doklad o zakoupení výrobku (dále jen „digitální doklad“), je povinen na žádost spotřebitele vydat doklad podle § 16 odst. 1 v digitální podobě, pokud mu spotřebitel poskytne nákupní kód, který je prodávající povinen podle jiného zákona přijmout. V případě, že to prodávajícímu umožňují technické prostředky, učiní tak neprodleně, v opačném případě nejpozději ve lhůtě pro nahrání účetního dokladu do státního úložiště.

(2) Digitální doklad je spotřebiteli vydán, pokud je mu jeho obsah přístupný v digitální podobě. Uvádí-li digitální doklad výši slevy, musí být vypočtena v souladu se zvláštním právním předpisem.

(3) Povinnost vydat spotřebiteli digitální doklad o zakoupení výrobku má

- a) odběratel s významnou tržní silou podle § 3 odst. 2 písm. a) o významné tržní síle a nekalých obchodních praktikách při prodeji zemědělských a potravinářských produktů, a to při všech prodejkách v provozovně.

(4) Má se za to, že spotřebitel, který poskytl prodávajícímu nákupní kód, požádal o digitální doklad.

(5) Prodávající je oprávněn vystavovat kupujícím digitální doklad z vlastního rozhodnutí, i pokud není uveden v odstavci 3.

(6) Prodávající podle odstavce 3 má povinnost nahrát všechny doklady o zakoupení výrobku v provozovně v digitální podobě do skladu digitálních dokladů podle jiného zákona do 26 hodin od uskutečnění prodeje, a to po vyloučení osobních údajů kupujícího.

(7) Nahráním digitálních dokladů do skladu digitálních dokladů v souladu s tímto zákonem je splněna povinnost prodávajícího podle odst. 3 a 5 poskytovat údaje o zakoupených výrobcích Českému statistickému úřadu.

§ 24

...

(5) Prodávající se dopustí přestupku tím, že

q) nevydá spotřebiteli na jeho žádost řádně vyplněný doklad o zakoupení výrobku nebo o poskytnutí služby s údaji stanovenými v § 16 odst. 1 **nebo nesplní povinnost vydat nebo nahrát digitální doklad podle § 16a,**

Změna zákona č. 12/2020 Sb., o právu na digitální služby

§ 14a Právo na digitální doklad

- (1) Spotřebitel má právo, aby mu prodávající, o kterém tak stanoví jiný zákon, vydal digitální doklad o zakoupení výrobku, prostřednictvím úložiště digitálních dokladů.
- (2) Vůči prodávajícímu, o kterém stanoví jiný zákon, že má povinnost vydat digitální doklad a který poskytuje dálkový přístup k digitálním dokladům, má spotřebitel právo na přístup k digitálním dokladům vydaným podle odstavce 1, které nejsou starší než 2 roky, také prostřednictvím automatizovaného přístupu třetí strany po ověření přístupového oprávnění.
- (3) Podmínky automatizovaného přístupu třetí strany stanoví Agentura vyhláškou.

Přechodné ustanovení:

§ 14a odst. 2 se použije poprvé dne 1. 1. 2028.

§ 14b Právo na nákupní kód

- (1) Fyzická a právnická osoba má právo
 - a) na vystavení nákupního kódu, což je bezvýznamový identifikátor umožňující spárování nákupů osoby u prodávajících a využití slev, na Nákupním portálu podle zákona o cenách,
 - b) užívat nákupní kód splňující požadavky podle tohoto zákona vůči prodávajícímu, kterému zákon stanoví povinnost vydat digitální doklad, s rovnocennými účinky, jako má nákupní karta či aplikace, kterou prodávající sám poskytuje; prodávající je povinen nákupní kód přijmout, pokud to umožňuje jím používané technické řešení.

(2) Prodávající může užití nákupního kódu podle odst. 1 písm. b) podmínit propojením se svou aplikací. Právo prodávajícího stanovit pro nákupní karty či aplikace smluvní podmínky tím není dotčeno. Souhlas

se smluvními podmínkami či jejich změnou kupující udělí také jeho použitím v provozovně, pokud prodávající zveřejnil v provozovně upozornění na možnost použít nákupní kód a uvedl u toho plné znění obchodních podmínek nebo odkaz na internetové stránky, kde je dostupné; pokud prodávající takové upozornění nezveřejnil, má spotřebitel využívající nákupní kód právo na stejně výhodnou cenu jako spotřebitel, který používá obdobný kód vystavený prodávajícím.

(3) Prodávající není oprávněn vystavovat a používat nákupní kódy, které jsou vyhrazeny pro nákupní kódy vystavené Nákupním portálem.

Zákon č. 526/1990 Sb., o cenách

§ 13a Nákupní portál

- (1) Fyzická a právnická osoba má právo na včasné informace o vývoji cen výrobků prodáváných prodávajícími, kteří mají povinnost vystavit digitální doklad podle jiného zákona, za poslední rok ve strojově čitelném formátu, který je dostupný na dálku, a dále v přehledné a objektivní podobě umožňující spotřebiteli uživatelsky přívětivé srovnání s alternativními výrobky.
- (2) Za účelem uvedeným v odstavci 1 provozuje právnická osoba pověřená Digitální a informační agenturou (dále jen „Agentura“) internetovou stránku, kde jsou stanovené údaje k dispozici (dále jen „Nákupní portál“). Pověřená osoba je oprávněna zveřejnit zejména údaje o cenách vybraných výrobků včetně prodávajících, kteří mají povinnost vystavovat digitální doklad, a údaje o vývoji těchto cen.
- (3) Zveřejňování cenových údajů podle tohoto ustanovení není výkonem veřejné správy ani úředním postupem.
- (4) Podrobnosti o členění výrobků a dostupnosti informací stanoví Ministerstvo financí vyhláškou.

§ 13b Analytická vrstva

- (1) Za účelem uplatnění práva na včasné informace o vybraných cenách výrobků a za účelem přístupu orgánů veřejné moci k údajům, které jsou potřebné pro jejich působnost, vyhotovuje Agentura z dat ve Skladu digitálních dokladů analytickou vrstvu, zejména denní údaje o cenách v každé provozovně prodávajícího, který má povinnost vydat digitální doklad, kategorizaci výrobků podle vyhlášky Ministerstva financí, výši slevy, zjištěnou měrnou cenu a další údaje.
- (2) Agentura zpřístupní analytickou vrstvu veřejně v podobě otevřených dat.
- (3) Úřad pro ochranu hospodářské soutěže může vydat opatření obecné povahy stanovující omezení pro rozsah zveřejnění analytické vrstvy, kterým stanoví v nutných případech časový odklad zveřejnění údaje nebo stanoví vybraný způsob zveřejnění údaje v analytické vrstvě, pokud je to nezbytné pro ochranu hospodářské soutěže.
- (4) Agentura zpřístupní údaje analytické vrstvy následujícím orgánům v rozsahu nezbytném pro výkon jejich působnosti stanovené zvláštními zákony a nestačí-li pro výkon jejich působnosti zveřejněná otevřená data:

- a) Ministerstvu financí za účelem cenové regulace,
- b) Ministerstvu zemědělství za účelem přístupu k údajům podle nařízení EU o společné organizaci trhů se zemědělskými produkty a k údajům pro systém včasné výměny informací podle nařízení EU upravujícího postupy týkající se bezpečnosti potravin,
- c) Českému statistickému úřadu za účelem zpracování statistických dat podle zákona o státní statistické službě,
- d) Finanční správě České republiky za účelem správy daní podle daňového řádu,
- e) České obchodní inspekci za účelem výkonu dozoru podle zákona o České obchodní inspekci včetně kontroly toho, zda byla splněna povinnost nahrát digitální doklad podle § 16a,
- f) Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže za účelem výkonu dozoru podle zákona o ochraně hospodářské soutěže,
- g) orgánům činným v trestním řízení za účelem vedení trestního řízení podle trestního řádu.

(4) Každý z orgánů uvedených v odstavci 3 má přístup pouze k těm údajům, které jsou nezbytné pro výkon jeho zákonné působnosti včetně vyhledávací činnosti, je-li stanovena.

§ 13c Sklad digitálních dokladů

- (1) Agentura spravuje a provozuje Sklad digitálních dokladů jako informační systém veřejné správy, na který se ukládají digitální doklady vydané podle zákona o ochraně spotřebitele; tuto činnost může přenést na svou příspěvkovou organizaci.
- (2) Sklad digitálních dokladů využívá cloud computing zařazený do nejvyšší bezpečnostní úrovně podle zákona upravujícího informační systémy veřejné správy.
- (3) Nestačí-li orgánům veřejné moci údaje v analytické vrstvě, použije se § 13b odst. 3 a 4 na odůvodněnou žádost orgánu veřejné moci obdobně.

§13d

Agentura stanoví vyhláškou

- a) způsob, rozhraní a formát pro nahrávání digitálních dokladů do Skladu digitálních dokladů, vydání potvrzení o nahrání dávky digitálních dokladů, případně způsob provedení změn a oprav v nahraných datech,
- b) formáty a číselné řady nákupních kódů vystavovaných na Nákupním portálu.

Čl. X Účinnost

Tento zákon nabývá účinnosti 1. 7. 2026.

Září 2025, Jakub Michálek a kol. autorů