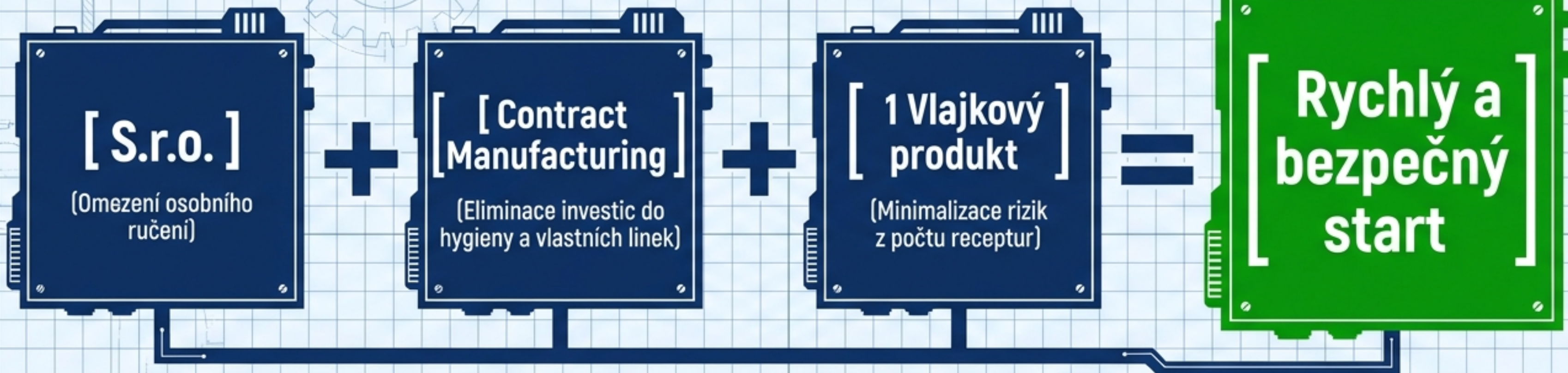


Založení a výroba vlastní značky nutričních drinků v ČR

Strategická příručka: Od legislativy a designu produktu až po unit economics a řízení rizik.

Vizualizovaný průvodce pro bezpečný a ziskový vstup na trh s doplňky stravy.





Klíčový poznatek: Založení firmy je pouhým zlomkem práce. Většina regulatorních povinností podle potravinového práva vzniká ještě před uvedením prvního produktu do prodeje. Nejbezpečnější strategií pro začátek je stát se majitelem značky a distributorem, nikoliv fyzickým výrobcem.



OSVČ



s.r.o.

Ručení
(Liability)

Celým osobním majetkem
(Kritické riziko při újmě na zdraví)



Omezené
(Oddělení firemního majetku)



Důvěryhodnost

Nízká u B2B partnerů

Vysoká
(Nutnost pro kontraktní výrobce
a distributory)

Vstup investora

Složité / Nemožné

Standardizované přes
obchodní podíly

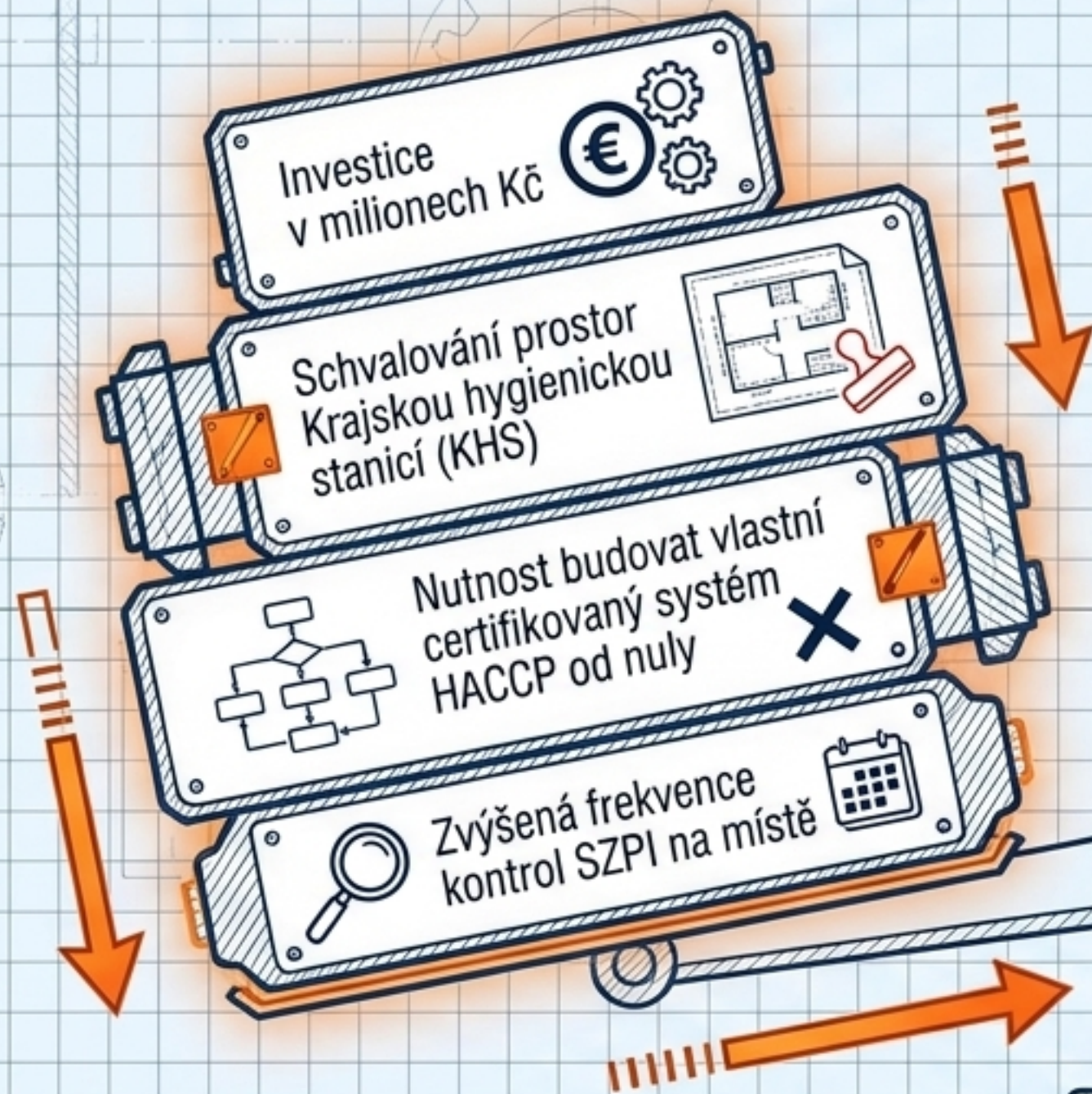
**Vhodnost pro
doplňky stravy**

Vhodné jen pro affiliate
a prodej cizích značek

Absolutní standard pro
budování vlastní značky

Pro projekt **vlastní značky** funkčních nápojů je **s.r.o.** prakticky standardem a jedinou bezpečnou volbou.

⚠ Varianta A: Vlastní výroba



✓ Varianta B: Contract Manufacturing



✓ Zvolte **Variantu B**. Vybudování vlastní linky představuje extrémní regulatorní zátěž; nechte hygienu a výrobu na těch, kteří už mají certifikaci GMP a ISO 22000.

SZPI (Státní zemědělská a potravinářská inspekce)

- ✓ **Role:** Hlavní kontrolní orgán pro etikety, zdravotní tvrzení a bezpečnost trhu.
- ✓ **Akce:** Oznámení o zahájení potravinářské činnosti.

SVS (Státní veterinární správa)

- ✓ **Role:** Kontrola živočišných složek.
- ✓ **Akce:** Nutné pouze pokud drink obsahuje např. specifické kolageny či mléčné složky.

Vaše s.r.o.

Provozovatel
potravinářského
podniku

MZe (Ministerstvo zemědělství)

- ✓ **Role:** Evidence produktů na trhu.
- ✓ **Akce:** Systém SOP – notifikace české etikety před prvním prodejem.

KHS (Krajská hygienická stanice)

- ✓ **Role:** Dozor nad provozem a zaměstnanci.
- ✓ **Akce:** Vstupuje do hry zejména pokud skladujete nebo manipulujete s nebalenou potravinou.

Zákonný název:

Musí obsahovat přesné slovní spojení "Doplněk stravy".

Alergeny: Jasně a viditelně vyznačené (častý důvod kritických pokut).

Dávkování:

Doporučené denní dávkování + varování před jeho překročením.

Povinná upozornění:

"Uchovávejte mimo dosah dětí" a "Není náhradou pestré stravy".

Jazyk: Etiketa pro CZ trh musí být kompletně v češtině.

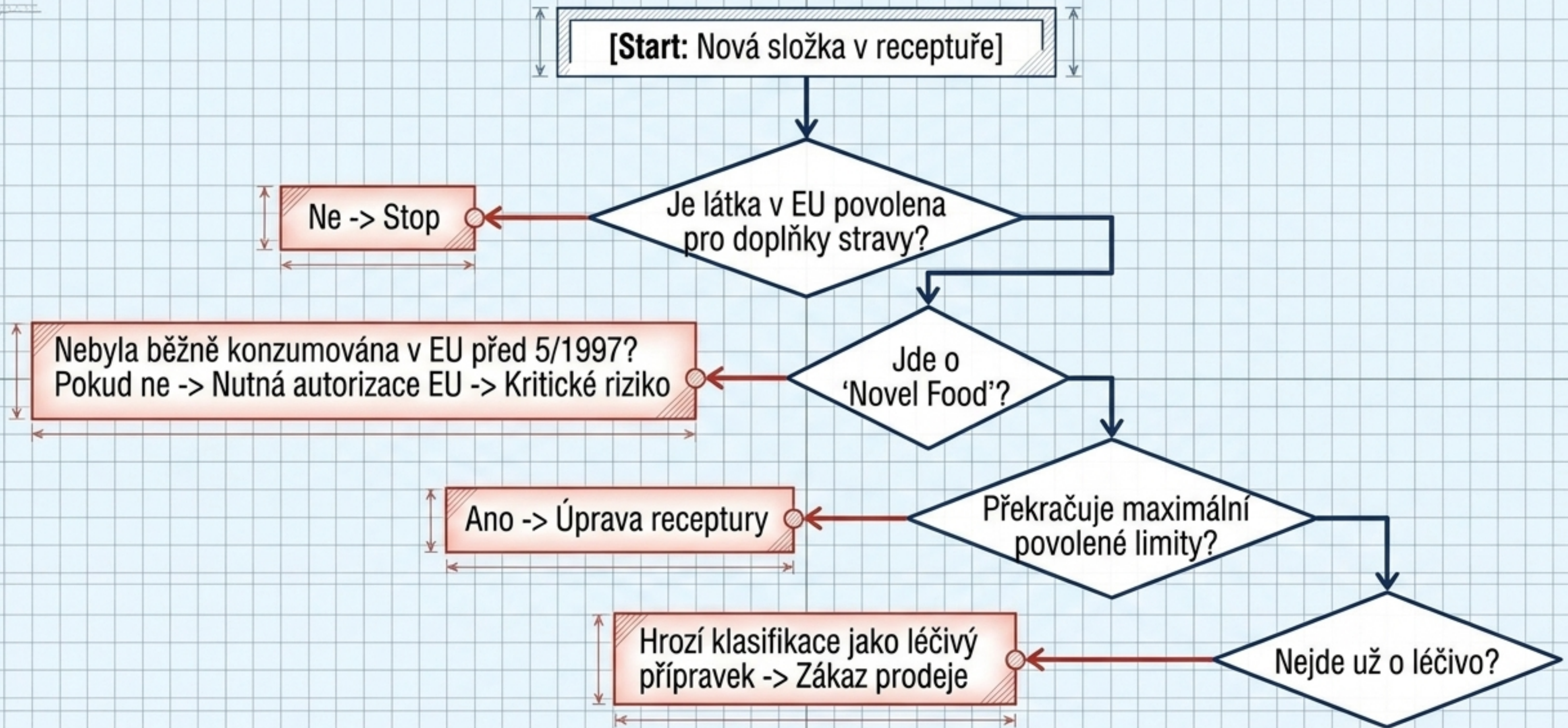
**Zdravotní tvrzení
(Kritické pravidlo)****Nelegální:**

"Léčí cukrovku",
"Předchází chřipce".

Legální:

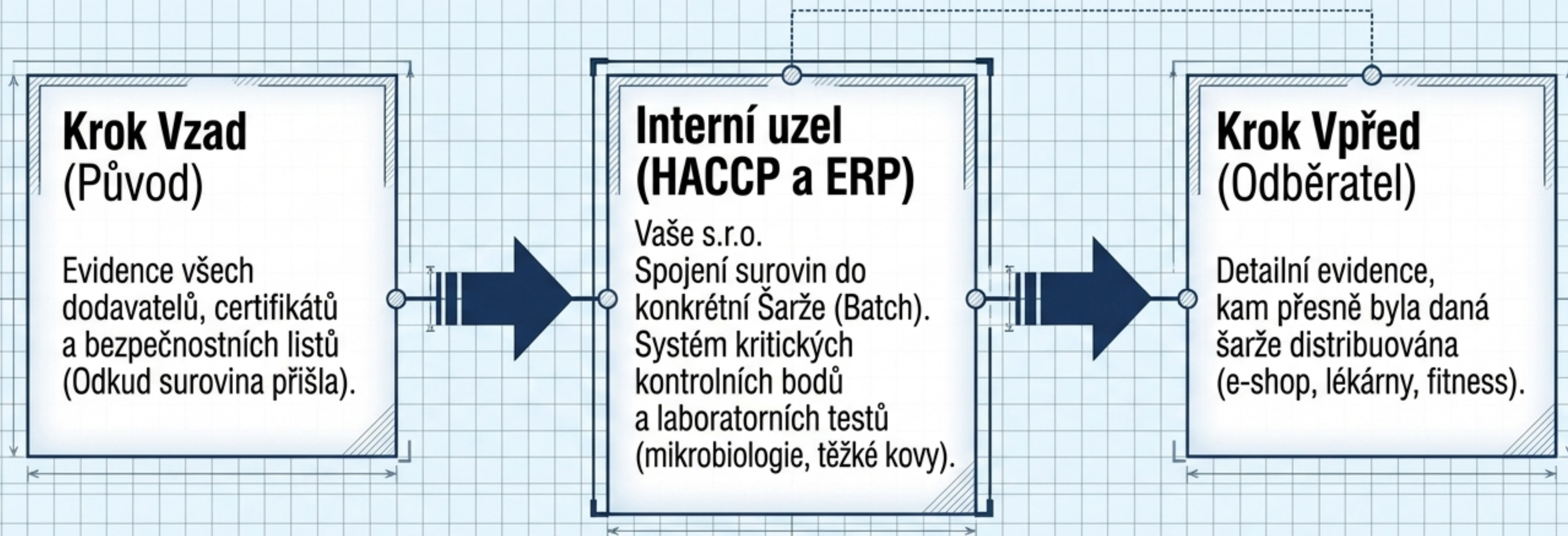
Výhradně tvrzení
povolená Evropskou
komisí (např. "Vitamin
C přispívá k udržení
normální funkce
imunitního systému").

Minové pole receptury



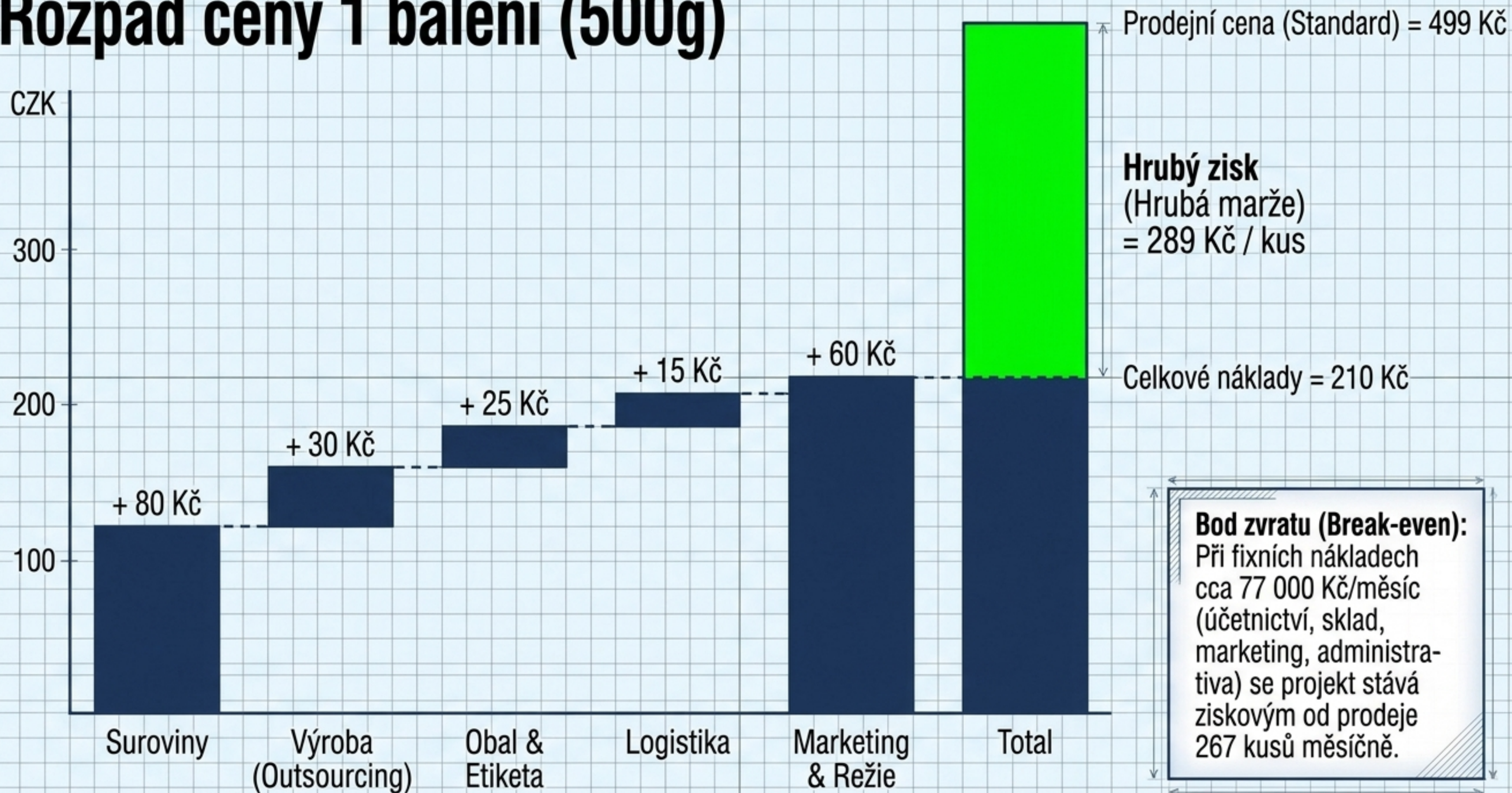
Legislativní audit receptury musí být absolutní prioritou č. 1, ještě před objednáním první testovací šarže.

System: Krok vzad, krok vpřed



Pokud **tento řetězec selže při zjištění kontaminace**, nebudete schopni provést cílený **“Product Recall”** (krizové stažení) a hrozí likvidační pokuty nebo náhrada škody.

Rozpad ceny 1 balení (500g)



Konzervativní: ~300 000 Kč

(Základní outsourcing,
minimalistický marketing)



Standardní: ~700 000 Kč

(Doporučená cesta, adekvátní vývoj,
právní ochrana, profesionální e-shop)



Realizace (Vysoký náklad):

Výroba první šarže (80-500k),
Laboratoře (20-100k),
Marketing/E-shop před
spuštěním (45-300k)

Příprava (Střední náklad):

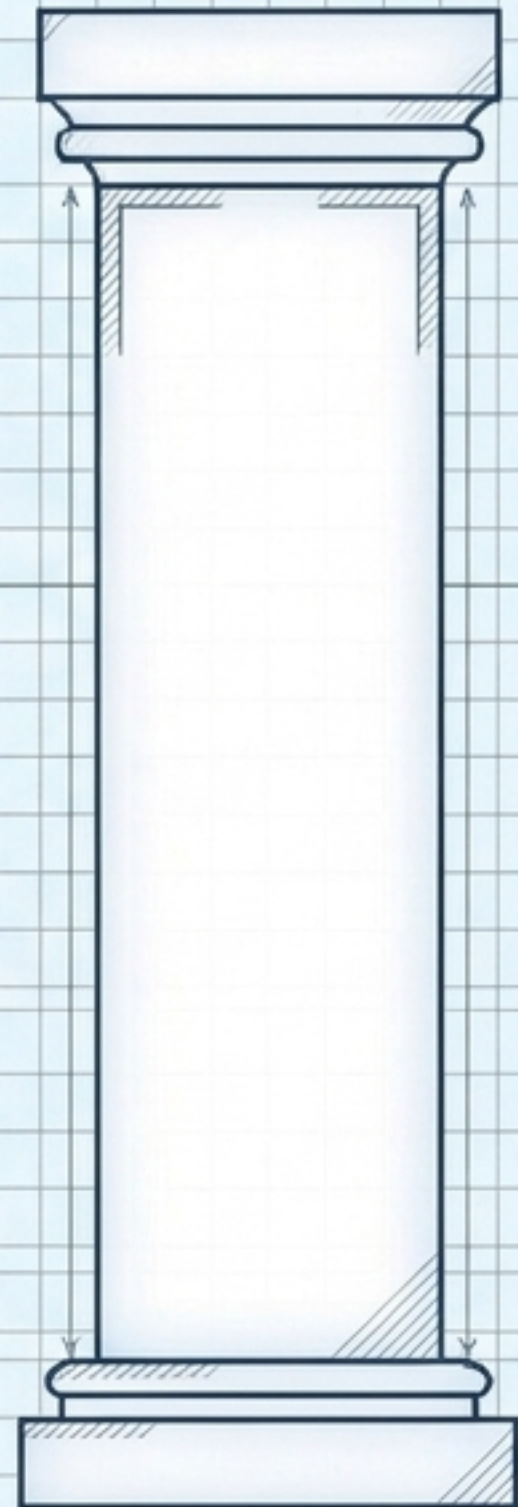
Právní audit (10-50k),
Vývoj (20-150k),
Grafika (10-40k)

Administrativa (Nízký náklad):

Založení s.r.o. (8-20k),
Živnosti (1-3k),
Ochranná známka (8-15k)

Ambiciózní: 1 500 000+ Kč

(Silný úvodní marketing, prémiové
složení, více distribučních kanálů)



Y-Axis: Dopad na byznys (Střední -> Kritický)

Riziko: Kontaminace / Neuvedení alergenu / Novel Food bez autorizace
(Okamžitý zákaz prodeje, žaloby)

Prevence: Laboratorní testy šarže, audit receptury, výběr GMP výrobce, pojištění 20-50M Kč

Riziko: Nepovolená zdravotní tvrzení
(Statisíkové pokuty SZPI)

Prevence: Přísný interní schvalovací proces marketingu a webu

Riziko: Chybné označení na etiketě

Prevence: Vícekolová kontrola právníkem i grafikem před tiskem obalů

X-Axis: Pravděpodobnost (Nízká -> Vysoká)

Největší reálné riziko není samotné založení firmy, ale omyly v marketingu a chybějící audit receptur

