

Słowo wstępne



Waldemar Nowakowski,
Prezes Polskiej Izby Handlu

Weszło w życie ograniczenie handlu w niedzielę. Warto zwrócić uwagę, że doświadczenia z pierwszej niedzieli obowiązywania

zakazu nie są w żaden sposób reprezentatywne. Na skutki ekonomiczne trzeba będzie poczekać przynajmniej pół roku, to samo dotyczy rynku pracy czy też nastrojów społecznych, gdyż teraz to one będą najważniejsze.

Dla handlowców jest najważniejsze jak interpretować nowe prawo, co jest niezwykle trudne – jest to prawo skomplikowane i zawile. Opublikowany niedawno tekst porozumienia między Ministerstwem Pracy i Państwową Inspekcją Pracy jest krokiem w dobrym kierunku, ale wartość legislacyjna tego dokumentu jest dyskusyjna. Sąd oczywiście może wziąć go pod uwagę podczas interpretowania przepisów, ale jedynie jako sugestię, ponieważ dokument ten nie ma mocy prawnej. **Już od lutego staramy się o spotkanie z Ministerstwem Pracy, aby otrzymać odpowiedzi na liczne pytania dotyczące ograniczenia handlu w niedzielę postawione przez członków Izby i prawników.**

Jest to jedna z największych zmian w handlu w Polsce w ciągu ostatnich dwudziestu lat – trudno oceniać ją na obecnym etapie. Należy mieć nadzieję, że nie przyniesie ona pogorszenia się sytuacji handlu niezależnego na rzecz dyskontów, które już agresywną reklamą rozpoczęły starania o zdobycie klientów w soboty.

Na pewno jednak nieuzasadnione jest mówienie o obchodzeniu zakazu – firmy mają prawo dostosować się do tego na co zezwala nowe prawo i będą to robiły. Każde działanie, które nie jest zabronione jest dozwolone – tak stanowi prawo, a przedsiębiorcy mogą działać w ramach prawa i wykorzystywać możliwości jakie daje środowisko prowadzenia biznesu.

„Biuletyn Polskiej Izby Handlu” PR 19242

Bezpłatny ogólnopolski miesięcznik handlu detalicznego, hurtowego i usług wydawany i publikowany w wersji elektronicznej przez Polską Izbę Handlu.

Wydawca: Polska Izba Handlu, ul. Grażyny 13/10, 02-548 Warszawa

Dystrybucja via email oraz via strona www.pih.org.pl

Prezes: Waldemar Nowakowski; Redaktor naczelny: Maciej Ptaszyński,

Redaktor prowadząca: Joanna Chilicka.

Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam zewnętrznych reklamodawców. Zastrzegamy sobie prawo do skracania i adjustacji tekstów oraz zmiany ich tytułów. Przedruk w całości lub części dozwolony jedynie po uzyskaniu zgody Polskiej Izby Handlu.

Opinie wyrażone w artykułach są prywatnymi opiniami autorów i Polska Izba Handlu nie ponosi odpowiedzialności za ich treść.

Autorzy artykułów odpowiadają za prawa do publikacji ilustracji w nich zawartych. Oficjalne stanowisko Polskiej Izby Handlu jest przekazywane w formie autoryzowanych wypowiedzi członków zarządu, dyrektora Izby lub stanowisk prasowych publikowanych przez rzecznika prasowego Izby.

Kontakt i autoryzacja: Joanna Chilicka, biuro prasowe PIH, joanna.chilicka@pih.org.pl

***Radosnych Świąt
Wielkanocnych i
wiosennej aury wokół.***



***Życzymy Państwu odpoczynku
w gronie najbliższych osób.
Niech ten czas będzie spokojny
i wyjątkowy.***

***Wszystko odradza się na nowo.
Życzymy świeżych pomysłów,
ciekawych wyzwań i wielu
celów do spełnienia.***

***Tradycyjnie życzymy też
smacznego jajka i zabawnego
lanego poniedziałku.***

- zarząd Polskiej Izby Handlu

Zakaz handlu w niedziele – prognozy

CMR zbadało sprzedaż w sklepach w tygodniach, w których wypadały Zielone Świątki, z czterech ostatnich lat. Jest to jeden z dni wolnych od handlu i zawsze wypada w niedzielę, rozkład sprzedaży w tygodniu z tym świętem i w kolejnym tygodniu może być dobrym przybliżeniem tego, co czeka sklepy w najbliższej przyszłości.

W supermarketach niedziela wolna od handlu (tak jak np. właśnie Zielone Świątki) przekłada się na wzrost zarówno liczby transakcji, jak i wartości sprzedaży w sobotę poprzedzającą święto oraz w poniedziałek tuż po nim, co oznacza, że część klientów, która wybrałaby się do sklepu w niedzielę przesuwa swoje zakupy na któryś z tych dni (przy czym większość z nich wybiera sobotę). W analizowanym przykładzie sprzedaż w tych dniach nie rekompensowała jednak sprzedaży utraconej w niedzielę.

W grupie sklepów małowatowych do 300 m² – wśród których duża część (nawet powyżej 50%) w dni świąteczne jest otwarta – wolna niedziela nie spowodowała większych zmian w tygodniowym rozkładzie sprzedaży. Wyższy odsetek obrotów i liczby transakcji przypadających na świąteczną niedzielę sugeruje, że ten format sklepów w dniach z zakazem handlu odwiedza więcej klientów niż w zwykłe niedziele.



CMR Sp. z o.o. jest niezależną agencją badawczą specjalizującą się w badaniach danych transakcyjnych, które pobiera on-line z reprezentatywnej, ogólnopolskiej próby sklepów spożywczych. Badane są trendy sprzedaży całości asortymentu sklepów, zarówno produktów paczkowanych, jak i zmiennowagowych.

www.cmr.com.pl

10 lat PSD na rynku

Partnerski Serwis Detaliczny to spółka z Grupy Eurocash, która została powołana do współpracy ze Spółdzielniami Społem celem podniesienia konkurencyjności Spółdzielni na rynku. Jest to projekt partnerski, a PSD realizując przyjętą misję kieruje się partnerskim podejściem. Korzysta ze wzajemnych doświadczeń, łączy najlepsze tradycje polskiego handlu spółdzielczego z nowoczesnymi rozwiązaniami.

Głównym dostawcą do sklepów spółdzielczych jest Eurocash Dystrybucja. W ramach PSD działa obecnie 82 Spółdzielnie, w tym 3 z największych w kraju - Kielce, Częstochowa i Olsztyn i 12 podmiotów prywatnych, co stanowi 680 sklepów spożywczych i 1,7 mld sprzedaży detalicznej. W 2011 roku PSD wraz ze spółdzielniami wprowadziło na rynek nową ogólnopolską markę sklepów „Gama” – Tradycyjnie dobry wybór. Sklepy przemodelowane pod logo Gama uzyskują lepsze wskaźniki, wzrosty sprzedaży i pozyskują nowych klientów. W projekcie została wykorzystana wiedza i doświadczenie partnerów spółdzielczych, PSD i Grupy Eurocash.

Obecnie sklepów Gama działa 310 a rozwijają się na bazie sieci własnych spółdzielni a także z pozyskiwania przez spółdzielnie nowych lokalizacji na rynku. Korzyści jakie uzyskują partnerzy zrzeszeni w PSD wynikają głównie z ponad 220 umów z producentami i dostawcami z których wpływy transparentnie dzielone stanowią często podstawę do generowania zysków całej spółdzielni. Ponadto PSD wspiera sklepy operacyjnie, marketingowo, posiada własny pakiet szkoleniowy a spółdzielnie chętnie uczestniczą również w szkoleniach Akademii Umiejętności Eurocash.

W tym roku mija 10 lat funkcjonowania PSD na rynku i jest to największa organizacja w środowisku spółdzielni Społem, która zintegrowała uczestników i pokazała, że działalność detaliczna może być rentownym biznesem w spółdzielni. Swój jubileusz 10 - lecia PSD obchodziło 27 lutego w Hotelu Warszawianka na uroczystej gali wspólnie z partnerami. PSD pokazało swoją historię, sukcesy i wizję przyszłości w formie filmu PSD Wars. Wyróżniło najlepszych partnerów za współpracę a także podziękowało za 10 lat wspólnego budowania sukcesu dostawcom i producentom. Był tort jubileuszowy, życzenia i zabawa do rana.



Sprzedaż w sklepach maľoformatowych w styczniu 2018

Jak wynika z danych CMR, w styczniu 2018 r. łączna wartość sprzedaży w sklepach maľoformatowych do 300 m2 w porównaniu do stycznia 2017 r. wzrosła o 3,7%, mimo iż liczba wszystkich zarejestrowanych transakcji zwiększyła się o niecały 1%. W porównaniu do grudnia 2017 r., kiedy sprzedaż była wyższa niż w innych miesiącach względu na przygotowania do świąt, obroty obniżyły o 12%, natomiast łączna liczba transakcji spadła o około 2%.

Sprzedaż w sklepach maľoformatowych w styczniu 2018r. – rdr +3,7%, mdm -12%

Styczeń to w sklepach maľoformatowych jeden z gorszych miesięcy, zarówno pod względem liczby transakcji, jak i wartości sprzedaży. W porównaniu z grudniem, kiedy klienci zwiększają swoje wydatki w tym formacie sklepów w związku z przygotowaniem do świąt i sylwestrowej zabawy, w styczniu notuje się spadek sprzedaży niemal wszystkich kategorii, szczególnie tych typowo świątecznych, takich jak przyprawy i produkty kulinarne, słodkie czy alkohole. Tak też było w tym roku - w styczniu klienci sklepów maľoformatowych wydali na wódki czyste o 20% mniej niż w grudniu, wydatki na wino stołowe i czekolady spadły w tym czasie o około 30%, a wartość sprzedaży różnego rodzaju dodatków do ciast obniżyła się o ponad 70%.

W wyniku wzrostu cen żywności większość wartości sprzedaży wielu kategorii w styczniu 2018 r. była wyższa niż rok wcześniej. Jednak w przypadku niektórych grup produktów, jak np. alkohole i napoje, wzrost wartości sprzedaży wynikał nie tylko z podwyżek cen, ale też z rosnącej liczby transakcji. Jak pokazują dane CMR, liczba paragonów, na których znalazł się jakikolwiek napój alkoholowy, wzrosła o około 5%, a łączne wydatki na tę kategorię zwiększyły się o około 4%. Duże wzrosty zarówno liczby transakcji, jak i wartości sprzedaży odnotowano dla wódek, szczególnie smakowych (w styczniu 2018 r. wartość ich sprzedaży była o 8% wyższa niż przed rokiem, a liczba paragonów

zwiększyła się o 14%), lepiej niż przed rokiem radziło sobie także piwo.

Dość wysokie jak na styczeń temperatury przyczyniły się do lepszej niż przed rokiem sprzedaży napojów – w ujęciu rdr liczba paragonów, na których pojawiały się wody wzrosła o niemal 9%, a liczba transakcji zakupu napojów gazowanych zwiększyła się o niemal 10%. Dużo częściej niż w styczniu 2017 r. do koszyków trafiały także napoje energetyzujące (wzrost liczby transakcji oraz wartości sprzedaży o ponad 20%) oraz izotoniczne.

W pierwszym miesiącu 2018 r. klienci sklepów maľoformatowych więcej wydawali i częściej niż przed rokiem sięgali m.in. po różnego rodzaju dania gotowe oraz słone przekąski. Przy czym warto zaznaczyć, że coraz więcej osób szuka w pobliskich sklepach zdrowszych zamienników w tradycyjnych chipsów czy słodkości, o czym mogą świadczyć wyraźne wzrosty sprzedaży takich kategorii jak chipsy i batony owocowe czy bakalie.

W styczniu 2018 r. średnia wartość transakcji w sklepach maľoformatowych do 300 m2 r. wyniosła 14,07 zł, o 3% więcej niż w styczniu 2017 r., a jednocześnie o około 100% mniej niż w grudniu 2017 r.

Sklepy maľoformatowe do 300 m2 obejmują: małe sklepy spożywcze do 40 m2, średnie sklepy spożywcze 41-100 m2, duże sklepy spożywcze 101-300 m2 oraz specjalistyczne sklepy alkoholowe.



CMR Sp. z o.o. jest niezależną agencją badawczą specjalizującą się w badaniach danych transakcyjnych, które pobiera on-line z reprezentatywnej, ogólnopolskiej próby sklepów spożywczych. Badane są trendy sprzedaży całości asortymentu sklepów, zarówno produktów paczkowanych, jak i zmiennowagowych.

www.cmr.com.pl

Jawność życia publicznego a sektor prywatny

Od kilku miesięcy prowadzone są prace nad projektem ustawy o jawności życia publicznego. W tym czasie zespół, pod nadzorem Ministra – Koordynatora ds. Służb Specjalnych, opublikował już cztery kolejne wersje projektu. Do każdej z nich zgłaszane były liczne uwagi, kierowane zarówno przez podmioty sektora publicznego jak i prywatnego. Nie może więc dziwić fakt, że liczne podmioty są zainteresowane ostatecznym kształtem projektu. Przedmiot regulacji ustawy o jawności ma być bowiem nader szeroki: od kwestii dotyczących dostępu do informacji publicznej oraz oświadczeń majątkowych, po nowe uregulowania związane z ochroną sygnalistów i obowiązkami antykorupcyjnymi.

Zwłaszcza ostatnie z wyżej wskazanych kwestii powinny zainteresować przedsiębiorców, na których ustawa ma nałożyć nowe wymogi. Wszyscy przedsiębiorcy, posiadający status co najmniej średnich przedsiębiorców będą zobowiązani do wdrożenia i stosowania wewnętrznych procedur antykorupcyjnych, mających przeciwdziałać popełnianiu przez osoby działające w imieniu lub na rzecz przedsiębiorców określonych przestępstw, takich jak m. in. płaćna protekcja, pranie brudnych pieniędzy czy łapownictwo menadżerskie.

Za brak opracowania, stosowania lub nawet za stosowanie nieskutecznych bądź pozornych procedur antykorupcyjnych przedsiębiorcom grozić będą poważne sankcje. Każde postawienie osobie działającej w imieniu przedsiębiorcy zarzutów popełnienia określonych w projekcie przestępstw będzie się bowiem wiązało z wszczęciem przez Szefa CBA kontroli u przedsiębiorcy. Stwierdzenie nieprawidłowości związanych z procedurami antykorupcyjnymi będzie skutkowało złożeniem przez Szefa CBA do Prezesa UOKiK wniosku o nałożenie kary pieniężnej w kwocie od 10.000 do 10.000.000 złotych.

Nałożenie kary dodatkowo wiązało się będzie z zakazem ubiegania się o zamówienie publiczne w okresie 5 lat od nałożenia kary. Co ciekawe – według

obecnego brzmienia projektu sankcji tej będzie mógł uniknąć przedsiębiorca, który zapłaci karę pieniężną w momencie skierowania przez Szefa CBA wniosku o ukaranie, a więc jeszcze przed wydaniem prawomocnej decyzji o nałożeniu kary pieniężnej.

Projekt nie został jeszcze skierowany do Sejmu. Najbardziej aktualna wersja projektu (z dnia 8 stycznia br.) przewiduje jednak, że ustawa wejdzie w życie z dniem 1 marca br. Przepisy dotyczące omawianych obowiązków antykorupcyjnych mają wejść w życie 6 miesięcy później.

Opisywane regulacje są nadal na etapie procesu legislacyjnego i mogą podlegać zmianom. Będziemy sprawę monitorować, a o ostatecznym kształcie projektowanej regulacji poinformujemy Państwa w późniejszym numerze biuletynu. W kolejnych numerach omówimy szerzej zakres obowiązków wynikających z Ustawy, sankcje nakładane na przedsiębiorców za uchybienie tym obowiązkom oraz tryb ich nakładania, a także przybliżymy pojęcie instytucji sygnalisty wprowadzonej do polskiego prawa wzorem ustawodawstw innych państw europejskich.

Gdyby zechcieli Państwo otrzymać dodatkowe informacje lub odpowiedzi na nasuwające się po lekturze pytania to serdecznie zapraszamy do kontaktu się z nami:



Aleksander Orzeł – junior associate, aplikant radcowski

T: +48 22 581 44 05
E: aorzel@fka.pl

Zapraszamy do subskrypcji naszego newslettera prawnego: <http://fka.pl/pl/newsletters>



**FURTEK KOMOSA
ALEKSANDROWICZ**

Praca elastyczna jako szansa dla kobiet na rynku pracy

Efektywne wykorzystywanie kapitału ludzkiego wymaga rozwiązania problemu tych kategorii pracowników, które są defaworyzowane na rynku pracy, a więc mają problem z podjęciem stałego zatrudnienia. Dotyczy to w szczególności kobiet, posiadających specyficzne obowiązki rodzinne, wynikające z konieczności sprawowania opieki nad dziećmi. Elastyczne formy zatrudnienia (np. telepraca, umowa zlecenie, umowa o dzieło etc.) mogą umożliwić kobietom aktywność na rynku pracy.

Sytuacja kobiet na rynku pracy

Choć w ciągu ostatnich 50. lat dokonały się znaczące przeobrażenia na rynku pracy, których efektem jest m.in. wzrost aktywności zawodowej kobiet, to jednak wciąż jedną z kategorii, której potencjał nie jest wykorzystywany przez organizacje na rynku pracy, są właśnie kobiety w wieku 24-44 lata. Najczęstszą przyczyną braku ich aktywności zawodowej jest fakt, iż w tym przedziale wiekowym zwykle rodzą i wychowują dzieci. Słabo rozwinięty w Polsce system opieki nad dziećmi najmłodszymi (poniżej 3 lat) nie ułatwia pogodzenia życia rodzinnego i zawodowego. Nawet jeśli matki tych najmłodszych dzieci chciałyby podjąć pracę, to – bez pomocy innych członków rodziny – nie jest to możliwe. Stąd wskaźnik zatrudnienia kobiet w wieku produkcyjnym w Polsce kształtuje się bardzo niekorzystnie i jest jednym z najniższych w Europie.

Jak pogodzić różne obowiązki?

Praca elastyczna ułatwia godzenie życia zawodowego z obowiązkami wynikającymi z posiadania rodziny. Większa autonomia w wyborze własnego czasu pracy w przypadku kobiet służy właśnie osiągnięciu równowagi pomiędzy życiem rodzinnym a zawodowym. Niektóre elastyczne formy zatrudnienia dają możliwość pracy w domu (np. telepraca), a także umożliwiają elastyczny czas i miejsce pracy, o których decyduje sam pracownik. Elastyczne

formy zatrudnienia to sposób zapobiegający wykluczeniu z rynku pracy. Dzięki nim kobiety mają możliwość utrzymywania kontaktu ze środowiskiem branżowym czy zawodowym.

Wymiar psychologiczny

Elastyczne formy zatrudnienia, umożliwiające pracę zawodową kobiet przy jednoczesnym wypełnianiu obowiązków rodzinnych, mają również ważny wymiar psychologiczny dla kobiet. Mogą być źródłem satysfakcji z własnej pracy. Niepracująca kobieta, uzależniona niejako od dochodów partnera życiowego, może odczuwać dyskomfort związany z brakiem niezależności i samodzielności materialnej.

W kierunku elastyczności

Stosowanie elastycznych form zatrudnienia wymaga akceptacji przez obie strony dialogu: pracodawców i pracobiorców. Jej podstawą jest szeroka wiedza pracodawców na temat elastycznych form zatrudnienia i wynikających z nich korzyści oraz gotowość pracowników do podjęcia pracy w ramach form elastycznych. Aby taka sytuacja miała miejsce, konieczna jest szeroka akcja informacyjna, wyjaśniająca zalety płynące dla obu stron rynku pracy.



dr Magdalena Kot-Radojewska: doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauki o zarządzaniu, socjolog, pedagog, trener, adiunkt i Kierownik Akademickiego Biura Karier Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej, ekspert ds. ewaluacji w projektach UE, zastępca Redaktor Naczelnej wydawnictwa „Nauka i Biznes”, odznaczona Medalem Komisji Edukacji Narodowej za zasługi dla oświaty; autorka publikacji z zakresu ZZL i kształcenia ustawicznego.

www.magdalenakot.pl

GRUPA MUSZKIETERÓW W TOP 3 NA RYNKU DIY WE FRANCJI

Na początku 2018 r. Grupa Muszkieterów nabyła francuskie i hiszpańskie placówki sieci Bricorama oraz jej azjatyckie biuro zakupowe. Transakcja została zatwierdzona przez Francuski Urząd ds. Konkurencji. W wyniku przejęcia Muszkieterowie awansowali na trzecią pozycję na francuskim rynku DIY.

ITM Equipement de la Maison, jednostka Grupy Muszkieterów posiada 506 sklepów działających pod szyldami Bricomarché i Brico Cash. Dzięki transakcji ITM przejęło 170 sklepów sieci Bricorama i stało się 3. operatorem na francuskim rynku DIY. – *Połączenie dwóch wiodących sieci wpłynie na decydujące umocnienie wpływu lokalnych przedsiębiorców na rynek DIY – podsumowuje transakcję Didier Duhaupand, prezes Grupy Muszkieterów.*

Mocna pozycja Bricomarché w Polsce

Podobnie jak za granicą, również w Polsce, sieć Bricomarché konsekwentnie realizuje strategię i rozwija się zarówno organicznie, jak i poprzez akwizycje. W ostatnich latach firma przejęła kilkanaście lokalizacji po sieci NOMI. Co więcej w kwietniu 2017 r. Bricomarché nabyła lokalizację po Praktikerze w Galerii Pestka w Poznaniu, a w na koniec lutego 2018 r. otworzy kolejny punkt sieci niedaleko poznańskiej Galerii Panorama, gdzie jeszcze niedawno znajdował się sklep Castoramy.

Sieć Bricomarché co roku odnotowuje wzrost liczby klientów i udziałów w rynku. Z danych firmy wynika, że w 2016 roku obroty sieci wzrosły o ponad jedną czwartą, a liczba klientów powiększyła się o prawie 22 proc. Celem sieci Bricomarché, podobnie jak Grupy we Francji, jest wejście do pierwszej trójki sklepów typu „dom i ogród” w naszym kraju.

BRICO MARCHÉ

Wielkanocna zbiórka żywności



Wielkanocna zbiórka żywności Fundacji Polskiego Handlu w Hali Mirowskiej

Od 1 do 23 marca w sklepie Społem, w warszawskiej Hali Mirowskiej odbywa się wielkanocna zbiórka żywności Fundacji Polskiego Handlu.

– Od kilku lat organizujemy już cykliczne zbiórki żywności – przed świętami, przed wakacjami. Są to akcje o niewielkiej regionalnej skali, ale zawsze udaje się zebrać produkty, które jadą później do dzieci ze świetlic opiekuńczo-wychowawczych z warszawskiej Pragi. Pokazuje to, że nie potrzeba wielkich nakładów pracy i dużej organizacji, aby pomagać. Można robić to lokalnie – znaleźć w swojej miejscowości kogoś potrzebującego i nawet na niewielką skalę go wesprzeć. Tak niewielki gest może okazać się dużym i potrzebnym wsparciem – **mówi Andrzej Ludek, Prezes Fundacji Polskiego Handlu.**

Wystarczy kupić dowolne produkty i zostawić je w oznaczonych koszykach w sklepie. Mogą być to dowolne towary przemysłowe oraz spożywcze (o dłuższym terminie przydatności). Jest to już trzynasta zbiórka żywności organizowana przez Fundację Polskiego Handlu wraz ze WSS Społem Śródmieście.



Armen Papazjan objął funkcję Dyrektora Generalnego Intermarché w Polsce

Dyrektorem Generalnym SCA PR Polska oficjalnie został Armen Papazjan. W Dyrekcji Handlowej sieci spożywczej Intermarché pełni swoją funkcję od 1 lutego odpowiadając za jej zarządzanie.

– Z uwagą obserwowałem ewolucję oraz rozwój sieci Intermarché w Polsce na przestrzeni lat. W tym czasie udało jej się wiele osiągnąć – stała się istotnym graczem na rynku supermarketów spożywczych oraz liderem w segmencie przymarketowych stacji paliw. Wciąż widzę w niej jednak ogromny potencjał, dlatego moim celem jest wprowadzenie Intermarché w kolejną fazę rozwoju – mówi Armen Papazjan, Dyrektor Generalny Intermarché w Polsce



Armen Papazjan związany jest z branżą handlową od ponad 20 lat. Zgromadził w tym czasie bogate doświadczenie w zarządzaniu sieciami hiper- i supermarketów. Współpracował także z firmami z branży odzieżowej. W latach 1998-2006 oraz 2009-2018 pracował dla Carrefour Polska, zajmując w tym czasie szereg odpowiedzialnych stanowisk.

Był m.in. Dyrektorem dwóch hipermarketów Carrefour – w Warszawie i Łodzi, a także Dyrektorem Regionalnym, nadzorującym operacyjną działalność regionu. W późniejszym okresie pełnił funkcje Dyrektora Handlowego ds. produktów niespożywczych, a następnie Dyrektora Handlowego ds. artykułów spożywczych. Stworzył również nowy dział B2B, którym następnie zarządzał, a także odpowiadał za podniesienie efektywności pracy sklepów, Kierując Działem Organizacji Pracy hiper- i supermarketów. Był ponadto członkiem Dyrekcji Generalnej Carrefour Polska. W latach 2006-2009 pracował dla Okey Ukraina LLC, gdzie jako Dyrektor Zarządzający wprowadził na rynek ukraiński sieć hiper- i supermarketów Okey.

– Bardzo się cieszymy, że Armen dołączył do naszego zespołu. Polski rynek stawia przed nami wiele wyzwań, ale również wiele możliwości. Dostrzegamy dla naszego szyldu Intermarché dużą przestrzeń dla dalszego wzrostu w poszczególnych formatach i kanałach sprzedaży. Jesteśmy przekonani, że wraz z Armenem na czele naszej sieci spożywczej, zdołamy sprostać wymaganiom klientów i rynku. Życzymy Armenowi samych sukcesów w Grupie Muszkietierów – komentuje Marc Dherment, Dyrektor Generalny Grupy Muszkietierów w Polsce.

The logo for Intermarché, featuring the word "Inter" in black and "marché" in red, with a black underline beneath the entire word.

Zapraszamy na szkolenie dot. RODO

25 maja wchodzi w życie przepisy Rozporządzenia PE i R. Jednolite prawo ochrony danych osobowych będzie obowiązywało we wszystkich Państwach Członkowskich UE. Wymaga to od podmiotów gospodarczych dostosowania swojego działania do zasad i rozwiązań nowych przepisów.

Polska Izba Handlu wraz z Fundacją im. Józefa Wybickiego proponuje dla zrzeszonych podmiotów odbycie cyklu szkoleń w celu zaznajomienia z nowymi przepisami jak i wdrożenia ich w prowadzonej działalności.

Cena:

3000 zł + VAT dla Członków PIH
3500 zł + VAT dla pozostałych firm
(w przypadku szkolenia u klienta 500 zł rabatu)

Termin do uzgodnienia
Grupa do 30 osób

Kontakt:

pih@pih.org.pl tel. 22 440 83 23

Program szkolenia:

1. Prawo do prywatności oraz ochrona danych osobowych w świetle teorii i rozwoju historycznego
2. Podstawy prawne ochrony danych osobowych w systemie prawa europejskiego i państw członkowskich oraz orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości, Trybunału Konstytucyjnego i sądów administracyjnych oraz orzecznictwa i praktyki GIODO

3. Zakres podmiotowy i przedmiotowy Dyrektywy 95/46/WE, ustawy o ochronie danych osobowych oraz Rozporządzenia PE i R (2916 / 679/)

4. Podstawowe definicje i zasady wynikające z ustawy o ochronie danych osobowych / dyrektywa 95/46/WE/ oraz Rozporządzenia 2016/679 zasadnicze pojęcia i ich interpretacja.

5. Zasady dotyczące przetwarzania danych osobowych

5. Niezależny Organ Nadzoru – Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych (GIODO) – Prezes Urząd Ochrony Danych osobowych.

6. Prawa osób, których dane dotyczą – obowiązki administratora danych osobowych oraz podmiotu przetwarzającego

7. Administrator Danych Osobowych i Podmiot Przetwarzający

8. Administrator Bezpieczeństwa Informacji – Inspektor Ochrony Danych Osobowych

9. Ochrona danych Osobowych w przepisach szczególnych

10. Bezpieczeństwo przetwarzania danych osobowych

11. Odpowiedzialność cywilno – prawna, administracyjna i karna z tytułu naruszenia przepisów ochrony danych osobowych

12. Przetwarzanie danych osobowych w nowoczesnych technologiach informatycznych – wpływ, zagrożenia

13. Omówienie ważniejszych wzorów dokumentów wynikających z RODO

Nowoczesność z Tradycjami: Hala Gwardii

29 września 2017 odbyło się otwarcie Hali Gwardii – nowego miejsca na zakupowej i kulinarnej mapie Warszawy. Nowi operatorzy Hali Gwardii po 125 latach od momentu pierwszego otwarcia obiektu przywrócili warszawiakom historyczne miejsce zakupów i rodzinnych spotkań.

Koncepcja i oferta nowo otwartej Hali oddaje klimat kultowych obiektów na świecie, które łączą ze sobą rolę targu i miejsca kulturalno-integracyjnego. Są to m.in. lizbońskie Mercado da Ribeira czy Mercado Boqueria w Barcelonie. Projekt architektoniczny nowej hali przygotowała znana i ceniona warszawska pracownia architektoniczna „Bulanda, Mucha – Architekci”. Hala Gwardii łączy przestrzeń dla pasjonatów dobrego jedzenia i działalności kulturalnej w jednym obiekcie. To także miejsce, które odwołuje się do historii i chwil triumfu polskich bokserów, którzy właśnie w Hali Gwardii pod okiem trenera Feliksa „Papy” Stamma zwyciężali z najlepszymi.



Targ w Hali Gwardii jest propozycją uzupełniającą do obecnie dostępnej oferty kupców handlujących „pod chmurką” w okolicy Hali Mirowskiej. Na targu znajdziemy produkty od bezpośrednich wytwórców, którzy stawiają na wysokiej jakości żywność lokalną i ekologiczną oraz odpowiedzialną uprawę i hodowlę. Kupimy tu owoce i warzywa, grzyby, sery, wina, wyroby garmażeryjne, ryby, owoce morza, pieczywo, słodkie i wytrawne wypieki, stodycze, lody, miody, przetwory i oliwy. Znajdziemy też stoiska, na których można nabyć specjały kuchni świata, produkty rękodzielnicze i kosmetyki wegańskie.

W przestrzeni Hali działa również strefa kulinarna, która mieści ponad 20 stanowisk gastronomicznych i specjalistycznych sklepów kulinarnych.

W Hali Gwardii znajdziemy dania przybliżające smaki świata i inspirowane różnymi kuchniami. Jest też obecna kuchnia polska. W Hali znajdują się koncepty wegańskie, lokale specjalizujące się w diecie dla sportowców i oferujące posiłki dietetyczne.



Poza funkcją handlowo-gastronomiczną Hala Gwardii pełni także rolę centrum kultury i miejsca integrującego mieszkańców Warszawy. W programie Hali Gwardii znajdziemy różnorodne wydarzenia kierowane do różnych grup wiekowych, imprezy okolicznościowe i animacje kulturalne. Tu działa księgarnia-galeria Fundacji Bęc Zmiana, **Bęc: książki i rzeczy**, która oprócz działania księgarni, ma w planach program inspirowany lokalnym kolorytem, skierowany do różnych grup odbiorców.

W przestrzeni Hali działa stała strefa zabawy – **Mała Kwaciarnia Grafiki**, w której rodzice mogą na czas robienia zakupów zostawić najmłodsze dzieci pod opieką animatorów.

Fundacja im. Feliksa Stamma, założona przez Paulę Stamm, prawnuczkę legendarnego trenera, dba o upamiętnienie historii polskiego pięściarstwa i utrwalenie pamięci o swoim Patronie Feliksie Stammie. Przy wsparciu Fundacji w przestrzeni nowej Hali Gwardii powstała wielka wystawa dawnej fotografii mistrzów i ikon tej dyscypliny pt. "Historia Polskiego Boksu".

Najważniejszym jednak projektem jest otwarcie pierwszego w Polsce **Muzeum Boks z Izbą Pamięci wybitnego trenera wszechczasów "Papy" Stamma**. Powstanie Muzeum Boks w Hali Gwardii nie jest przypadkowe. To tu w roku 1953 odbyły się słynne na cały świat X Mistrzostwa Europy w boksie, które były największym powojennym sukcesem sportowym Polski.

Hala Mirowska i Hala Gwardii wybudowane w latach 1899-1902 stały się na długo największymi obiektami handlowymi w Warszawie. Umożliwiały lepszą organizację handlu i podniesienie warunków higienicznych sprzedaży dzięki przeniesieniu jej z otwartej przestrzeni do zamkniętych pomieszczeń. Stragany i sklepy były wynajmowane indywidualnym przedsiębiorcom, sprzedawano w nich produkty spożywcze oraz przedmioty związane z gospodarstwem domowym. Po drugiej wojnie światowej Hala Gwardii służyła jako tymczasowa zajezdnia autobusowa, a po przekazaniu klubowi Gwardia Warszawa, stała się centrum polskiego boks. To tu, pod okiem legendarnego Trenera Feliksa „Papy” Stamma polscy pięściarze trenowali i wygrywali międzynarodowe mecze bokserskie oraz odnieśli historyczny sukces podczas Mistrzostw Europy w Boksie w 1953 roku.

