



Nowoczesność z tradycjami

BIULETYN POLSKIEJ IZBY HANDLU 6/2013

13/08/2013

O nas:

Nasza misja:
**Zachowanie różnorodności
handlu i usług na rynku
wewnętrznym**

Polska Izba Handlu istnieje od 1997 roku jako jednostka samorządu gospodarczego. Zrzeszamy obecnie ponad 30 000 podmiotów handlowych, od pojedynczych sklepów po ogólnopolskie sieci franczyzowe i dystrybucyjne głównie w branży FMCG.

Reprezentujemy różnorodne formaty handlu oparte na kulturze i tradycji polskiego kupiectwa, a więc sektor polskiego handlu nowoczesnego z tradycjami. Coraz szerzej reprezentowani są także Członkowie Wspierający z grona producentów oraz otoczenia biznesowego branży. Tym samym Polska Izba Handlu jest obecnie najszerszą reprezentacją sektora handlu i dystrybucji w Polsce.

Słowo wstępne:



**Waldemar Nowakowski,
Prezes Polskiej Izby Handlu:**

18 lipca br. wystaliśmy pismo do Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji Komisji Europejskiej z prośbą o przeanalizowanie sprawy dyskryminacji części formatów handlu, poprzez wprowadzanie przez znanych producentów na rynek

produktów o określonych gramaturach, dostępnych tylko dla wybranych sieci, których nie można kupić w innych sklepach. Producenci otwarcie odmawiają sprzedaży niektórych towarów uzasadniając, że mogą być one dostarczane tylko do sklepów prowadzonych przez jedną sieć. Jest to w naszej ocenie silnie dyskryminujące. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów jako niezgodne z prawem uznaje działania, których skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie konkurencji na rynku właściwym. Wybieranie firm, które jako jedyne mogą nabyć produkt, w sposób oczywisty wyklucza konkurencyjność uczestników handlu. Stwierdzenia producentów, że ten towar jest dostępny tylko dla jednej sieci sklepów, są niezgodne z zasadami funkcjonowania wolnego rynku. Ten stan rzeczy ma negatywny wpływ na rozwój handlu i konkurencyjności na polskim rynku detalicznym. Dodatkowo klient jest podstępnie wprowadzany w błąd - przyzwyczajony do kupowania określonego produktu, który standardowo na rynku dostępny jest w opakowaniu 2l, może nie zdawać sobie sprawy, że w dyskoncie nabywa prawie identyczny produkt, ale o pojemności już 1,75l. Wielokrotnie zwracaliśmy się do UOKIK-u, jednak urząd ten odmówił wszczęcia postępowania w tej sprawie, więc teraz chcemy aby przyjrzały się temu organy Komisji Europejskiej.

Nasze działania w lipcu:

- udzieliliśmy 15 wywiadów dla prasy, radia i telewizji
 - opublikowaliśmy 5 stanowisk prasowych
 - uczestniczyliśmy w 3 komisjach sejmowych
- złożyliśmy druk lobbingowy ws. granicy wykroczenia w przypadku kradzieży
- na prośbę MF braliśmy udział w konsultacjach społecznych ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług
 - wzięliśmy udział w spotkaniu organizowanym przez Ministerstwo Gospodarki dot. dyrektywy tytoniowej

Zmiana siedziby PIH

Polska Izba Handlu zmieniła siedzibę biura Zarządu. Znajduje się ono w tym samym budynku, w lokalu nr 10.

Nowy adres PIH:
Polska Izba Handlu
ul. Grażyny 13 lok. 10
02-548 Warszawa

Witamy w gronie członków PIH



Firma specjalizująca się w zagadnieniach merchandising, zarządzanie kategorią, merchandising analityczny, handlowe aspekty wdrażania merchandisingu. Oferuje usługi, szkolenia, doradztwo, oprogramowanie. Firma wspiera zarówno producentów jak i detalistów w zakresie efektywnego wykorzystywania przestrzeni w punkcie sprzedaży. Stale rozszerza ofertę o rozwiązania informatyczne, programistyczne wspierające działania zwiększające sprzedaż.

Opłaty związane z obsługą kart płatniczych będą niższe

O ustawowe uregulowanie stawek opłat interchange Polska Izba Handlu zabiegała już od kilku lat w raz z innymi organizacjami reprezentującymi handel i usługi, w tym m.in. z Polską Organizacją Handlu i Dystrybucji oraz Fundacją Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego. Postowie na posiedzeniu nadzwyczajnej podkomisji finansów publicznych 20 czerwca 2013 zdecydowali, że od połowy 2014 r. wysokość interchange wyniesie maksymalnie 0,5 proc.

Waldemar Nowakowski wiceprzewodniczącym Rady Konsultacyjnej przy Departamencie Handlu i Usług

17 czerwca br. odbyło się inauguracyjne posiedzenie Rady Konsultacyjnej DHU MG, na którym wicepremier Janusz Piechociński wskazał jako przewodniczącą Panią Profesor Urszulę Kłosiewicz – Górecką. Działania Rady mają pomóc wdrażaniu konkurencyjnych rozwiązań w handlu wewnętrznym i przyczynić się do znoszenia barier utrudniających rozwój w tym sektorze.

3 lipca br. odbyło się kolejne spotkanie Rady na którym opracowano program i zasady jej działania. Waldemar Nowakowski został wiceprzewodniczącym prezydium zespołu, natomiast sekretarzem Andrzej Maria Faliński (Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji). Członkami Prezydium Rady zostali powołani Andrzej Gantner (Polska Federacja Producentów Żywności) oraz Jan Rakowski (Kongregacja Przemysłowo-Handlowa).

Panie Ministrze w jaki sposób zmieścić na małym paragonie nazwę „jogurt brzoskwiowo - bananowy 0% Mlekol,,?

22.07.13 #227305	PARAGON FISKALNY
1x 14.40	1x 1.75
WYR. GARDIAZER.	1x 21.75 D
PLN 14.40 D	1x 2.47
1x 14.40	WOLINA
WYR. GARDIAZER.	1x 2.30
PLN 14.40 D	ART. SPOZ.
PODSUMA PLN 28.80	5%
SP.OP. D PLN 28.80	1x 2.30 D
PTU D 5%	1x 2.30 D
PLN 1.37	PODSUMA
SUMA PTU PLN 1.37	1x 86.52
SUMA	SP.OP. D
PLN 28.80	1x 86.52
KREDYT PLN 28.80	PTU D 5%
PAR. 199193 #0001	1x 86.52
KAS.JER01 01 11:20	SUMA PTU
#BANK 10001620	1x 86.52
	GOTOWKA
	1x 86.52
	PAR. 174259 #0000
	KAS.JER01 01 14:06
	#BAG 08160019

Według nowych przepisów wprowadzonych przez Ministerstwo Finansów od 1 października paragony będą musiały zawierać „nazwę towaru lub usługi pozwalającą na jednoznaczny identyfikację”. Jest to problemem dla tysięcy sklepów i punktów usługowych, zwłaszcza tych małych, które mają kasy ograniczające ilość wprowadzonych znaków. Gdy przedsiębiorca będzie chciał posłużyć się skrótem, to od interpretacji kontrolera będzie zależało czy uzna, iż powała on na niepodważalną identyfikację. Nowe przepisy to dodatkowe koszty dla sprzedawców - zakup nowej kasy pozwalającej na wprowadzanie długich nazw produktów, a także czas na to poświęcony. W przypadku małych sklepów wiąże się to z wprowadzaniem do kasy nazw, w sposób przypominający pisanie smsów na telefonie starszego typu, przy każdej dostawie towaru. Przepisy te to utrudnienie w prowadzeniu działalności gospodarczej wprowadzone przez organy państwa – Polska Izba Handlu zwróciła uwagę na ten problem przez Radę Konsultacyjną ds. Handlu i Usług MG. Izba będzie referować ten temat na najbliższym posiedzeniu Rady we wrześniu br.

Nielogiczne prawo tworzy patologie na rynku – marża to nie opłata

Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w art. 15 ust. 1 pkt 4 zabrania pobierania opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży. Sieci handlowe pobierają opłaty od dostawców za wsparcie sprzedaży ich produktu. Kampanie promocyjne prowadzone przez sklepy są tańsze oraz skuteczniejsze, od tych jakie oferują wyspecjalizowane agencje marketingowe. Prawne ograniczanie

**PIH członkiem Rady
Gospodarki Żywnościowej**

20 czerwca br. PIH została
członkiem RGŻ przy
Ministerstwie Rolnictwa i
Rozwoju Wsi

Wydarzenia:

Organizowana przez
Regionalną Izbę Gospodarczą
w Katowicach **III edycja
Europejskiego Kongresu
Małych i Średnich
Przedsiębiorstw** odbędzie się
w dniach

16 – 18 września 2013 roku.

Hasłem przewodnim
tegorocznego spotkania
będzie „Współpraca i
kooperacja firm sektora MŚP
w wymiarze regionalnym,
krajowym
i międzynarodowym”.

Udział w kongresie jest
bezpłatny. Rejestracji on-line
można dokonać na stronie
internetowej
www.kongresmsp.eu, gdzie
znajdują się wszystkie
niezbędne informacje
dot. powyższego wydarzenia.

Zapraszamy do udziału w
badaniu „**Praktyki
wynagradzania
pracowników sprzedaży
2013**”. Jego celem jest
zebranie szczegółowych
informacji o tym ,w jaki
sposób
budowane są systemy
motywacyjne handlowców
w Polsce. Nasze badanie
stanowi uzupełnienie dla
typowych, ilościowych badań
rynku płac o szereg
informacji kluczowych z
punktu widzenia osób
zarządzających sprzedażą
oraz budujących
i zarządzających systemami
motywacyjnymi. Szczegóły na
stronie
<http://wynagrodzenia.pl/>

takich porozumień pozbawia dostawców i producentów możliwości reklamowania produktów, a sklepom odbiera narzędzia ułatwiające zarządzanie przestrzenią na półce. Ten artykuł ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jest niepotrzebny. Taka ingerencja w relacje biznesowe stanowi ograniczenie rozwoju polskiego handlu, co ważne regulacje unijne nie zakazują pobierania opłat za wsparcie sprzedaży. Ponadto zapis jest nielogicznie sformułowany – zakazuje on pobierania „innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży”, natomiast marża handlowa nie jest opłatą za przyjęcie towaru do sprzedaży. Omawiany artykuł prowadzi do powstawania patologii na rynku handlowym. Powszechną praktyką jest, że producenci kończący współpracę z daną siecią handlową domagają się zwrotu tej opłaty, powołując się właśnie na ten zapis. Obecnie tego typu pozwów prowadzonych jest ok. 700, funkcjonują kancelarie prawne wyspecjalizowane tylko w odzyskiwaniu takich opłat. Liczymy, że długo oczekiwana przez przedsiębiorców zmiana nadejdzie i ten szkodliwy przepis zostanie zlikwidowany. Polska Izba Handlu wraz z innymi członkami Komitetu Handlu przy KIG sygnalizuje ten problem już od 2011 r.

Dyrektywa tytoniowa: straci legalny handel, zyska przemytnik

Komisja Ochrony Zdrowia i Środowiska Parlamentu Europejskiego 10 lipca br. poparła zakaz wprowadzenia sprzedaży papierosów mentolowych i typu slim w Europie. Jest to niepokojący głos, ponieważ odbiega od opinii innych komisji PE, które w połowie czerwca wyraziły się krytycznie nt. dyrektywy tytoniowej, uznając, że mentol jest tradycyjnym dodatkiem do papierosów. Gdy papierosy mentolowe i slim zostaną wycofane z oficjalnej sprzedaży, będą dostępne w szarej strefie - wpływy zostaną przekazane przemytnikom, a odebrane legalnym sprzedawcom. Ludzie nie przestaną ich palić, tylko zaczną kupować w innych, nielegalnych miejscach, które są łatwo dostępne. Kluczowe dla dyrektywy tytoniowej decyzje zapadną na posiedzeniu plenarnym Parlamentu Europejskiego w pierwszej połowie września br. Na ten miesiąc Polska Izba Handlu zaplanowała intensywne działania, mające na celu podniesienie świadomości jakie zagrożenia niosą za sobą te zmiany prawne.

**Zmiany w prawie coraz mniej korzystne dla przestępców, ale nadal
problemатyczne dla handlu**

11 lipca br. komisja sejmowa przegłosowała projekt zakładający, że kradzież do wartości jednej czwartej wysokości minimalnego wynagrodzenia (obecnie to 1600 zł brutto) nie będzie przestępstwem. Poprzednie rozwiązania mówiły o podwyższeniu górnej granicy wykroczenia do 1000zł oraz do 800zł. Zatem obecna koncepcja wskazuje na zrozumienie przez posłów obaw obywateli, które to Polska Izba Handlu sygnalizowała od początku pojawienia się propozycji takiej zmiany w prawie. Jednakże jakiegokolwiek podwyższenie progu wartości kradzieży od której kradzież staje się przestępstwem jest krzywdzące dla sprzedawców. Jeżeli próg ten musi być podniesiony, w naszej opinii niezbędne jest sumowanie wartości kradzieży dokonanych przez jednego sprawcę i podobnie jak w przypadku punktów karnych w kodeksie drogowym, kiedy zostanie przekroczona granica 400 zł ma on ponieść karę już za przestępstwo. Polska Izba Handlu 1 lipca br. złożyła do Ministerstwa Sprawiedliwości druk lobbingowy z wnioskiem o wprowadzenie sumowania wartości wykroczeń proponując zmianę art. 119 Kodeksu wykroczeń na: „§ 1. Kto kradnie lub przywłaszcza sobie cudzą rzecz ruchomą, jeżeli jej wartość lub suma wartości z kolejnych czynów w czasie nie przekroczy połowy minimalnego wynagrodzenia, podlega karze aresztu, ograniczenia wolności albo grzywny”.

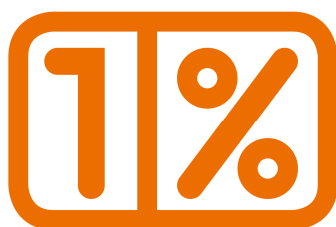


Wspieramy polski handel tradycyjny w drodze do nowoczesnej gospodarki przy zachowaniu jego tożsamości i wyjątkowej roli społecznej

Fundacja Polskiego Handlu Powstała w 2009 roku, jej zadaniem jest rozwijanie świadomości społecznej nt. znaczenia handlu w Polsce, zwłaszcza w kategorii MŚP, firm rodzinnych oraz spółdzielni.

Fundacja realizuje swoje cele poprzez działalność badawczą, promocyjną i edukacyjną.

Fundacja ma status Organizacji Pożytku Publicznego.



Aktualne projekty i kampanie na stronie:
www.fph.org.pl

Fundacja Polskiego Handlu

Wspieramy polski handel w drodze do nowoczesnej gospodarki



Marcin Kraszewski,
Dyrektor Fundacji:

- Pracujemy na rzecz podmiotów polskiego handlu, firm rodzinnych i spółdzielni czerpiących z bogatej tradycji i doświadczenia polskiego kupiectwa. **Wierzymy, że handel oparty na prywatnym biznesie odpowiedzialnym lokalnie, tworzy realną wartość, większą, niż agencja, czy zatrudnienie u większego, ponadnarodowego pracodawcy.**

Chcemy chronić ten potencjał i rozwijać go w polskim handlu. Oznacza to promowanie rozwiązań sieciowych, opartych na lokalnym biznesie, takich, jak franczyza, mikrosieci i grupy zakupowe. **Kierujemy się przekonaniem, że różnorodność w handlu to lepszy wybór dla Konsumenta i szansa rozwoju dla Producentów.**

Zobowiązania społeczne Fundacji:

- **Dostarczając wiedzę i rzetelne przykłady inspirować** polskich przedsiębiorców do rozwoju, odważnych decyzji i wprowadzania zmian na lepsze.
- **Zachowując bliski kontakt z przedsiębiorcami oraz światem nauki budować wiarygodne raporty** i opracowania na temat aktualnych problemów branży, co umożliwi rządzącym podejmowanie lepszych decyzji o jej przyszłości.
- **Przez obiektywne relacje, sprawozdania i wskaźniki ekonomiczne budować prawdziwy obraz branży** oraz wartości, które przynosi ona codziennie naszemu społeczeństwu.
- **Poprzez warsztaty, zajęcia i wsparcie inspirować ludzi młodych** do podejmowania odpowiedzialnej aktywności gospodarczej w obszarze handlu i dystrybucji dóbr.

Zapraszamy do współpracy:

- Partnerów, którzy odnajdują się w naszym programie, zarówno w poszczególnych projektach jak też w naszej misji;
- Jesteśmy otwarci na współdziałanie z firmami szkoleniowymi, doradczymi i usługowymi, dostawcami serwisu i rozwiązań teleinformatycznych, producentami;
- Wszystkim Partnerom oferujemy elastyczne pakiety promocyjne oraz udział w realizowanych wspólnie wydarzeniach.

Wspierajmy razem handel tradycyjny w Polsce!

Kontakt: m.kraszewski@fph.org.pl; www.fph.org.pl